

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Académico Profesional de Administración y
Negocios Internacionales

Tesis

**Análisis comparativo de los factores de oferta
exportable de la uva entre Perú y Chile
en los periodos 2013-2018**

Gisela Iparraguirre Tacuche

Para optar el Título Profesional de
Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Huancayo, 2020

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

**ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS FACTORES DE OFERTA
EXPORTABLE DE LA UVA ENTRE PERÚ Y CHILE EN LOS
PERIODOS 2013-2018**

Asesor

Carlos Alberto Recuay Salazar

Dedicatoria

A Dios y a mis padres con profundo cariño, por su apoyo permanente en la culminación de mi carrera profesional y también a mi pareja por su constante ayuda en esta tesis que dicha elaboración no fue fácil.

Gisela Iparraguirre Tacuche

Agradecimiento

A los docentes de la carrera de Administración y Negocios Internacionales por sus enseñanzas, consejos, asesoramiento y comprensión en los temas relacionados a la gestión de los negocios internacionales.

A la empresa donde laboro por su apoyo, paciencia y comprensión por las horas dedicadas a la elaboración y culminación de la tesis.

A mi asesor Ma. Carlos Alberto Recuay Salazar por su permanente guía, constancia y regaños para la culminación de la tesis.

Lista de Contenidos

Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento	v
Lista de Contenidos	vi
Lista de figuras	x
Lista de tablas	xii
Resumen	xiv
Abstract.....	xv
Introducción.....	1
Capítulo I: Planteamiento del estudio.....	2
1.1. Delimitación de la investigación	2
1.1.1. Territorial	2
1.1.2. Temporal	2
1.1.3. Conceptual.....	2
1.2. Planteamiento del problema	3
1.3. Formulación del problema.....	8
1.3.1. Problema general.....	8
1.3.2. Problemas específicos	8
1.4. Objetivos de la investigación	8
1.4.1. Objetivo general	8
1.4.2. Objetivos específicos	8

1.5. Justificación de la investigación.....	9
1.5.1. Justificación teórica.....	9
1.5.2. Justificación práctica.....	9
Capítulo II: Marco Teórico.....	10
2.1. Antecedentes de la investigación.....	10
2.1.1. Artículos científicos	10
2.1.2. Tesis nacionales e internacionales	12
2.2. Bases teóricas	20
2.2.1. Oferta.....	20
2.2.2. Oferta exportable.....	21
2.2.3. Capacidad exportadora.....	25
2.2.4. Diagnóstico de la capacidad exportadora.....	26
2.2.5. Estimar la capacidad exportadora	27
2.2.6. Problema de la oferta exportable.....	29
2.2.7. Competitividad Empresarial.....	33
2.2.8. Recursos	34
2.2.9. Infraestructura productiva	35
2.2.10. Precio Internacional	35
2.2.11. El precio internacional (enfoque desde el exportador)	39
2.2.12. Estrategias para la fijación del precio internacional	41
2.2.13. Certificaciones Internacionales.....	42

2.2.14. Infraestructura de logística internacional.....	45
2.3. Definición de términos básicos	46
Capítulo III: Variables	48
3.1. Identificación de la variable	48
3.1.1. Variable de estudio.....	48
3.2. Operacionalización de la variable	48
Capítulo IV: Metodología.....	50
4.1. Enfoque de la investigación	50
4.2. Tipo de investigación	50
4.3. Nivel de investigación	51
4.4. Métodos de investigación.....	52
4.4.1. Métodos generales.....	52
4.4.2. Métodos específicos	52
4.4.3. Diseño de investigación	52
4.5. Población y muestra	54
4.5.1. Población.....	54
4.5.2. Muestra.....	54
4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	58
Capítulo V: Resultados.....	60
5.1. Descripción del trabajo de campo	60
5.2. Presentación de resultados.....	61

5.3. Discusión de resultados	109
Conclusiones.....	116
Recomendaciones	119
Referencias	121

Lista de figuras

Figura 1. <i>Exportaciones (FOB millones de \$)</i>	3
Figura 2. <i>Evolución de las exportaciones peruanas de uvas frescas (enero-noviembre)</i>	6
Figura 3. <i>Proceso para determinar la capacidad de exportación</i>	28
Figura 4. <i>Proceso de certificación</i>	44
Figura 5. <i>Principales empresas exportadoras de uva de Perú del 2013-2018</i>	55
Figura 6. <i>Empresas exportadoras de uva de Chile 2013-2018</i>	56
Figura 7. <i>Producción mundial de uvas (Miles de toneladas)</i>	61
Figura 8. <i>Producción/ rendimiento de uvas en Perú 2012-2017</i>	63
Figura 9. <i>Perú: Estacionalidad de la producción</i>	64
Figura 10. <i>Principales Regiones productoras de uva 2016(%)</i>	65
Figura 11. <i>Rendimiento por Regiones 2016 (kg/ha)</i>	66
Figura 12. <i>Producción/ rendimiento de uvas en Perú 2012-2017</i>	67
Figura 13. <i>Calendario de cosecha de uva fresca</i>	68
Figura 14. <i>Principales Regiones productoras de uva (ha)</i>	69
Figura 15. <i>Precio Internacional de la uva de Perú y Chile 2013-2018</i>	73
Figura 16. <i>Variación de los precios de Uva de Perú y Chile 2013-2018</i>	76
Figura 17. <i>Vías de transporte de las exportaciones de uva de Perú 2013-2018 - Total US\$ FOB Total</i>	81
Figura 18. <i>Vías de transporte de las exportaciones de uva de Perú 2013-2018 - Total KG.</i>	82

Figura 19. <i>Vías de transporte de las exportaciones de uva de Chile 2013-2018 - Total US\$ FOBTotal</i>	83
Figura 20. <i>Vías de transporte de las exportaciones de uva de Chile 2013-2018 - Total KG</i>	84
Figura 21. <i>Aduanas de las exportaciones de la uva de Perú 2013-2018</i>	86
Figura 22. <i>Aduanas de las exportaciones de la uva de Chile 2013-2018</i>	87
Figura 23. <i>Manual USDA</i>	96

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Exportaciones totales y exportaciones no tradicionales en el Perú 2008-2018</i> <i>(Millones de \$)</i>	4
Tabla 2. <i>Exportaciones no tradicionales agrícolas y exportaciones no tradicionales en el Perú 2008-2018</i> <i>(Millones de \$</i>	5
Tabla 3. <i>Ranking de los 10 países exportadores de uva 2014-2018</i> <i>(Millones de \$)</i>	7
Tabla 4. <i>Factores internos y externos</i>	40
Tabla 5. <i>Empresas exportadoras de uva de Chile 2013-2018</i>	57
Tabla 6. <i>Indicadores de la producción de uva de Perú 2012-2017</i>	63
Tabla 7. <i>Indicadores de la producción de uva de Chile 2012-2017</i>	67
Tabla 8. <i>Comparativo de producción de uva Perú – Chile</i>	71
Tabla 9. <i>Precio de la uva fresca de Perú y Chile 2013-2018</i>	73
Tabla 10. <i>Variación de los precios de Uva de Perú y Chile 2013-2018</i>	74
Tabla 11. <i>Doing Business de Perú 2013-2018</i>	78
Tabla 12. <i>Doing Business de Chile 2013-2018</i>	79
Tabla 13. <i>Vías de transporte de las exportaciones de uva de Perú 2013-2018 - Total \$</i> <i>Vías de transporte de las exportaciones de uva de Perú 2013-2018 - Total US\$ FOB Tot</i>	80
Tabla 14. <i>Vías de transporte de las exportaciones de uva de Perú 2013-2018 - Total K</i> ...81	81
Tabla 15. <i>Vías de transporte de las exportaciones de uva de Chile 2013-2018 - Total \$</i> <i>Vías de transporte de las exportaciones de uva de Chile 2013-2018 - Total US\$ FOB Tot</i>	83
Tabla 16. <i>Vías de transporte de las exportaciones de uva de Chile 2013-2018 - Total K</i> ..84	84
Tabla 17. <i>Aduanas de las exportaciones de la uva de Perú 2013-2018</i>	85

Tabla 18. <i>Aduanas de las exportaciones de la uva de Chile 2013-2018</i>	87
Tabla 19. <i>Cuadro comparativo Perú – Chile</i>	88
Tabla 20. <i>Certificaciones de Perú y Chile de la uva fresca para exportar a EE.UU.</i>	91
Tabla 21. <i>Certificaciones de Perú y Chile de la uva fresca para exportar a la Unión Europea</i>	98
Tabla 22. <i>Certificaciones de Perú y Chile de la uva fresca para exportar a Japón</i>	103
Tabla 23. <i>Comparativo Certificaciones Internacionales</i>	105
Tabla 24. <i>Comparativo de los factores de la oferta exportable de la uva de Perú y Chile</i>	106

Resumen

La tesis tuvo como objetivo, de determinar los factores de oferta exportable de la uva en los países de Perú y Chile en los periodos 2013-2018, se consideró en la metodología de la tesis como una investigación de nivel descriptivo-documental, de diseño no experimental, longitudinal, con la población las empresas exportadoras de uva de los países de Perú y Chile; de acuerdo a la recopilación de datos y acceso de los mismos la muestra se encontró constituida a las 7 primeras empresas exportadoras de ambos países según la plataforma de información *Veritrade (2019)*; para la recolección de datos se aplicó guía de análisis documental para la información secundaria como la producción, rendimiento y área cosechada de la uva de ambos países, también, zonas productoras y estaciones de producción, como precios de la uva, vías de transporte y aduanas más utilizadas en la exportación de la uva de ambos países de estudio. A ello, se complementó con la información de la plataforma del *Doing Business* y los acuerdos de Estados Unidos, Unión Europea y Japón. La tesis concluye que los factores de la oferta exportable de la uva entre Perú y Chile en los periodos 2013-2018, corresponde a la infraestructura productiva, precio internacional, certificaciones internacionales e infraestructura de logística internacional.

Palabras Claves: Oferta exportable, uva, análisis comparativo.

Abstract

The objective of the thesis was to determine the factors of the exportable supply of grapes in the countries of Peru and Chile in the periods 2013-2018, it was considered in the thesis methodology as a descriptive-documentary research, of non-design. experimental, longitudinal, with the population of grape exporting companies from the countries of Peru and Chile; According to the data collection and access to the same, the sample was made up of the top 7 exporting companies from both countries according to the information platform Veritrade (2019); For data collection, a document analysis guide was applied for secondary information such as production, yield and harvested area of the grapes of both countries, also, producing areas and production stations, such as grape prices, transport routes and customs most used in the export of grapes from both study countries. To this, it was complemented with information from the Doing Business platform and the agreements of the United States, European Union and Japan. The thesis concludes that the factors of the exportable supply of grapes between Peru and Chile in the 2013-2018 periods correspond to the productive infrastructure, international price, international certifications and international logistics infrastructure.

Keywords: Exportable supply, grape, comparative analysis.

Introducción

Las exportaciones no tradicionales agrícolas, en estos últimos años se acercan a representar al 50% del total de las exportaciones no tradicionales. En el Perú las uvas y paltas son los principales productos agrícolas que sustentaron este crecimiento. Según Comex Perú (2018), en el 2018 las uvas ocuparon el segundo lugar del ranking de los productos no tradicionales exportados, con un crecimiento del 40.6% comparado con el periodo 2017. Asimismo, del ranking se muestra a Chile como líder en la exportación de uva de mesa, sus exportaciones se encuentran en constante crecimiento incluso algunos años llega al doble de la cantidad que exporta Perú.

En ese contexto la tesis tiene como motivación determinar los factores de oferta exportable de la uva entre Perú y Chile en los periodos 2013-2018. Para poder cumplir el objetivo planteado el estudio está dividido por los siguientes capítulos: Capítulo I, donde se detalla lo referente al planteamiento del estudio, se desarrolla la delimitación de la investigación, se formulan los problemas, los objetivos y la justificación de la investigación. En el Capítulo II, se consideró el marco teórico y conceptual, donde se explora los antecedentes, se analizan las bases teóricas de este estudio y la definición de los términos básicos. El Capítulo III, se plantea la identificación de las variables y la operacionalización de las variables. El Capítulo IV, se desarrolla la metodología de la investigación, donde se analiza el tipo y diseño de la investigación, la población y muestra, asimismo las técnicas para la recolección de datos, la descripción de los instrumentos para el manejo de información, así como también la validez y confiabilidad de instrumentos, además las técnicas para el procesamiento y análisis de los datos. En el Capítulo V, se analizan los resultados de la investigación, se desarrolla la presentación e interpretación de los datos obtenidos en tablas, gráficas y figuras, y la discusión de resultados.

Capítulo I: Planteamiento del estudio

En el capítulo se estableció las delimitaciones, planteamiento, formulación del problema; objetivo de la investigación y justificación que ayudaron a la gestión y desarrollo de la investigación.

1.1. Delimitación de la investigación

1.1.1. Territorial

La tesis incide en el análisis de los factores de la oferta exportable en las exportaciones de uva, considerando como unidad de análisis al país de Perú y Chile.

1.1.2. Temporal

El estudio consideró como línea de tiempo a los periodos comprendidos entre el 2013 a 2018.

1.1.3. Conceptual

La oferta exportable comprende cuatro capacidades: capacidad física, económica, financiera y de gestión, según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR] en la guía práctica del exportador con título el ABC del comercio exterior, 2014 y los libros de (Ledesma, Dominguez , Gnazzo, & Alaskar , 2004), (Procomercio, 1999), (Cantos , 1998), (Mayorga & Araujo, 1992), (Sierralta, 2007), (Huesca, 2012) y (Monchon & Alberto, 2008) , por lo tanto se analizó a la oferta exportable con las siguientes dimensiones: infraestructura productiva, precio internacional, certificaciones internacionales e infraestructura de logística internacional de la uva de los países de Perú y Chile.

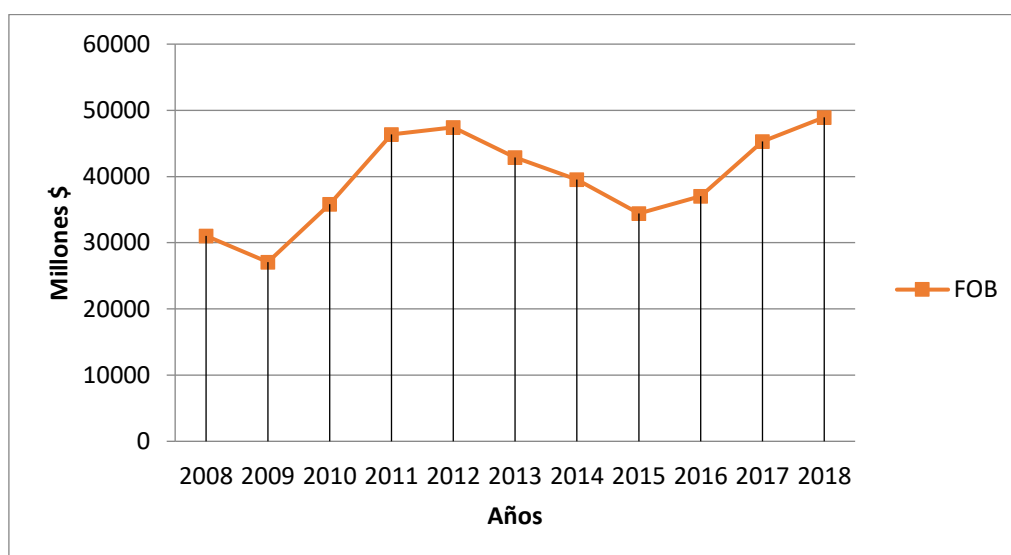
1.2. Planteamiento del problema

El Perú, implementó medidas de apertura comercial, a través de negociaciones comerciales y el establecimiento de políticas arancelarias que permite el ingreso de las importaciones con cero de *Ad Valorem*. En contrapartida nuestras exportaciones accedan al mercado de destino con similar tratamiento.

La importancia de las exportaciones en el desarrollo del país es incuestionable, pues de acuerdo con la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [PROMPERU] en los últimos años representó entre 21 y 25% del Producto Bruto Interno [PBI]. Y en el 2017 generó 1 millón 154 mil empleos directos a nivel nacional. Las exportaciones, por tanto, son actividades que aportan al crecimiento económico y generación de empleo.

El comportamiento de las exportaciones en general, desde el 2008 al 2018 tiene la siguiente tendencia como se muestra en la figura 1.

Figura 1.
Exportaciones (FOB millones de \$).



Nota: Banco Central de Reserva del Perú (2018)

Las exportaciones tienen un crecimiento sostenido desde el 2015, logrando un resultado de 48 942 millones de dólares el 2018, estos resultados incluyen las exportaciones tradicionales y no tradicionales, de ello, se desprende que las exportaciones no tradicionales las que acogen a nuevos productos al mercado internacional, de ahí la importancia de su estudio y análisis.

Entre los productos exportados considerados como exportación no tradicional se encuentra la uva, la palta, el mango, los arándanos, entre otros productos agrícolas. Por ello es necesario analizar el comportamiento de las exportaciones no tradicionales. El comportamiento de las exportaciones no tradicionales se muestra en la tabla 1.

Tabla 1.

Exportaciones totales y exportaciones no tradicionales en el Perú 2008-2018 (Millones de \$).

Año	No tradicional	Total	% Participación
2008	7562	31018	24%
2009	6196	27071	23%
2010	7699	35803	22%
2011	10176	46376	22%
2012	11197	47411	24%
2013	11069	42861	26%
2014	11677	39533	30%
2015	10895	34414	32%
2016	10782	37020	29%
2017	11699	45275	26%
2018	13214	48942	27%

Nota: Banco Central de Reserva del Perú (2018).

Fuente: Elaboración propia.

Las exportaciones no tradicionales representan entre el 22 y el 32% de las exportaciones totales, esto muestra que la cuarta parte del total de las exportaciones incluye otros productos que permiten diversificar la oferta exportable y posicionar mejor a otras que ya tienen presencia en el mercado internacional.

Dentro de la exportación no tradicional tenemos productos de los sectores: agropecuario, pesquero, textil, maderas y papeles, químicos, minerales no metálicos, joyería,

siderúrgicas, metal mecánico entre otros. Por lo que nos interesa presentar el comportamiento de las exportaciones no tradicionales agrícolas que lo presentamos en la tabla 2.

Tabla 2

Exportaciones no tradicionales agrícolas y exportaciones no tradicionales en el Perú 2008-2018 (Millones de \$)

Año	Total	Agrícola	%
2008	7562	1913	25%
2009	6196	1828	29%
2010	7699	2203	29%
2011	10176	2836	28%
2012	11197	3083	28%
2013	11069	3444	31%
2014	11677	4231	36%
2015	10895	4409	40%
2016	10782	4702	44%
2017	11699	5128	44%
2018	13214	5909	45%

Nota: Banco Central de Reserva del Perú (2018)

Fuente: Elaboración propia.

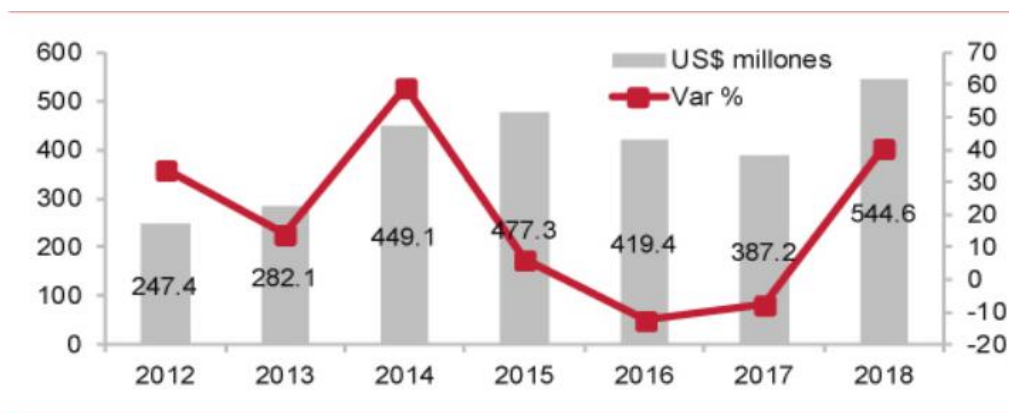
Las exportaciones no tradicionales agrícolas, en estos últimos años se acercan a representar al 50% del total de las exportaciones no tradicionales. Las uvas y las paltas son los principales productos agrícolas que sustentaron este crecimiento.

De acuerdo con la Sociedad de Comercio Exterior del Perú [COMEX PERÚ], en el 2018 las uvas ocuparon el segundo lugar del ranking de los productos no tradicionales exportados, con un crecimiento del 40.6% comparado con el 2017.

El comportamiento de las exportaciones de este fruto se muestra en la figura 2:

Figura 2.

Evolución de las exportaciones peruanas de uvas frescas (enero-noviembre)



Nota: Sociedad de Comercio Exterior del Perú-Semanario 968 (2018)

La uva tuvo una caída de las exportaciones durante el 2015 y el 2016, con una leve recuperación en el 2017 y un repunte en el 2018. Por ello muestra un crecimiento del 40.6% el 2018 comparado con el 2017.

Sin embargo, en esta economía globalizada al igual que Perú otros países también exportan uva. En la tabla 3 se presenta el ranking de los países que exportan uva.

Tabla 3*Ranking de los 10 países exportadores de uva 2014-2018 (Millones de \$)*

País	2014	2015	2016	2017	2018
Mundo	8061020	7661193	7811474	8320580	
Chile	1503594	1351158	1400125	1231430	1074239
Estados Unidos de América	1029075	909700	916396	903023	926279
Italia	758120	717831	742819	858119	778650
China	358824	761873	663604	735160	689599
Países Bajos	773458	524708	590242	656331	998607
Perú	642374	708689	659718	651212	
Sudáfrica	496689	481542	435975	540961	570327
Hong Kong, China	320750	343320	354651	363648	369197
España	344362	332091	323170	321229	390568
Australia	216406	194748	325322	294785	306812

Nota: Trade map (2019).

Fuente: Elaboración propia

Entre el 2014 y el 2018, la ubicación de los 3 primeros países en el ranking no se ve alterado, lo que señala que Chile, Estados Unidos e Italia, tienen una oferta exportable robusta y sustentable. Sin embargo, podemos apreciar el posicionamiento de China entre los primeros países, la caída de Perú en el 2016 y el 2017.

Del Ranking muestra a Chile como líder en la exportación de uva de mesa, comparando al Perú con el primero del ranking, las estadísticas que Chile exporta más que Perú e incluso algunos años más del doble de lo que exporta Perú. Sin embargo, en los últimos años Chile viene perdiendo su participación en las exportaciones; por las ventanas estacionales, donde Perú aprovecha al máximo, anticipándose a las exportaciones en diversos mercados del mundo.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿Cuáles son los factores de oferta exportable de la uva entre Perú y Chile en los periodos 2013-2018?

1.3.2. Problemas específicos

PE1. ¿Cuáles fueron las características de la infraestructura productiva de la uva que inciden en los países de Perú y Chile?

PE2. ¿Cuáles fueron las variabilidades del precio internacional de la uva en los países de Perú y Chile?

PE3. ¿Cuáles fueron las certificaciones internacionales de la uva que inciden en los países de Perú y Chile?

PE4. ¿Cuáles fueron las características de la infraestructura de logística internacional de la uva que inciden en los países de Perú y Chile?

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

Determinar los factores de oferta exportable de la uva entre Perú y Chile en los periodos 2013-2018.

1.4.2. Objetivos específicos

O_{E1}. Identificar las características de la infraestructura productiva de la uva que incidieron en los países de Perú y Chile.

O_{E2}. Establecer las variabilidades del precio internacional de la uva en los países de Perú y Chile.

O_{E3}. Analizar las certificaciones internacionales de la uva que incidieron en los países de Perú y Chile.

O_{E4}. Analizar las características de la infraestructura logística internacional de la uva que incidieron en los países de Perú y Chile.

1.5. Justificación de la investigación

1.5.1. Justificación teórica

La tesis tuvo como motivación determinar los factores de la oferta exportable en las exportaciones de uva entre Perú y Chile: 2013-2018, para ello se utilizó libros de negocios internacionales, manuales del MINCETUR, Ministerio de Agricultura y Riego [MINAGRI] y boletines de publicaciones de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias [ODEPA] del Ministerio de Agricultura. En el caso del hermano país de Chile, se utilizará la información de las principales entidades o similares al del Perú.

1.5.2. Justificación práctica

El resultado de la tesis servirá para explicar lo que sucedido a través del tiempo con los factores de la oferta exportable en las exportaciones de uva entre Perú y Chile: 2013-2018, lo que servirá como base para futuros estudios por parte de este u otros investigadores interesados en el tema e incluso para todas las empresas productoras y exportadoras para una mejor toma de decisiones en el tema.

Capítulo II: Marco Teórico

En el capítulo se establece los antecedentes en general que se consideró válido para la investigación; las bases teóricas consideradas como directriz para el desarrollo de la presente investigación y también se verá la definición de términos básicos para la mejor comprensión del tema y estudio a tratar.

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Artículos científicos

Sanchez , Ferreira, & Firmino (2013) con el estudio titulado “Determinantes de la oferta de exportación de mango: estudio de caso para el Perú”, publicado en la Revista de Economía e Sociología Rural, Brasilia, Brasil. Tuvo como objetivo analizar los factores determinantes de las exportaciones de mango realizadas por el Perú, dando un mayor enfoque a los principales mercados de destino, como son los Estados Unidos y la Unión Europea para el período de 2000 a 2011. La metodología empleada en la investigación es el modelo económico $QX_t = f(PD_t, PE_t, Y_t, TC_t)$. El instrumento empleado fue el Modelo de Vector de Corrección del Error. Los resultados muestran que los precios internacionales y la renta de los importadores, son determinantes para explicar la exportación de esta fruta. La conclusión principal es que resultados obtenidos muestran que, de las variables utilizadas en el modelo, los precios domésticos (LPDP) y los precios al por mayor en la UE (LPAUE) exhiben resultados estadísticamente significativos y que los precios al por mayor en los EE. UU. (LPAEUA) y el tipo de cambio (LTC) no muestran los resultados esperados. Se esperaba que las dos variables explicativas LPAEUA y LTC explicasen de forma positiva a la cantidad exportada, sin embargo, las variables LYEUA y LYUE si muestran resultados esperados, lo que demuestra la importancia de estos mercados como principales demandantes de esta

fruta. Por tanto, este estudio ayuda al entendimiento general de la dinámica de la exportación de mango del Perú. Estudios posteriores deben dar mayor énfasis a temas como los acuerdos de cooperación comercial y libre comercio que el Perú tiene con sus principales demandantes (países importadores de algún producto nacional), como también comparar la capacidad exportadora del Perú con relación a sus competidores vecinos de los cuales Brasil es el más importante.

El artículo desarrollado por Cerda, García, Aguilera, & Villagrán (2011) titulado “Determinantes de la Competitividad de las Exportaciones de uva de mesa chilena, 1984-2004” Universidad de Talca, Talca, Chile. En el artículo científico se tuvo como objetivo general medir la competitividad de la uva de mesa chilena a través del índice de Vollrath y determinar cuáles son las principales variables que lo afectan. La metodología utilizada fue el modelo de regresión múltiple que incluye las variables que influyen la competitividad de las exportaciones de uva de mesa chilena en el exterior. El instrumento empleado para realizar la comparación se utilizó como referentes los cinco principales exportadores de uva de mesa en el mundo. A partir de dicho índice se estimó un modelo de regresión que permitió conocer la influencia de las variables económicas sobre dicho índice y cuantificar los efectos de las variables sobre la competitividad de las exportaciones de uva de mesa chilena. El procesamiento de los datos y las estimaciones se llevaron a cabo usando el software SPSS v. 15.0. Los principales resultados para la estimación de la ventaja comparativa son que los países presentan un nivel económico óptimo cuando logran exportar aquellos bienes en los cuales tienen ventajas comparativas. Según esta premisa los resultados muestran que los países que la cumplen son Sudáfrica, España, Grecia, Italia y Chile. Para Chile, durante el período 1984-2004, se comprobó que el VCR_v fue mayor a cero, lo que indica que el país es competitivo en las exportaciones de uva de mesa. También se corroboró

que este índice es superior a todos los países nombrados anteriormente, por lo tanto, Chile posee una mayor especialización en el mercado de la uva de mesa y para la estimación del modelo se utilizó el método de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO). La principal conclusión es que luego de haber obtenido los cálculos para el índice de competitividad y de ser incorporado como variable dependiente al modelo resultante, se concluye que Chile es competitivo en las exportaciones de uva de mesa, mostrando un significativo aumento a partir del año 1997.

2.1.2. Tesis nacionales e internacionales

La investigación desarrollada por Coronel, K. (2017) titulada “Factores que determinan la oferta exportable de uva fresca en el Perú: 2000-2015”, Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima, Perú. En la investigación tuvo como objetivo general analizar los factores que determinan la oferta exportable de uva fresca en el Perú: 2000-2016. La metodología utilizada fue descriptivo-explicativo, el instrumento empleado fue la recopilación de información secundaria y el uso del método analítico - sintético y económico. El principal resultado fue que al realizar el análisis de regresión múltiple en la que se incluyeron las variables: precio de las exportaciones de uva fresca, índice de tipo de cambio real multilateral, índice de remuneración mínima vital, coeficiente de inversión bruta fija y exportaciones totales de uva fresca, los factores que determinan la oferta exportable de uva fresca en el Perú son el coeficiente de inversión bruta fija y el índice de remuneración mínima vital, en la cual se excluyeron las variables precio de las exportaciones e índice de tipo de cambio real multilateral ya que fueron no significativas en el estudio. La principal conclusión es que la estructura productiva de la uva favorece a la exportación del país, ya que el Perú posee potencial en la producción y exportación, por los altos rendimientos y productividad, creciendo en promedio anual de 4.8 y 12.4 por ciento respectivamente, asimismo, las regiones que

impulsan más la exportación y producción de uva fresca son Ica y Piura, ya que entre las dos poseen el 69 por ciento de la producción nacional, el 62.85 por ciento de superficie cosechada nacional y los mayores rendimientos dentro del Perú.

La tesis desarrollada por Espinoza, C. (2018), titulada “Principales limitaciones que enfrentan la producción de arándanos en la Región de La Libertad para su oferta exportable al mercado de Estados Unidos”, Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú. Tuvo como objetivo determinar las principales limitaciones que enfrenta la producción de arándano en la región de La Libertad para su oferta exportable al mercado de Estados Unidos, la metodología utilizada es un enfoque mixto con alcance Exploratorio Cualitativo de Estudio de Casos ya que mediante ella se ha logrado la recolección y el análisis profundo de datos cualitativos. El instrumento empleado fue la revisión documental, entrevista a profundidad y cuestionario estructurado. Los principales resultados según lo obtenido, se afirma que la limitante “Inversión” es el factor que más afecta de manera directa para generar una oferta exportable. Se identificó que el total de los entrevistados señalan a la Inversión como la limitante que engloba el resto de las limitaciones detectadas, ya que, para contar con un buen asesoramiento técnico, tecnología de punta y un buen servicio logístico se requiere el capital suficiente para adquirirlo. Al ver que es una limitante la inversión el Estado ha tomado la decisión de apoyar a los futuros pequeños inversionistas de zonas rurales mediante el acceso y facilitación de un préstamo mediante el Banco Agropecuario – Agrobanco y así fomentar el cultivo de *berries*, las limitantes restantes como falta de conocimiento técnico, la falta de innovación tecnológica y las condiciones del servicio logístico existentes pueden ser aplicables de la mejor manera al contar con una buena inversión en el proyecto. El estudio concluye que las cuatro limitaciones identificadas en la presente investigación son reconocidas por los expertos sometidos a los instrumentos

empleados de acuerdo al diseño utilizado en la presente investigación y que la producción de arándanos ya está tomando presencia en La Libertad, generando crecimiento económico a esta región, arriesgando alta inversión en este cultivo con el fin de que el retorno económico sea significativo ya que adicional al capital que se debe de invertir incluye otra serie de limitaciones. Lo mencionado, confirma el objetivo planteado sobre la alta inversión como limitación.

Chipana & Velarde (2017) desarrollaron la tesis con título “Factores que impulsan a la exportación de arándanos frescos de la Región de Lima”, Universidad San Martín de Porras, Lima, Perú. Tuvo como objetivo general determinar los factores que impulsan a la exportación de arándanos frescos en la región de Lima. La metodología utilizada de la presente investigación es un diseño no experimental, con un enfoque cualitativo y un alcance explicativo, asimismo, se realizó una investigación descriptiva simple. El instrumento empleado son las entrevistas a diversos especialistas de entidades públicas como privadas y cuestionario estructurado dirigido a los gerentes generales y/o comerciales de las mypes exportadoras de arándanos frescos de la región de Lima. Los principales resultados son que la demanda internacional es un factor que impulsa a la exportación de arándanos frescos en la región de Lima, el 100% de los encuestados considera el precio, la estacionalidad como factores que impulsan la exportación de arándanos frescos. Asimismo, es necesario considerar otros factores la apertura de accesos a nuevos mercados, formar una alianza estratégica quizás con Chile, para no enfrentarnos, si no complementarnos y formar alianzas con los pequeños productores de esta manera internacionalizar el producto en otros mercados internacionales. La principal conclusión es que el incremento de las exportaciones del arándano peruano ha sido intenso durante los últimos cuatro años, ya que pasó de casi cero exportaciones en el 2011, para culminar con más de los US\$ 232.9 millones en el

2016, esto debido a diversos factores que impulsan a la exportación de arándanos, tales como la demanda, el precio y la estacionalidad.

Larco, Y. (2015) con la investigación titulada “Determinantes de la oferta exportable de esparrago fresco de la economía peruana: periodo 2005-2013”, Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú. Tuvo como objetivo general identificar los determinantes de la oferta exportable de esparrago fresco peruano: periodo 2005-2013. La metodología utilizada fue el diseño no experimental y de corte longitudinal. El instrumento empleado es la guía de análisis de contenido. Los principales resultados de esta investigación es que se definió a la oferta como la cantidad en toneladas de esparrago fresco que los productores nacionales están dispuestos a vender al extranjero a los distintos precios del mercado, la cual dependen de varios factores como el precio del producto, el precio de los factores de producción (salario mínimo vital), la tecnología (coeficiente de inversión bruta fija) y el índice de tipo de cambio multilateral, que generan incrementos y disminuciones en la cantidad ofrecida. Al obtener los resultados del modelo utilizado con las variables estudiadas se concluye que solo dos variables influyen en el modelo de exportación de espárragos frescos el precio y costos de producción. La principal conclusión es que los determinantes de la oferta exportable de esparrago fresco durante el periodo 2005-2012 son solo el precio de las exportaciones (con una incidencia positivamente en la cantidad ofertada) y el índice de remuneración mínima vital.

El tesis desarrollada por Benites & Cruz (2017) titulada “Determinantes de la oferta exportable de Quinoa peruana para el periodo 2000-2016”, Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú. Tuvo como objetivo general identificar los principales factores determinantes de la oferta exportable de quinua peruana durante el periodo 2000-2016. La metodología utilizada es de diseño transversal o transaccional: descriptiva. El

instrumento empleado es modelo econométrico y entrevista a especialistas en el campo. El resultado de la investigación es que el Perú es el principal productor y exportador de quinua a nivel mundial, el enfoque de estudio y el modelo econométrico es en base a la oferta exportable que viene a ser el volumen de exportaciones de quinua peruana, estudiando los factores expectativos, tecnología, precio, costo de los factores de producción el número de vendedores que serán el input del modelo econométrico a analizar. La conclusión principal de la investigación es que, al aplicar el modelo econométrico de series de tiempo, permitió medir y cuantificar el impacto de cada una de las variables, seleccionadas bajo la teoría económica, en el volumen exportado de quinua, por tanto, los determinantes que mejor explican la oferta exportable de quinua peruana para el periodo 2000-2016 son: precio, coste de factores y tecnología. Empero, los signos de los coeficientes de las tres variables se reflejaron contradictorios, esto debido a los efectos que ha tenido la sobreproducción del año 2014 en el comportamiento de las exportaciones, una oferta inelástica con relación al precio.

La tesis desarrollada por Quintanilla & Prieto (2016) titulada “Análisis de mercado canadiense para determinar la oportunidad de exportar arándano fresco del distrito La Joya, Arequipa 2016”, Universidad Católica de Santa María, Arequipa, Perú. Tuvo como objetivo general determinar las oportunidades para exportar arándanos frescos al mercado de Canadá. La metodología utilizada es descriptiva y explicativa. El instrumento empleado para la investigación fue la recolección de datos secundarios de instituciones como: PROMPERU, PROMPEX, SIICEX, MINAG, Cámara de Comercio. Los principales resultados en la investigación demuestran que los factores que determinan la viabilidad de las exportaciones de arándanos peruanos al mercado canadiense son la estacionalidad, regulación y normas de ingreso, acuerdo comercial, aranceles, impuestos, transporte y distribución, precio y rendimiento, demanda y

consumo per cápita. Otro resultado que se tuvo fue el gran potencial de la demanda, donde la producción y consumo mundial de arándano se concentra en el hemisferio norte, en especial en países como Estados Unidos y Canadá por la tendencia del consumo de productos naturales. La conclusión principal es que 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. Además, Canadá es un mercado consolidado y atractivo para la exportación de arándanos, 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.

Cárdenas, E. (2016) desarrollo la tesis titulada “Factores que inciden en los niveles de exportación de Piña Ecuatoriana al mercado chileno”, Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Tuvo como objetivo general determinar los factores que inciden en los niveles de exportación de la piña ecuatoriana al mercado chileno. La metodología utilizada es de enfoque Cuantitativo y Cualitativo ya que se mostrará mediante análisis estadísticos y percepciones, a su vez, se utilizará la investigación descriptiva, para obtener una información veraz y oportuna. El instrumento empleado es la entrevista de preguntas abiertas para los funcionarios de Pro Ecuador y Ministerio de Comercio Exterior y para los productores la encuesta con cuestionario de preguntas abiertas y cerradas. Los principales resultados son que en el año 2014 se incrementó la producción de la piña en un 6,22% a diferencia del 2012, este incremento se debe a las exportaciones e importaciones que se suscitaron, de la misma forma se puede mencionar que la oferta influyó de forma directa en los precios mundiales el mismo que descendió

en un 4.59%. Además, el precio de la piña no ha evolucionado de manera tan alentadora experimentando una disminución de 5% del 2013 al 2014. Sin embargo, el precio del 2012 fue aún menor por el incremento de producción de piñas en Costa Rica. También la demanda de piñas a nivel mundial muestra una cara positiva en el 2014 se incrementó el 2.70% con relación al año anterior, aunque es una tasa inferior a la de otros periodos, en el 2014 se logró la mayor cantidad de importaciones de todo el período presentado con un total de 3.211 toneladas a nivel mundial y según los informes de comercio internacional la producción aumentó desde el 2012 hasta el 2014 en un 6.22%, esta tasa de crecimiento se debió al mayor nivel de rendimiento del productor más importante que es Costa Rica. La conclusión principal es que el sector productivo de piña ha incrementado en los últimos años y es relevante el logro de mayor productividad. Ecuador no se ha quedado atrás en este aspecto y sigue en la constante lucha de defender su posición en mercados internacionales, debido a que la piña ecuatoriana en Chile es altamente demandada, las relaciones comerciales apuntan al crecimiento. La tasa de crecimiento promedio anual alcanza el 15% cifra positiva y de la cual se puede esperar mejores resultados.

La tesis desarrollada por Calua, D. (2017) titulada “Factores que influyen en el crecimiento de las exportaciones de Sacha Inchi en Perú”, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina. Tuvo como objetivo general identificar y analizar los factores que han influido en el crecimiento de las exportaciones de Sacha Inchi de Perú, para generar información específica en torno a los factores que han impactado sobre su inserción en el mercado externo. La metodología usada es descriptiva, cuantitativa y cualitativa. El instrumento utilizado es la información secundaria utilizando como información estadística a COMTRADE, DATABASE, TRADEMAP, PERUTRADE, PROMPERUTRADE, SUNAT, SISCEX, BCRP y OMC y el análisis del Índice de las

ventajas comparativas reveladas, más el diamante de Porter. Los principales resultados obtenidos muestran al Perú, como primer productor y exportador mundial de Sacha Inchi. Perú presenta una política de libre mercado favorable el intercambio con aranceles preferenciales. Sin embargo, el índice de Balassa muestra que el sector, no presenta especialización en la exportación de este producto. En relación con la condición de los factores el origen del crecimiento exportador se apalanca principalmente en las ventajas comparativas para el desarrollo del cultivo de Sacha Inchi. En lo referente a la condición de la demanda, existe baja demanda interna. La demanda externa es uno de los factores que ha determinado el crecimiento en la exportación de este producto, principalmente por los países de Europa. La principal conclusión es que los factores de crecimiento de las exportaciones del Sacha Inchi, han estado influenciadas por la demanda externa al consumo a productos de origen natural y; Perú teniendo las ventajas comparativas para su desarrollo más condiciones de aranceles preferenciales para su exportación ha logrado posicionarse como referente en el mundo; sin embargo este crecimiento no será sostenible, sino se priorizan inversiones de infraestructura, de programas de investigación y desarrollo de innovación tecnológica que ayuden a mejorar la especialización del sector.

El estudio de Cisneros, G. (2013) que tiene como título “Exportación de aguacate de la provincia de Manabí - Ecuador y la demanda requerida en Bogotá-Colombia”, Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Tulcán, Ecuador. Se tuvo como objetivo determinar la demanda de aguacate en Bogotá – Colombia para su exportación desde la provincia de Manabí- Ecuador. La metodología utilizada es Cualitativa y Cuantitativa. El instrumento empleado es la entrevista a los 5 mayores productores de aguacate de la provincia de Manabí y la información de fuentes secundarias, como del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura, Pesca [MAGAP] y TRADE MAP.

Los principales resultados son que Colombia cuenta con diferentes tipos de acuerdos los cuales le permiten acceder a nuevos mercados y tener una buena relación comercial con los diferentes países a nivel mundial, por ello para la realización de la exportación de aguacate es muy importante determinar la demanda insatisfecha, la misma que permite conocer si el producto es apetecido por el mercado meta es decir la población de Bogotá consume 5, 6% de aguacate, lo cual según un estudio realizado por el Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia indica que es recomendable consumir 11,08 kg de aguacate anuales, y el porcentaje de cobertura del proyecto es del 19%. La conclusión principal es que, a nivel de viabilidad comercial, actualmente Colombia tiene producción de aguacate, pero se ha enfocado en exportar y se ha olvidado del consumo interno, por lo que se puede introducir el producto a este mercado.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Oferta

Según Parkin (2009) afirma: que la oferta es la relación entre la cantidad ofrecida de un bien y su precio cuando todos los demás factores que influyen en los planes de venta permanecen constantes. La oferta depende de los precios de los recursos utilizados en la producción de un bien, de los precios de los bienes relacionados que se producen, de los precios esperados en el futuro, del número de proveedores y de la tecnología (p.80).

Para los autores Monchon & Alberto (2008) afirman: que la oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas producen y venden sus productos. La tabla de oferta representa, para unos precios determinados, las cantidades que los productores estarían dispuestos a ofrecer.

- La cantidad ofrecida de un bien es la que los vendedores quieren y pueden vender.
- La tabla de oferta muestra las distintas cantidades de un bien que los productores desean ofrecer para cada precio.
- La tabla de oferta individual muestra las distintas cantidades de un bien que un productor desea ofrecer para cada precio, por unidad de tiempo, permaneciendo los demás factores constantes. (p.31).

Para analizar las alteraciones en la oferta, dado que la curva de oferta muestra exclusivamente los efectos de variaciones en los precios sobre la cantidad ofrecida, debemos centrarnos en las variaciones de las otras variables distintas del precio del bien.

Estas son:

- El precio de los factores productivos.
- Los precios de los bienes relacionados.
- La tecnología existente.
- El número de empresas oferentes. (p.p.33;34).

2.2.2. Oferta exportable

Según Mincetur (2014) define a la oferta exportable como el producto competitivo que cumple con los estándares de calidad, con la capacidad de abastecimiento continuo y sostenido en función de los volúmenes exigidos por el comprador, en un determinado mercado, en el momento requerido. Por lo cual la oferta exportable involucra cuatro capacidades de la empresa: la productiva, el económico financiero, la comercial y, finalmente, la de personal y gestión. En este conjunto de capacidades, está implícita la posibilidad de ser competitivos en los mercados

internacionales. A esto también se le conoce como ser una empresa de categoría mundial. Una empresa califica como tal si:

- Su producto compite en precio y calidad con los importados.
- El proceso de producción compite en eficiencia y confiabilidad con los extranjeros.
- El control de calidad y de sus proveedores es competitivo respecto de los de sus competidores extranjeros.
- Tiene personal que puede hablar y escribir en inglés.
- Cuenta con materia prima de la calidad requerida para su proceso de producción cerca de su empresa.
- Conoce al personal dónde se está exportando o se pretende exportar.
- Tiene metas y objetivos de productividad claramente conocidos por toda la organización.

De igual forma según Mincetur (2013) define que el tener una oferta exportable no sólo significa, como muchos piensan, que se debe contar con los volúmenes solicitados por el importador o con un producto acorde con las exigencias del mercado de destino, sino que implica mucho más. Las empresas deben contar con cuatro componentes que se encuentran interrelacionados:

2.2.2.1. Capacidad física.

Está referida a la capacidad instalada con la que se cuenta, considerando insumos, tecnología y volúmenes de producción que permitan atender la demanda reduciendo cualquier contratiempo, buscando siempre cumplir con los requerimientos de los clientes.

2.2.2.2. *Capacidad económica.*

Se refiere a la posibilidad de solventar la actividad de exportación y el costo que implica este proceso, apoyado en la capacidad de utilizar recursos propios, ajustándose a las condiciones de un entorno competitivo.

2.2.2.3. *Capacidad financiera.*

Se entiende por ésta a la alternativa de cubrir una necesidad de recursos a través de endeudamiento con terceros.

2.2.2.4. *Capacidad de gestión.*

Es el grado que se debe alcanzar para posicionar un producto de manera competitiva en el mercado internacional, siguiendo objetivos que se logran con el respaldo de profesionales capacitados e idóneos para implementar una estrategia de internacionalización. (pp.17-18).

Además, según los autores Ledesma, Dominguez , Gnazzo, & Alaskar (2004) afirman: que una vez analizada, evaluada y aprobada la capacidad de internacionalización de las potenciales empresas integrantes, de los consorcios, se seleccionara a los miembros teniendo en cuentas varios aspectos como:

- *La Oferta Exportable*

Si bien las empresas integrantes conforman un consorcio de exportación para consolidar su oferta exportable, es fundamental que las empresas miembros dispongan de un volumen y continuidad que les permita establecer estrategias de comercialización para abordar diferentes mercados en el mediano y largo plazo.

- *Conformación de una mayor oferta exportable*

La complementación de la oferta de las empresas integrantes permite conformar un volumen exportable mayor, que viabiliza el acceso a compradores de diferentes segmentos de mercado.

Según el autor Huesca (2012) afirma: que la oferta exportable es la capacidad de producción para exportación, compromisos externos e internos y posibilidades de atender pedidos grandes. (p.103).

Para la Secretaria de Economía de México (2016) tener una oferta exportable es contar con un producto competitivo (que cumpla los requerimientos de calidad, precio y ventajas competitivas) y tener la capacidad de producción, entrega a tiempo y flexibilidad para cumplir con los términos de su contrato de exportación.

Para saber si cuenta con oferta exportable:

- a. Debe contar con un producto competitivo.
- b. Conozca la capacidad y ritmo de producción de su empresa para saber si puede cumplir con los volúmenes solicitados por su cliente sin disminuir la calidad de su producto; de lo contrario se corre riesgo de no permanecer en el mercado y perder credibilidad en el exterior.
- c. Debe contar con los apoyos suficientes para presentar su producto en el exterior de manera adecuada como folletos de calidad adaptados al mercado meta.
- d. En el caso de empresas micro, pequeñas y medianas, es conveniente analizar la posibilidad de integrarse con empresas de su mismo ramo o de productos complementarios.

2.2.3. Capacidad exportadora

Según Mincetur (2013) indica que es necesario medir la capacidad exportable de la empresa en cuanto a su sistema de producción o acopio, de gestión, estructura, niveles de precios, soporte financiero y cultura exportadora. Es recomendable que la empresa haga un inventario de los contactos establecidos con proveedores, clientes y otros agentes económicos. Lo cual resulta de suma importancia realizar un plan de exportación para saber si se está listo para exportar.

Para el autor Cantos (1998) afirma: que la capacidad exportadora dependerá de los siguientes factores:

- *Capacidad física*

Crear una oferta exportable, exportar no significa que debemos dejar de vender mercancía a nuestros clientes nacionales para vender a mercados extranjeros. La empresa debe disponer de capacidad productiva suficiente para poder atender ambos mercados.

- *Capacidad administrativa*

El empresario no puede ser un todólogo. La exportación significa que la empresa deberá crear un aparato administrativo nuevo, que permita gestionar toda la documentación necesaria para realizar las operaciones internacionales. Es por ello que el empresario deberá demostrar sus dotes de delegación en personas que lo apoyen en las actividades internacionales.

- *Capacidad económica*

La actividad exportadora puede implicar grandes inversiones que no tendrán un resultado económico hasta un periodo de tiempo que puede llegar ser

largo y no corto plazo. No nos extrañe que en un proceso de exportación estemos un año entero invirtiendo hasta recibir el primer pedido.

- *Recursos humanos*

La actividad de importación-exportación es una actividad que requiere de los cinco sentidos, es decir el personal dedicado a estas tareas debe tener unas características especiales, diferentes al resto de los trabajadores de la empresa: dominio de idiomas, conocimientos avanzados de marketing, logística, buenos dotes de negociación, disponibilidad de viajar entre otras capacidades y habilidades. (pp.79-80).

2.2.4. Diagnóstico de la capacidad exportadora

Según el autor Otero (2008) afirma: que el análisis de los recursos y capacidades de la propia empresa determinara cuáles son sus puntos fuertes, que le permitan mantener y desarrollar una ventaja competitiva internacionalmente, y cuáles son sus puntos débiles, que suponen un riesgo para conseguir sus objetivos de exportación a medio-largo plazo. La forma más adecuada para llevar a cabo este análisis interno es la elaboración de un diagnóstico de su capacidad exportadora.

Un diagnóstico de la capacidad exportadora no es otra cosa que un método de evaluación que permite de forma sencilla y objetiva, evaluar cuantitativa y cualitativamente las capacidades de las que dispone la empresa, y en base a ellas ofrecer una visión clara de cuáles son las debilidades y las fortalezas con que cuenta para afrontar su salida al exterior. (p.44).

Este método de análisis proporciona, para cada área clave de la empresa como comercialización, marketing, producción y finanzas, una serie de variables para evaluar

el grado de eficiencia, con ello determinar si estamos ante una fortaleza o debilidad, asignando una valoración numérica en cada caso.

El objetivo de todo diagnóstico de exportación es tratar de evaluar y medir la capacidad de la empresa para iniciar un proceso de internacionalización, identificando aquellas carencias que deberían ser solventadas antes de iniciar el proceso, con el fin de asegurar el éxito. (p.45).

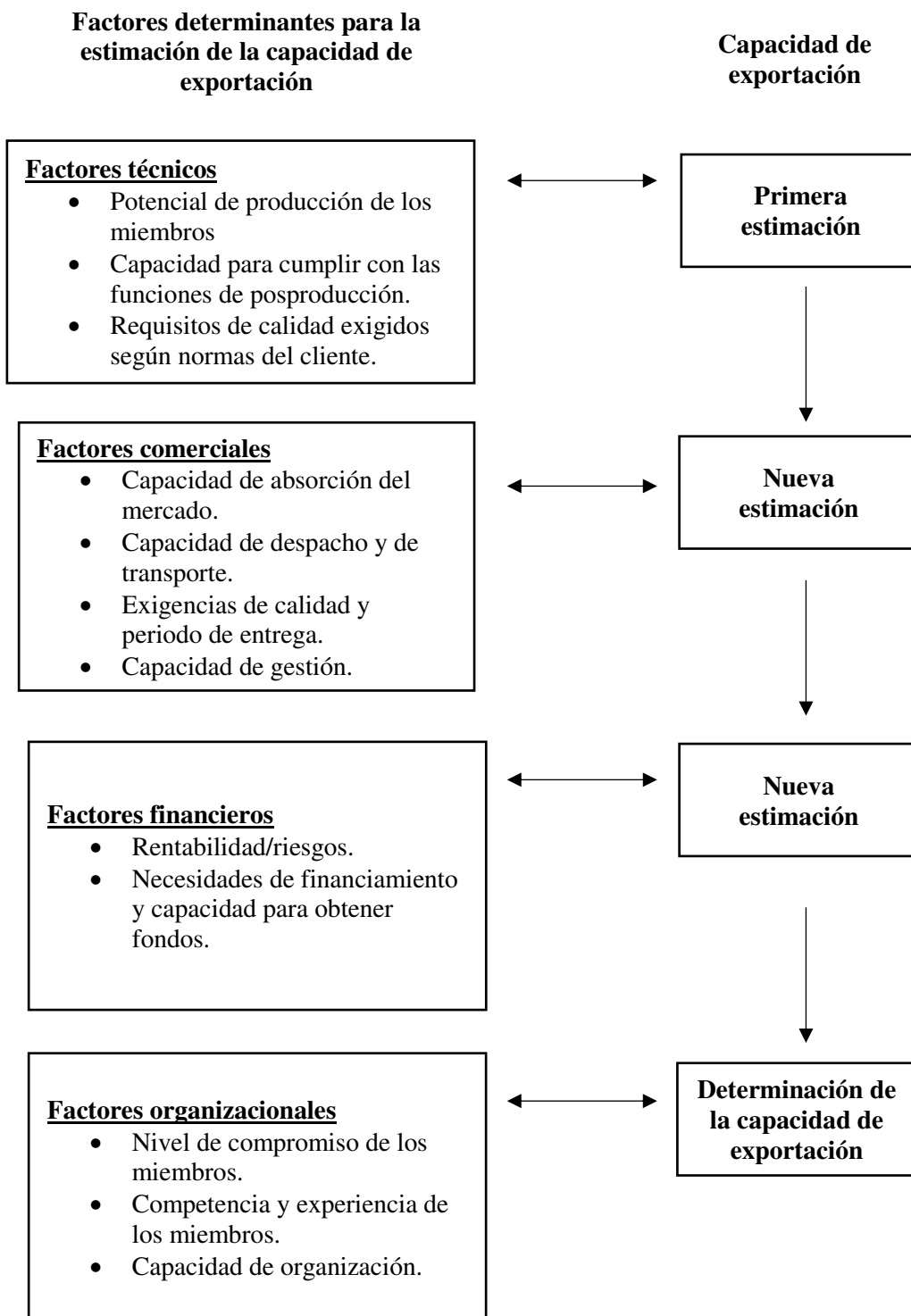
2.2.5. Estimar la capacidad exportadora

Según ProComercio (1999) estimar la capacidad de exportación de una Organización Económica de Productores [OEP], significa que cantidad de productos podrá exportar con determinado nivel de calidad. Constituye la cantidad óptima que se ha de alcanzar y se determina en función de las potencialidades de la producción y de los diferentes obstáculos que debe superar para realizar sus actividades en condiciones adecuadas.

Son los responsables de la OEP, quienes deben determinar la capacidad de exportación, es decir considerar la cantidad de productos que ellos juzguen deseable y razonable que su organización puede exportar. La cantidad determinada debe corresponder a un periodo determinado en relación con el conjunto de embarques previstos durante la exportación.

En la figura 3 se presenta el proceso que los responsables de la OEP deben seguir para determinar la capacidad de exportación. (pp. 73-74).

Figura 3.
Proceso para determinar la capacidad de exportación



Nota: Procomercio (1999)

2.2.6. Problema de la oferta exportable

Para Sierralta (2007); indica que el segundo obstáculo que tienen las empresas latinoamericanas para internacionalizarse es de carácter endógeno: sus propias limitaciones para enfrentar mercados ampliados. A medida que las exportaciones no tradicionales comenzaron a evolucionar, se fue observando claramente la importancia de un elemento dentro de esa estrategia: la capacidad y condiciones de las empresas para operar en los mercados externos. Así se apreció que las dificultades no solo eran la carencia de oportunidades en los mercados internacionales y las barreras que imponen los países industrializados para el ingreso de las mercancías, sino también las dificultades y limitaciones propias de las estructuras empresarias latinoamericanas que se traducen en una falta de oferta exportable para atender esas oportunidades en condiciones de competitividad internacional. La evidencia empírica acumulada muestra seis limitaciones de la oferta exportable: falta de capacidad física, carencia de capacidad económica, falta de capacidad financiera, límites tecnológicos, falta de capacidad administrativa y ausencia de una cultura exportadora (p.212).

- *Falta de capacidad física*

La capacidad física se refiere a la estructura de planta y las condiciones productivas que una empresa posee para poder atender mercados ampliados, mayores a aquellos espacios naturales en que está operando y dentro de los cuales se ha constituido. La decisión de internacionalizar conlleva, necesariamente, el incremento de la producción.

Si la unidad productora trabaja a plena capacidad, no tiene condiciones para atender una demanda adicional, ya sea que ella provenga del mercado doméstico o del mercado internacional. En estas circunstancias si la empresa

desea atender nuevos clientes, tiene a corto plazo 2 alternativas: subcontratar esa producción adicional a otra empresa o desatender a los clientes tradicionales en sus pedidos normales para satisfacer el incremento de la demanda internacional. En la primera alternativa la de la subcontratación, que puede ser interna o internacional, existirá el problema de viabilidad de precios, disponibilidad de capacidad, y deseo de producir para un competidor. También podría subcontratar se partes o componentes. Sin embargo, en cualquier circunstancia, ello exigirá una estructura administrativa, eficiente, ágil y además con experiencia internacional. El que la empresa desatienda pedidos de los clientes tradicionales para incorporar nuevos clientes en razón de precios o por una política de diversificación puede ser un precedente peligroso en la política de conservación de la lealtad de los clientes debido a que, con frecuencia, un consumidor desatendido se pierde definitivamente.

En numerosos casos en América Latina, este problema de carencia de capacidad física que conlleva la limitación en los volúmenes del producto para exportar es marcado y se debe, entre otras causas, a la relativa capacidad y tamaño del parque industrial y a la alta propensión al consumo en algunos rubros. Para superar dicha limitación se puede optar por 4 mecanismos básicos: aumento de productividad, aumento del horario de trabajo, inversión nueva en planta, y equipo adicional, o conformación de alianzas estratégicas con otras empresas.

- *Falta de capacidad económica*

La capacidad económica es la posibilidad o condiciones que tiene una empresa para poder atender con sus propios recursos monetarios los requerimientos de los mercados, sea en volumen, envases, adecuación de

productos o la prestación de servicios de mantenimiento para dotar de fortaleza a los productos manufacturados. En los referidos a los costos de exportación, existen mecanismo para reducir estos: introducción de medidas de mayor eficiencia; establecimiento por el gobierno de económicas externas, y finalmente el establecimiento de subsidios y subvenciones. Otro mecanismo de reducir el costo de exportación es el empleo del concepto de costeo directo, es decir, incluir precio de venta solamente los componentes directos del costo vinculado expresamente con la decisión de exportar. De esa manera la operación de exportación no absorberá los costos fijos de la empresa, salvo que la empresa se dedique fundamentalmente a exportar.

- *Falta de capacidad financiera*

Muchas de las empresas latinoamericanas no tienen la capacidad financiera de otorgar créditos a sus compradores ya que no disponen de recursos para adquirir la materia prima y los envases y asumir los costos de fabricación para atender un pedido que será pagado de seis meses a más. La falta de capacidad financiera es pues, la carencia de la empresa latinoamericana para enfrentar un programa con sus propios recursos un programa efectivo de exportación. Además, hay limitaciones para realizar estudios de mercados externos específicos, lo cual implicara inversión de recursos para proyectos de exportación, análisis de conducta de los consumidores y competidores, test de productos, tipos de envase y embalaje y otros. A través de líneas de crédito especiales, los gobiernos tratan de atender estas necesidades, en tanto que por el lado de los operadores financieros se ofrece el uso de los créditos documentarios, que solo son posible cuando un país es confiable y tiene estabilidad política y

económica. El financiamiento es un factor decisivo para la internacionalización de las empresas latinoamericanas.

- *Limites tecnológicos*

Las mercaderías cada vez más requieren de innovaciones tecnológicas. Incluso aquellas que han tenido una larga e histórica producción, como los textiles han experimentado variaciones en su naturaleza específica. Así los tejidos de algodón ahora son requeridos con características adicionales de brillo y elasticidad para satisfacer determinados usos y lo mismo ocurre con las fibras de lana. Para que las empresas latinoamericanas puedan enfrentar estas nuevas exigencias es necesario, urgentemente, la formación de investigadores, ingenieros, e, incluso especialistas en contratación comercial y negociaciones.

- *Falta de capacidad administrativa*

Existe aún el caso de empresas, que, superando los problemas anteriores, carecen de una estructura administrativa, de recursos humanos y tecnología decisoria apropiadas para desarrollar el negocio de exportación de una forma continuada. Esto normalmente ocurre en empresas de porte pequeño y medido, que constituyen la gran mayoría de empresas latinoamericanas, que no han formado cuadros para operar en los mercados internacionales y que con frecuencia tampoco los pueden adquirir en el mercado, pues la demanda de las transnacionales los capta en razón a los beneficios y remuneraciones atractivas y porque la oferta de una empresa solida de gran parte conlleva un prestigio adicional en el mercado de los ejecutivos.

- *Ausencia de cultura exportadora*

Finalmente, y siempre relacionando con la oferta, se presenta el problema de la falta de cultura de exportación, debido a que las empresas se crean mayoritariamente para la dedicación en mercados internos e ingresan al negocio de la exportación como un desarrollo posterior. Existen empresas que, teniendo un buen desempeño en el mercado interno, no tiene un interés en exportar. Aún hay otras que no lo hacen por desconocimiento o por una percepción del negocio de exportación como algo complicado. Este tipo de actividad a nivel del propietario o del administrador de una empresa se conoce como carencia de una cultura exportadora. (pp. 212-220).

2.2.7. Competitividad Empresarial

Según Houck & Briz (2004) afirma que, dentro del método de análisis de la competitividad empresarial según el diamante de Porter, el tercer elemento lo forman las condiciones de los factores productivos, existiendo diferentes formas en su agrupación:

- Recursos humanos: su cualificación, cantidad, coste, ética de trabajo.
- Recursos físicos: fuentes energéticas, agua, tierra, minería, pesca, así como condiciones climatológicas.
- Recursos de capital para financiar las actividades empresariales. El volumen disponible y la forma operativa son datos de interés. Hoy en día la globalización de mercado de capitales supone una nueva oportunidad financiera y también un factor de inestabilidad

- Recursos de infraestructura: tales como transporte, vías de comunicación, servicios de correo, vivienda, y alojamiento, hostelerías, establecimientos sanitarios, equipamiento para oficina y fábricas.
- Recursos de conocimiento, tanto científico, como técnicos y de mercado están incluidos en las fuentes de I+D, es decir universidades, centros de investigación, departamentos de estudios empresariales, así como actividades de congreso, publicaciones, innovaciones tecnológicas.
- Condiciones sectores conexos y auxiliares, que sean a su vez competitivos. Así la existencia en el país de sectores proveedores de materias primas y servicios que sean competitivos internacionalmente favorece el desarrollo de empresas demandantes. (p.288).

2.2.8. Recursos

Según Mayorga & Araujo (1992) en su libro afirma: que los factores que influyen en la determinación de una estrategia son factores internos y externos. Los factores internos que influyen en la determinación de la estrategia de la empresa internacional son el producto, los recursos y el compromiso de la alta dirección.

Los recursos con los que cuenta la empresa le permitirán establecer la viabilidad de la estrategia. Es importante la identificación de aquellas características únicas de la empresa, ya que éstas le permitirán adquirir ventajas competitivas sobre otras. Se debe tomar en cuenta todos los recursos que posee la empresa: humanos, físicos, financieros o de información. Aquella que posea mayores recursos contará con mejores alternativas para poder entrar en los mercados internacionales. Una empresa con sólidos recursos estará en mejores condiciones para establecer una subsidiaria que le permita efectuar un plan e inversiones de mercadeo en el mercado internacional.

Mientras que otra, con menores recursos, únicamente podrá exportar en forma indirecta, a través de la venta de su producto en el país local, para ser posteriormente exportado por una compañía comercializadora o a través de un agente exportador; o en todo caso, exportará directamente contactándose con distribuidores en el extranjero.

2.2.9. Infraestructura productiva

Los autores Valenciano & Ganster (1992) afirman que, la infraestructura productiva se basa en los recursos de agua y energía disponible, por ser la demanda orientada hacia la producción proporcionalmente superior, se considera abordarla desde su disponibilidad y uso, lo cual plantean una serie de restricciones y en consecuencia, afectan las expectativas de crecimiento de una región, particularmente en el desarrollo de la agricultura regional ligada a la irrigación. (p.223).

Además, los autores Mujica & Rueda (1996) afirman que, dentro del seminario Regional para la promoción de sistema de producción agrícola sostenible para el sector campesino de los Andes Centrales, indica que la falta o deficiente cobertura en infraestructura productiva se basa en sistemas de riego y micro riego, caminos, puentes, electrificación, centros de acopio y almacenamiento y otras facilidades de mercado. (p.7).

2.2.10. Precio Internacional

Según los autores Lerma & Marquez (2010) afirman que, el precio a nivel internacional es el monto convenido por la adquisición de productos entre compradores y vendedores localizados en diferentes países. Para establecer dichos precios se toma en cuenta un conjunto de factores que van desde la determinación de los costos del producto, el margen de utilidad deseado, los precios de la competencia y los diversos

gastos que se incurre en las operaciones comerciales internacionales, por ejemplo, aranceles, transporte, seguros, honorarios del agente aduanal, etc. (p.163).

Factores que influyen en la determinación del precio internacional, para fijar los precios internacionales se recurre a los incoterms, normas establecidas por la cámara de comercio internacional, los factores que usualmente se toman en cuenta para fijar los precios en el mercado seleccionado son:

- *La oferta y la demanda*

A mayor demanda o menor oferta, mayores precios, como lo dicha la macroeconomía

- *La elasticidad de la demanda*

Es la respuesta a las variaciones de los volúmenes de venta que se producen por un cambio de precio, lo cual tiene relación directa con el nivel de necesidad del producto, el número de oferentes y la disponibilidad de otras alternativas para satisfacer la misma necesidad.

- *Los niveles de precio estrategias y acciones de la competencia*

Suelen tener impacto en la demanda, por lo que las empresas necesitan mantenerse informadas sobre los precios y acciones de sus adversarios comerciales para actuar o accionar según les convenga.

- *La rentabilidad*

Es el producto del volumen de ventas multiplicado por el margen de utilidad unitario y, a su vez dicho margen resulta de la diferencia entre el precio de venta y el costo. Con base en estas estimaciones es prioritario evaluar los precios y su efecto en los volúmenes y en la rentabilidad de la empresa.

- *Los objetivos de la empresa*

Son directrices de acción, por ende, es necesario accionar diversos elementos entre los cuales está el precio, la promoción y adaptación del producto, para lograr resultados en cuanto a introducción, participación de mercado, ganancia, ventaja competitiva, etc.

El precio no se fija en abstracto debe tenerse en cuenta la situación del mercado en términos de estabilidad y poder de compra. Para la determinación de los precios internacionales es usual utilizar los incoterms, que se incluyen en los contratos internacionales de compraventa con el fin de facilitar la comunicación e interpretación de las condiciones comerciales, que por lo general se utilizan en el comercio internacional. (pp. 163-164).

Además, los autores Sulser & Pedroza (2004) afirman que, el precio internacional, involucra una serie de factores no considerados en la venta dentro de la plaza nacional. Esto es, flete de carga internacional, empaques y embalajes especializados, maniobras de carga y descarga e impuestos a la exportación/importación de las mercancías y seguros entre otros. Todo empresario debe considerar un precio base para sus bienes o servicios, y a partir de este realizar incrementos de acuerdo con el incoterm negociado. (p. 100).

El precio internacional es aún más sensible de calcular, ya que se tiene que considerar una serie de costos, que no existen en las ventas nacionales. Así mismo el microambiente que rodea a los mercados de exportación puede ocasionar variaciones en los precios finales de los productos.

Al determinar el precio de los productos, es un punto neurálgico de la negociación internacional, ya que en ocasiones de ello depende que se cierre o no un negocio.

Asimismo, debemos tener bien fundamentados nuestros precios, ya que inclusive en ocasiones debemos ajustarnos a lo que el cliente nos solicite. Es decir, tiene que existir cierta flexibilidad para subir y bajar los precios, partiendo de un precio base.

Factores que intervienen en la determinación de precios internacionales, Una de las decisiones más difíciles que toma el exportador, es el cálculo del precio final del producto para el mercado extranjero. El exportador debe contar con el conocimiento de los costos en los que han incurrido para fabricar o comercializar un producto.

Es recomendable realizar un análisis de coto unitario, es decir solo analizar solo un producto, ya que en ocasiones el analizar a toda una línea de producción, o a todo un embarque podría hacer que se incurra en un margen de error mayor.

En condiciones normales de libre mercado, el costo es el límite inferior del cual no puede bajar el precio de venta, el superior lo determina la elasticidad del mercado. La fijación del precio de venta oscila entre un límite inferior fijo (costo) y uno superior negociado y establecido por el mercado y el producto.

Los principales factores que se consideran para la fijación de precios internacionales son los siguientes:

- Objetivos de precios
- Flexibilidad de precios
- Descuentos y bonificaciones
- El ambiente legal del mercado meta

- Las condiciones de precios geográficos (distancia y tipo de clima).
- Cadena de distribución
- La competencia
- Costos
- Las leyes de la oferta y la demanda
- Precios de otros productos de la misma línea (economías de escala). (pp. 101-102).

2.2.11. El precio internacional (enfoque desde el exportador)

Según la guía educativa de Feria Online Sistemas Virtuales (2007) menciona que el precio se caracteriza por su influencia en las empresas, en los intermediarios y en los consumidores:

- Es la única variable que produce ingresos.
- Posiciona el producto y a la compañía (instrumento competitivo).
- Es una variable cortoplacista.
- El precio está condicionado por el canal de distribución seleccionado.
- Repercute psicológicamente en el consumidor final.

El establecimiento del precio de exportación de productos está condicionado por factores internos y externos: (p. 24).

Tabla 4
Factores internos y externos

Internos	Externos
Filosofía de la compañía	Entorno competitivo
Recursos: financieros y humanos	Mercado internacional:
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Sector
Inversiones en I+D	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia: local e
Producción	internacional
Características del producto/servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Consumidor final
Marketing del producto o servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Intermediarias • Imagen

Nota: Extraído de Feria Online (2007).

Objetivos para conseguir en la fijación del precio de exportación:

- Maximizar beneficios
- Rentabilizar el capital invertido.
- Cuota de mercado.
- Incrementar las ventas
- Controlable por la compañía.
- Mantener la situación
- Ganar nuevo mercado
- Supervivencia

- Barreras de entrada a competidores.

2.2.12. Estrategias para la fijación del precio internacional

La estrategia de precios debe contribuir a la consecución de los objetivos fijados por la empresa. En los mercados internacionales las decisiones sobre precios tienen un carácter local y difícilmente estandarizable, es decir no se puede utilizar un mismo precio en todos los mercados.

La contribución cruzada como estrategia internacional de precios, se centra más en las expectativas de los consumidores que en la competencia en precio.

La empresa puede amortizar los costes de I+D, producción, comercialización, etc., sobre un mayor número de productos, de esta manera permite la recuperación múltiple de ganancias en un mercado gracias a un mayor volumen de ventas en otros.

Otras estrategias utilizadas son:

- Estrategias de diferenciación
- Estrategias competitivas
- Estrategias precios psicológicos
- Estrategia por líneas de productos
- Estrategias para nuevos productos.

Precios de transferencia como estrategia global consiste en las transacciones de bienes y servicios Inter empresas. Esta práctica proporciona una entrada más competitiva en el mercado a la afiliada.

Factores que condicionan la fijación de precios de transferencia

- Condiciones del mercado en el país de destino

- Competencia en el país de destino
- Utilidad razonable para la filial extranjera
- Impuestos en el mercado de destino
- Condiciones económicas en el país de destino.
- Restricciones de importación
- Derechos aduaneros
- Control de precios en el país de destino
- Tasa de impuestos sobre la renta en el país de destino
- Controles en la tasa de cambio

2.2.13. Certificaciones Internacionales

Según el autor y entidad FAO (2004) afirman: que la certificación es un procedimiento mediante el cual un tercero otorga una garantía escrita de que un producto, elaboración o servicio está en conformidad con ciertas normas (ISO, 1996). La certificación se puede ver como un medio de comunicación a lo largo de la cadena de abastecimiento. El certificado (por terceros) le demuestra al comprador que el proveedor cumple con ciertas normas, lo cual puede ser más convincente que una garantía del proveedor.

La organización que hace la certificación se llama organismo de certificación o certificador. Dicho organismo puede realizar la inspección o contratar a un inspector u organismo de inspección. La certificación, es decir el otorgamiento de una garantía escrita o de un «certificado», se basa en un informe de inspección que puede o no contener información de fuentes secundarias.

La certificación es una verificación realizada por terceros. Terceros son partes que no tienen interés directo en la relación económica con el proveedor o el comprador. Cuando la verificación es hecha por la primera parte, ésta es un control interno, mientras que cuando el comprador verifica si el proveedor cumple con un estándar, ello constituye la verificación de la segunda parte.

Es importante observar que la verificación por terceros no garantiza automáticamente la imparcialidad o la ausencia de incompatibilidades o conflictos de interés. En primer lugar, el establecimiento de normas puede ser realizado por una de las partes. El productor puede fijar una norma que probablemente reflejará sus intereses. También el comprador (segunda parte) puede fijar una norma que reflejará los intereses comerciales. En segundo lugar, si el organismo que establece normas es el mismo que realiza la certificación, este hecho también puede crear conflictos. Dicho organismo querrá ver un alto nivel de aplicación de su norma o estará en contra de algunos productores por motivos ideológicos, lo que puede influir en las decisiones pertinentes a la certificación. En tercer lugar, también pueden surgir desacuerdos, según a quien le corresponda cubrir los costos de la certificación. Los organismos comerciales de certificación enfrentan la competencia de otros organismos y pueden perder clientela si son demasiado estrictos. (pp.7-8)

Según el autor Rua (2011) el libro permite adquirir conocimientos básicos sobre las normas que rigen los sistemas de calidad, así como conocer los organismos de normalización, los tipos de certificaciones que se conceden. Y, en especial, tener una visión global sobre los sistemas de aseguramiento bajo UNE-EN-ISO; centrándose en el sistema de calidad ISO 9000.

La autora define la certificación como la acción llevada a cabo por una entidad reconocida como independiente de las partes interesadas, mediante la que se manifiesta

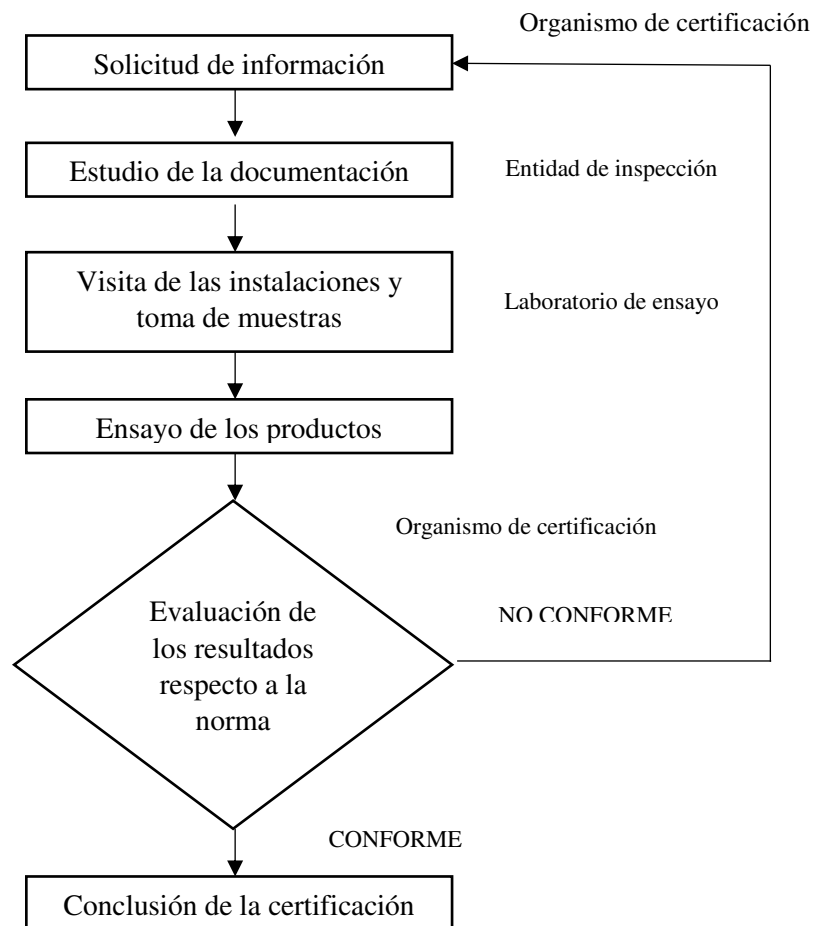
que se dispone de la confianza adecuada en que un producto, proceso o servicio debidamente identificado, es conforme con unas normas y otro documento normativo identificativo.

Organismos internacionales de certificación:

IQENT: Asociación internacional de certificación

GEN: Red mundial de Eco Etiquetado

Figura 4.
Proceso de certificación



Nota: Normalización, certificación y homologación - Sistemas de aseguramiento bajo UNE-EN-ISO 9000(2011)

También según el autor Hernandez (2003) afirma: que la certificación sirve para testificar, por medio de un justificante o certificado de conformidad, que un producto o servicio observa unas determinadas normas o especificaciones técnicas y, en consecuencia, cumple de manera adecuada con el cometido al que es destinado.

La certificación, que ha de ser facilitada por una entidad certificadora de reconocido prestigio, ajena al fabricante (aunque también existe la auto certificación) y, en la mayoría de los casos, debidamente acreditada por un organismo autorizado para ello, ofrece la garantía que un producto, un proceso o un servicio de una empresa se ajusta a unos determinados requisitos. (pp.317-318).

2.2.14. Infraestructura de logística internacional

Según los autores Valenciano, Giacinti & Carretero (2015) afirman: que la logística se ha convertido en uno de los sectores claves en el actual entorno económico mundial, debido a la importancia de esta actividad de globalización económica internacional (comercio exterior), nuevas tecnologías (internet) y soporte a la actividad industrial (logística *just-in-time*). Una infraestructura logística internacional adecuada es un elemento imprescindible para el posicionamiento de cualquier país en el panorama económico internacional.

Por ejemplo, el caso del sector del limón español el mercado natural es el nacional y europea, y teniendo en cuenta el carácter perecedero del producto es necesario tener una logística integrada en la cadena de valor. Es importante asegurar que los limones presentan una correcta calidad el punto de venta y es conveniente estudiar de forma conjunta las condiciones adecuadas de almacenamiento de stocks, condiciones de luz y temperatura, en los lineales, rotación. Además, es fundamental dar

al consumidor información relativa las prácticas de cultivo, trazabilidad, propiedades nutritivas y saludables, usos del producto, etc. (p. 72).

2.3. Definición de términos básicos

- a. **Certificado de origen:** Según Abajon (2000) es el documento base que prueba el origen de una mercancía, expedido a solicitud escrita del interesado. Además, según Jerez (2007) para su obtención se debe adjuntar la factura comercial emitida por el fabricante o por el vendedor-exportador.
- b. **Exportación:** Según Daniels, Radebaugh & Sullivan (2013) afirma que: “Es la venta de bienes o servicios producidos por una empresa para su uso o consumo definitivo en el exterior. Para ello es necesario que la transferencia de bienes se efectuó a un cliente domiciliado en el extranjero. Las exportaciones incluyen bienes, servicios, o propiedad intelectual” (p.483).
- c. **Precio:** Según Sulser & Pedroza (2004) afirma que: el precio es la cantidad de unidades monetarias que pagamos a cambio de adquirir un producto y servicio. A si mismo es la variable del marketing mix, que impacta más en las operaciones de captación de efectivo de una compañía, que cualquier otra variable; y por consiguiente ene l nivel de utilidades percibidas.
- d. **Producción:** Se refiere a utilizar los recursos naturales (tierra, agua, materia prima), capital y tecnología (conocimientos, equipos, otros) y trabajo para obtener un determinado bien, destinado al consumo directo o a su empleo como materia prima o insumo por otra industria ProComercio (1999).
- e. **Tipo de cambio real multilateral:** Se define como el promedio ponderado de los diferentes tipos de cambio bilaterales. Se utiliza un promedio geométrico por ser

estadísticamente preferible, al no estar afecto a la elección del año base o a la utilización de índices o niveles de tipo de cambio nominal. (BCRP, 2016).

- f. Vías de transporte:** Según Acosta (2005) indica que los medios de transporte que se utilizan en el tráfico de las mercancías sujetas a comercio internacional son el transporte aéreo, ferroviario, carretero, marítimo y el fluvial, sin dejar de considerar que existen otros medios de transportación, como son los que se llevan a cabo por tubería, cables o postal, que la ley aduanera contempla como otros medios de conducción.
- g. Volumen de exportación:** Cantidad de bienes/servicios, expresada en una medida física de valor (generalmente toneladas), que un país envía como mercancía a otro.

Capítulo III: Variables

3.1. Identificación de la variable

3.1.1. Variable de estudio

Oferta exportable

3.2. Operacionalización de la variable

Variable	Dimensión	Definición operacional	Indicadores
Oferta exportable	Infraestructura Productiva	Se refiere al recurso tecnológico utilizado por el productor en la ejecución de sus actividades, tales recursos constituyen el medio de soporte a las actividades desarrolladas por el productor desde una perspectiva agronómica.	Producción por tonelada. Rendimiento por hectárea. Área cosechada. Estacionalidad del producto. Zonas productoras
	Precio Internacional	Se refiere al precio de venta que permite al fabricante/ exportador recuperar los costos (industrial, administrativo, financiero, y comercial; vinculados con la exportación) más la utilidad (razonable beneficio) que incluye un retorno relacionado con el esfuerzo empresarial realizado y el riesgo en función del capital comprometido.	Precios de exportación US\$ x kg.
	Certificaciones Internacionales	Las certificaciones internacionales son una alternativa cada día más utilizada por las empresas, con la finalidad de mejorar productividad, conquistar mercados y generar confianza entre los clientes. La certificación es un procedimiento mediante el cual un tercero otorga una garantía	Lista de certificaciones. Descripción de las certificaciones internacionales de la uva. Requisitos sanitarios.

	escrita de que un producto, elaboración o servicio está en conformidad con ciertas normas (ISO, 1996). La certificación se puede ver como un medio de comunicación a lo largo de la cadena de abastecimiento.	Regulación del etiquetado Certificaciones exigidas por el país.
Infraestructura Logística internacional	Es la actividad o bien el conjunto de actividades que sirven de soporte a otras actividades y su funcionamiento adecuado permite contar con un sistema tal que permite fortalecer las interacciones que hacen posible el desempeño de actividades productivas, tanto comerciales, como industriales. Abarca muchos campos como son el almacenaje, el manejo de mercancías, inventario, distribución, aduanas, puertos, y mucho de estos elementos forman parte de la cadena de suministro o abastecimiento para transportar las mercancías a lo largo y ancho de una nación.	Vías de transporte. Aduanas

Capítulo IV: Metodología

En el capítulo se dará a conocer la metodología de la investigación, delineando el desarrollo del trabajo de investigación, en función al problema y objetivo planteado en los capítulos anteriores.

4.1. Enfoque de la investigación

El método cuantitativo se fundamenta en la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. Además, las hipótesis se establecen previamente, esto es, antes de recolectar y analizar los datos. La recolección de los datos se fundamenta en la medición y el análisis en procedimientos estadísticos.

Según Hernandez, Fernandez & Baptista (2006), en la revisión de la literatura y las variables o conceptos de estudio el investigador hace una revisión de la literatura en gran medida para buscar variables significativas que puedan ser medidas. (p. 5).

El enfoque que se utilizó en la tesis fue el cuantitativo porque comprende la recolección, organización, análisis e interpretación de datos históricos, necesarios para fundamentar respuestas e interrogantes planteadas.

4.2. Tipo de investigación

La investigación Longitudinal recolecta datos a través del tiempo en puntos o periodos, para hacer inferencias respecto al cambio, sus determinantes y consecuencias, según Hernandez, Fernandez & Baptista (2010) (p. 158).

Además, en la investigación longitudinal se obtiene datos de la misma población en distintos momentos durante un período determinado, con la finalidad de examinar sus variaciones en el tiempo.

El tipo de investigación que se utilizó en la presente tesis es de tipo longitudinal, ya que su estudio se realizará entre dos países Chile y Perú, sobre la oferta exportable de la uva, mediante los comportamientos de los factores: precio, tecnología, cantidad exportada, etc. durante el periodo 2013-2018, además en el marco teórico se desarrolla estudios sobre el tema.

4.3. Nivel de investigación

El nivel de la investigación es descriptivo. Nivel que busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población Hernandez, Fernandez & Baptista (2010) (p.80).

La investigación documental es la búsqueda de una respuesta específica a partir de la indagación en documentos. Entendamos por documento como refiere Maurice Duverger todo aquello donde ha dejado huella el hombre en su paso por el planeta. Una clasificación documental sería: Libros, publicaciones periódicas: periódicos, revistas, impresos: folletos, carteles, volantes, trípticos, despleables, documentos de archivo, películas y videos, programas de televisión, programas de radio, grabaciones de audio y video, mapas, cartas, estadísticas, sistemas de información computarizada (redes, internet, correo electrónico). Información vía satélite o fibra óptica, grafitis, etc. Baena (2014) (p.12).

Esta tesis es de nivel descriptivo-documental porque consisten en describir y predecir las propiedades o características de los hechos que se someten a un análisis sin que haya manipulación de variables a partir de una indagación en documentos como libros, publicaciones periodísticas, revistas, estadísticas etc.

4.4. Métodos de investigación

4.4.1. Métodos generales

Según Tamayo, (2003) el método científico “consiste en un procedimiento para descubrir las condiciones en que se presentan sucesos específicos, caracterizado generalmente por ser tentativo, verificable, de razonamiento riguroso y observación empírica”. (p.28).

La tesis es de método científico porque se seguirá un procedimiento ordenado y se hará la aplicación de la lógica a las realidades o hechos observados. El objetivo es hacer un análisis comparativo de la oferta exportable entre los países de Perú y Chile de las exportaciones de uva.

4.4.2. Métodos específicos

Según Ruiz (2007) el método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos, este método nos permite conocer más el objeto de estudio, con lo cual se puede; explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

El método que se utilizó en la tesis es el analítico porque parte de la descomposición de la unidad de análisis, mediante la observación y análisis de la investigación documental; para llegar a conclusiones eficientes a través de un procedimiento de análisis de los factores de la oferta exportable de la uva entre los países de Perú y Chile en el periodo 2013-2018.

4.4.3. Diseño de investigación

Según Fernandez, Baptista & Hernandez (2014) en el enfoque cuantitativo, el investigador utiliza sus diseños para analizar la certeza de las hipótesis formuladas en

un contexto en particular o para aportar evidencias respecto de los lineamientos de la investigación (si es que no se tienen hipótesis). “El diseño se refiere al plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere el fin de responder al planteamiento del problema”. (p. 128).

La investigación no experimental se define como aquella que se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos. En la investigación no experimental las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, el investigador no se tiene control directo sobre dichas variables, no puede influir en ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos.

La tesis es de carácter no experimental, dado que la observación de las variables es analizada en su contexto real, no se puede hacer manipulación de las variables bajo estudio. Además, porque se limita a identificar y describir las variables observadas. También se utilizará el diseño longitudinal, porque se tomará información de los factores de la oferta exportable de las 7 empresas exportadoras en el periodo 2013-2018 de las exportaciones de uva de los países de Perú y Chile.

La investigación es Longitudinal ya que su estudio se realizará entre dos países Chile y Perú, sobre la oferta exportable de la uva, mediante los comportamientos de los factores: precio, tecnología, cantidad exportada, países de destino, vías de transporte, etc. durante el periodo 2013-2018.

Su representación gráfica es:

M — O

Donde:

M = Muestra.

O = Observación de la muestra.

4.5. Población y muestra

4.5.1. Población

La población estuvo conformada por las empresas exportadoras de uva de los países de Perú y Chile, según la Plataforma *Veritrade* (2019).

4.5.2. Muestra

Para llevar a cabo el análisis comparativo de la oferta exportable de la uva en el periodo 2013-2108 de los países de Perú y Chile, la muestra está conformada por las 7 primeras empresas exportadoras de ambos países, según *Veritrade* (2019).

A. Unidad de análisis

Según Fernandez, Baptista & Hernandez (2014), la unidad de análisis “es un segmento de contenido textual, auditivo o visual que se analiza para generar categorías” (p. 461).

La tesis tiene como unidad de análisis a las empresas exportadoras de uva de Perú y Chile. En la presente tesis la unidad de análisis serán las empresas que tienen una mayor participación en la exportación de uva en los mercados internacionales.

Figura 5.*Principales empresas exportadoras de uva de Perú del 2013-2018*

EXPORTADORES [TODOS] ▾	↑↓	REGISTROS ↑↓	TOTAL US\$ FOB ↑↓	%	TOTAL KG ↑↓	US\$ / KG	▢
🕒 SOCIEDAD AGRICOLA RAPEL S.A.C.		<u>9.012</u>	377,385,946	9.64%	152,039,610	2.482	▢
🕒 EL PEDREGAL S.A		<u>7.988</u>	374,136,251	9.55%	134,609,200	2.779	▢
🕒 ECOSAC AGRICOLA S.A.C.		<u>4.664</u>	187,537,634	4.79%	76,747,179	2.444	▢
🕒 COMPLEJO AGROINDUSTRIAL BETA S.A.		<u>5.010</u>	185,548,509	4.74%	90,085,264	2.060	▢
🕒 AGRICOLA DON RICARDO S.A.C.		<u>3.913</u>	178,531,491	4.56%	54,942,612	3.249	▢
🕒 SOCIEDAD AGRICOLA DROKASA S.A.		<u>4.083</u>	155,672,849	3.98%	52,756,631	2.951	▢
🕒 EXPORTADORA SAFCO PERU S.A.		<u>2.341</u>	119,360,498	3.05%	38,802,905	3.076	▢
🕒 AGRO VICTORIA S.A.C.		<u>3.348</u>	118,237,264	3.02%	60,723,555	1.947	▢
🕒 SOCIEDAD AGRICOLA SATURNO SA		<u>2.967</u>	116,173,608	2.97%	40,673,826	2.856	▢
🕒 EMPRESA AGRICOLA SAN JUAN S.A		<u>2.510</u>	92,543,998	2.36%	43,577,100	2.124	▢
Totales		100,145	3,915,933,435	100.00%	1,667,018,493		

Nota: Extraído de la Plataforma Veritrade (2019)

Como se observa en la figura 5, la empresa Sociedad Agrícola Rapel S.A.C y Pedregal S.A tienen la mayor participación en la exportación de uva a los mercados internacionales como Estados Unidos.

Por el lado de Chile las principales empresas que exportan la uva al mercado internacional son las siguientes:

Figura 6.
Empresas exportadoras de uva de Chile 2013-2018

EXPORTADORES [TODOS] ↓↑	REGISTROS ↓↑	TOTAL US\$ FOB ↓↑	%	TOTAL KN ↓↑	US\$ / KN	<input type="checkbox"/>
EXPORTADORA SUBSOLE SA	<u>9.437</u>	507,201,887	7.77%	225,634,371	2.248	<input type="checkbox"/>
DOLE CHILE S A	<u>12.764</u>	352,881,646	5.40%	195,868,982	1.802	<input type="checkbox"/>
GESTION DE EXPORTACIONES FRUTI	<u>5.455</u>	242,267,609	3.71%	161,862,689	1.497	<input type="checkbox"/>
EXPORTADORA UNIFRUTTI TRADERS	<u>7.660</u>	231,509,746	3.55%	141,284,965	1.639	<input type="checkbox"/>
EXPORTADORA BB TRADING SPA.	<u>6.350</u>	224,811,948	3.44%	124,997,876	1.799	<input type="checkbox"/>
DEL MONTE FRESH PRODUCE (CHILE	<u>5.845</u>	220,274,873	3.37%	224,375,806	0.982	<input type="checkbox"/>
SERVICIOS DE EXPORTACIONES FRU	<u>8.927</u>	211,799,033	3.24%	199,032,771	1.064	<input type="checkbox"/>
RIO BLANCO SPA	<u>6.661</u>	174,944,502	2.68%	93,812,119	1.865	<input type="checkbox"/>
FRUTICOLA Y EXPORTADORA ATACAM	<u>3.652</u>	174,308,646	2.67%	138,527,107	1.258	<input type="checkbox"/>
SOC AGRO COMERCIAL VERFRUT LIM	<u>5.805</u>	173,942,778	2.66%	166,592,303	1.044	<input type="checkbox"/>
Totales	245,137	6,529,708,206	100.00%	4,480,462,681		

Nota: Extraído de la Plataforma Veritrade (2019)

En la figura 6 observamos que los principales exportadores de la uva según la subpartida arancelaria 080610 en el sistema armonizado son Exportadora Subsolé S.A, Dolé Chile S.A, Gestión de exportaciones Fruti y otras más.

Según el portal web Portal Portuario (2017) las exportaciones de uva de mesa chilena alcanzan las 700 mil toneladas en 2016-2017, en el siguiente artículo de la página web menciona que durante la última temporada fueron 293 las empresas que exportaron uva de mesa, 23 empresas menos que la temporada previa. Las 5 empresas que lideraron las exportaciones fueron, Subsolé con un 4,93% del volumen total exportado, seguido de Del Monte con un 4,88%, Rio King con 4,46%, Exser con 4,34% y Dolé- Chile con 4,31%.

B. Tamaño de la muestra

Para la investigación de la tesis, se consideró los datos de las exportaciones de la uva en los periodos 2013-2018. Por tanto, el tamaño de la muestra está conformada por las siete primeras empresas exportadoras de uva de Perú y Chile, como se muestra en la tabla 5.

Tabla 5
Empresas exportadoras de uva de Chile 2013-2018

Perú	Chile
Sociedad Agrícola Rapel S.A.C	Exportadora Subsolé S.A
El Pedregal S.A	Dolé Chile S.A
ECOSAC Agrícola S.A.C	Gestión de Exportaciones Fruti
Complejo Agroindustrial Beta S.A	Exportadora Unifrutti Traders
Agrícola Don Ricardo S.A.C	Exportadora BB trading spa
Sociedad Agrícola Drokasa S.A.	Del Monte Fresch Produce (Chile) S.A
Exportador Safco Perú S.A	Servicios de exportaciones Fru.

Nota: Extraído de la plataforma Veritrade (2019)

C. Selección de la muestra

Según Bernal (2010), para la selección de la muestra “se define la población, se identifica el marco muestral, determina el tamaño de la muestra, se elige un procedimiento de muestreo y seleccionar la muestra”. (p. 161)

Para la tesis se ha seleccionado las 7 empresas exportadoras de uva de Perú y Chile, debido a que ambos países exportan dicho producto a los mercados internacionales, por lo cual se analizó el comportamiento durante los periodos 2013-2018.

4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.6.1. Técnicas

En la tesis de investigación se aplicó la técnica de análisis documental, que consiste recolectar datos de fuentes secundarias como libros, boletines, revistas, folletos y periódicos; que se utilizaron como fuentes para recolectar datos sobre las variables de interés.

4.6.2. Instrumentos

El instrumento que se utilizó es la ficha bibliográfica y la guía de Análisis documental. Estos instrumentos contribuyeron a realizar el análisis comparativo de la oferta exportable de la uva entre Perú y Chile, mediante el registro de información de los datos históricos de las exportaciones durante los periodos 2013-2018.

A. Diseño

El instrumento se diseñó tomando en consideración las dimensiones de la variable, de la cual se identificó los indicadores para delinear los ítems conformantes del instrumento. (Ver apéndice b). Para ello se utilizó la información de la base de datos de la plataforma *Veritrade (2019)* y otras fuentes para identificar las dimensiones como infraestructura productiva, Precio internacional, infraestructura logística internacional y certificaciones internacionales de los factores de la oferta exportable de la uva entre Perú y Chile en los periodos 2013- 2018.

B. Confiabilidad

Que siendo el instrumento una ficha técnica documentaria se incidió en los criterios de validez; con lo cual se obtiene la estabilidad de este.

C. Validez

Para la obtención de la validez del instrumento se empleó el criterio de juicio de expertos como se puede verificar en el apéndice C.

Capítulo V: Resultados

Este apéndice trata de estudiar la situación de las empresas conformantes la unidad de análisis, con la finalidad de definir el análisis comparativo de los factores de la oferta exportable de la uva de Perú y Chile en el periodo 2013- 2018.

5.1. Descripción del trabajo de campo

El trabajo de campo realizado para efectuar el análisis comparativo de los factores de la oferta exportable de la uva de Perú y Chile en el periodo 2013-2018, se consideró la información de la plataforma *Veritrade (2019)*.

Considerando dimensiones de los factores de la oferta exportable a: infraestructura productiva, precio internacional, certificaciones internacionales e infraestructura de logística internacional; se procedió a la aplicación del instrumento de investigación. Para ello se aplicó como técnica de recolección de datos a la guía de análisis documental y como instrumento de investigación la ficha de registro de datos.

En ese sentido, se incidió a recabar los datos de la plataforma *Veritrade (2019)* de cada una de las unidades de análisis y del periodo establecido, los cuales fueron trasladados sistemáticamente a la ficha de registro de datos. Posteriormente se realizó la comparación de cada fila y columna, para luego detallar las observaciones en la última columna.

Los resultados obtenidos se contrastaron con la información de Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas [*TRADE MAP*], Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [*SUNAT*], Asociación de Exportadores [*ADEX*], Sociedad de Comercio Exterior del Perú [*COMEXPERU*], Ministerio de Agricultura y Riego [*MINAGRI*], Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [*MINCETUR*], ProChile, Ministerio de Relaciones Exteriores–Gobierno de Chile

[DIRECON] y de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias [ODEPA] del Ministerio de Agricultura, Gobierno de Chile.

5.2. Presentación de resultados

5.2.1. Infraestructura productiva

Para definir las características de la infraestructura productiva de la uva de Perú y Chile se consideró la producción mundial, estacionalidad de producción y las regiones productoras de ambos países.

Figura 7.

Producción mundial de uvas (Miles de toneladas)

OrderPAÍSES	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
TOTAL	63 644	67 047	67 085	66 530	66 840	68 074	67 193	69 939	69 178	77 099	74 858	76 412	75 072	74 354
1 China	3 373	5 866	6 373	6 787	7 236	8 039	8 652	9 175	10 642	11 647	12 628	13 249	12 709	13 161
2 Italia	8 870	8 554	8 327	7 393	7 793	8 243	7 788	7 445	6 918	8 010	6 931	7 915	8 202	7 170
3 Estados Unidos	6 974	7 088	5 757	6 402	6 640	6 629	6 778	6 756	6 832	7 831	7 152	6 965	7 226	6 679
4 Francia	7 763	6 790	6 777	6 019	6 019	6 102	5 894	6 641	5 385	5 541	6 205	6 258	6 247	5 916
5 España	6 540	6 063	6 595	5 963	5 952	5 535	6 108	5 809	5 332	7 480	6 223	5 799	5 951	5 387
6 Turquía	3 600	3 850	4 000	3 613	3 918	4 265	4 255	4 296	4 234	4 011	4 175	3 650	4 000	4 200
7 India	1 130	1 565	1 650	1 685	1 735	1 878	881	1 235	2 221	2 483	2 585	2 602	2 590	2 922
8 Sudáfrica	1 455	1 683	1 757	1 812	1 865	1 749	1 743	1 680	1 841	1 980	1 949	2 007	1 966	2 033
9 Chile	1 900	2 250	2 300	2 350	2 400	2 600	2 629	2 780	2 513	2 767	2 637	2 700	2 200	2 000
10 Argentina	2 460	2 830	2 881	3 093	2 822	2 182	2 620	2 890	2 244	2 872	2 635	2 416	1 758	1 965
21 Perú	107	170	192	197	223	264	280	297	362	438	507	598	690	645
Otros países	19 474	20 340	20 476	21 217	20 236	20 589	19 566	20 934	20 653	22 039	21 230	22 253	21 533	22 277

Nota: Extraído de FAOSTAT (2019)

Según las estadísticas de FAOSTAT la producción de uva a nivel mundial muestra un incremento de 16,8% en el periodo de 2000-2017, es decir un crecimiento promedio anual de 0,9%, que está relacionado al incremento en el consumo mundial; el año 2015 se alcanzó producción más elevada (89,6 millones toneladas); para el año 2017 la producción mundial fue de 87,4 millones de toneladas mínimamente por debajo de lo alcanzado en el año 2016 en -0,3%.

China es el principal país productor y consumidor en el mundo, representa el 18% de la producción mundial (13,2 millones de toneladas), incrementándose en los

últimos 17 años a una tasa promedio anual de 8,3%, en segundo lugar le sigue Italia con 9,6% de participación mundial, Estados Unidos en el tercer lugar, con una participación de 8,3%; Chile en la novena posición tiene una participación en la producción mundial de 2,7%, y finalmente Perú se encuentra en el puesto 21, con una producción al año 2017 de 645 mil toneladas con una participación de 0,9%, y en el periodo del 2000 al 2017 creció en 503%, es decir incrementando su producción a una tasa promedio anual de 11,1%.

En la figura 7 se evidencia la importancia mundial en la producción de uvas que tiene China, es la primera en el mundo y lidera con una participación mundial de 17,7% habiendo logrado una producción al 2017 de 13,2 millones de toneladas; a lo largo del tiempo en esta década del 2010 al 2017 ha tenido un crecimiento en la producción de uvas fresca bastante dinámico de 52% es decir creció a una tasa promedio anual de 6,2%. Este incremento en su producción, logra colocarlo en un importante lugar estratégico, mientras que muchos otros países han disminuido su producción teniendo tasas relativas de crecimiento menores o hasta negativas, excepto como se muestra en el cuadro lo que sucedió en la India o el Perú que en el primer caso creció 23.0% y en el segundo caso 13.0% en el periodo de 2010 al 2017. La apertura a la economía mundial, el desarrollo económico que ha venido desarrollando, generando un incremento en su ingreso nacional ha presionado a que el consumo también aumente y mejore, por lo que a pesar de la alta producción que obtienen como es el caso de las uvas fresca, es un importador importante en el mundo.

China es el país líder en producción y consumo de uvas fresca. Chile se encuentra en el puesto 9 y Perú en el puesto 21.

En cuanto al comercio de uvas fresca, el volumen de importación creció un 5% en 2017 y alcanzó un volumen de 250.000 toneladas; Chile, Perú y Australia siguen

siendo los tres mayores proveedores de uvas fresca para China. Han firmado tratados de libre comercio con China, lo cual les permite disfrutar de aranceles de importación más bajos o incluso de una completa exención. China se constituye en un prometedor y exigente mercado para las uvas peruanas.

a. PERU

Tabla 6

Indicadores de la producción de uva de Perú 2012-2017

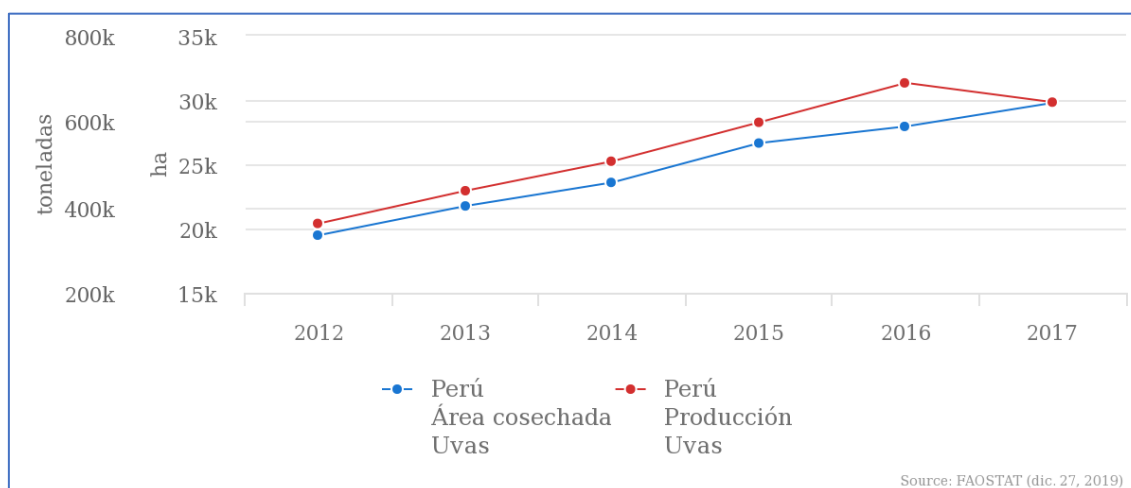
Año	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Producción (toneladas)	361.870,00	438.252,00	507.097,00	597.939,00	689.957,00	645.012,00
Rendimiento (hg/ha) hectogramos por hectárea	185.741,00	201.438,00	214.981,00	224.367,00	246.891,00	216.614,00
Área Cosechada (ha)	19.483,00	21.756,00	23.588,00	26.650,00	27.946,00	29.777,00

Nota: FAOSTAT (2019)

Fuente: Elaboración propia

Figura 8.

Producción/ rendimiento de uvas en Perú 2012-2017

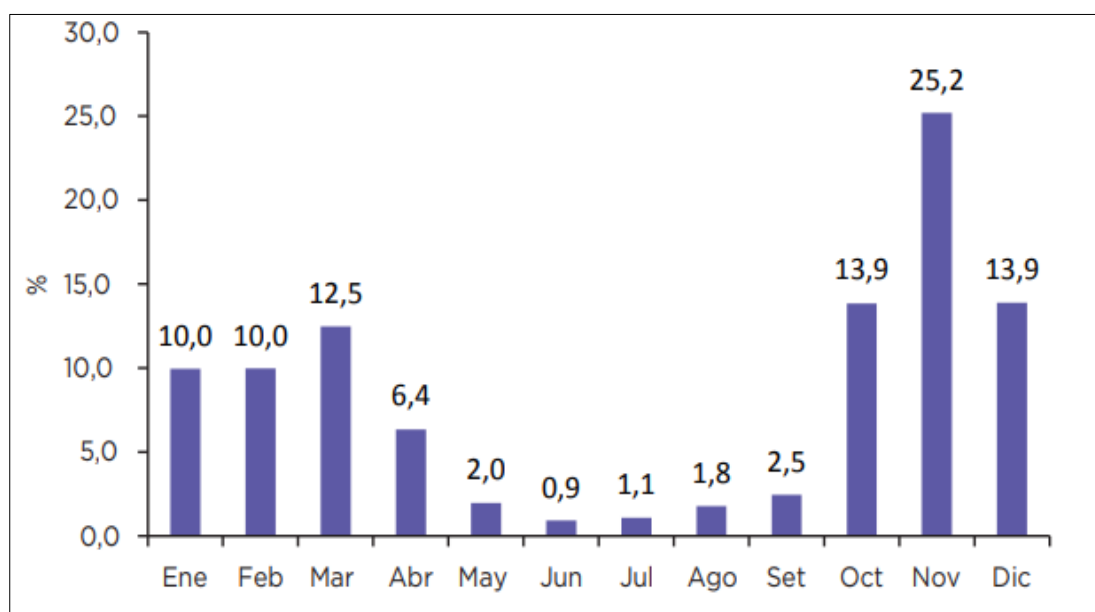


Nota: FAOSTAT (2019)

En la tabla 6 y figura 8, se evidencia un crecimiento constante en la producción, rendimiento y cosecha de la uva fresca, excepto en año 2017 hubo disminución de 6.51%, el factor fue por las fuertes lluvias y las temperaturas inestables causadas por el fenómeno meteorológico el niño costero, retrasando la cosecha; lo que generó superávit en el inventario y reducción de precios de la uva chilena. Ante esta situación el Servicio Agrícola para el Exterior – FAS Lima estimó, que la producción de uva de Perú aumentará en el año comercial 2017 (octubre 2017 a setiembre 2018) en 638,000 toneladas métricas [TM], debido a la producción de nuevas plantaciones y mayores rendimientos en vides en proceso de maduración. Diario Gestion (2017).

Figura 9.

Perú: Estacionalidad de la producción

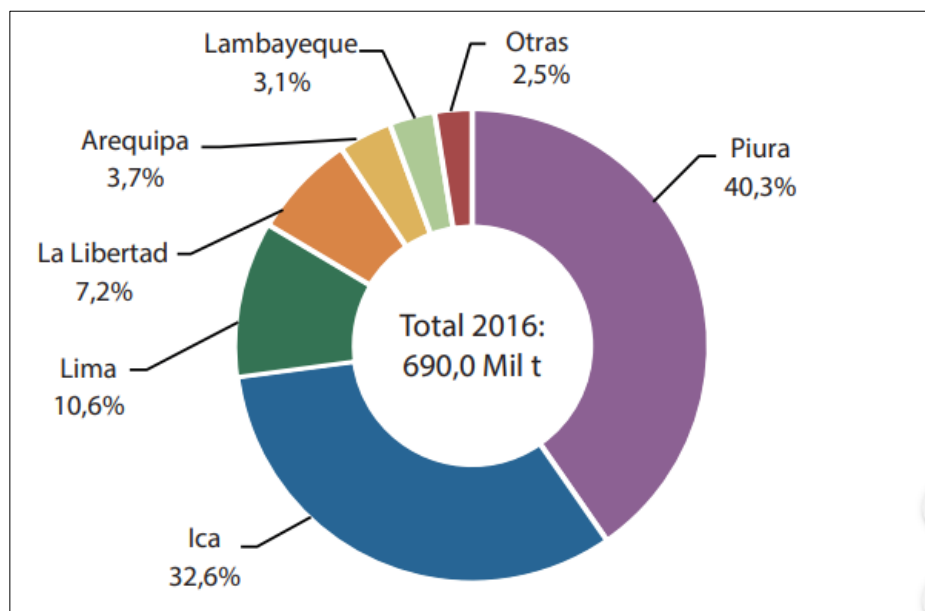


Nota: MINAGRI-SIEA (2017)

En la producción de los últimos tres años, 2014-2016, según el calendario de siembras y cosechas del MINAGRI como se observa en la figura 9, los mayores volúmenes de producción se registran en los periodos enero-abril y octubre-diciembre, en términos de un calendario anual. No obstante, la referencia usual es que la campaña

de producción de la uva se concentra en el periodo octubre – abril del año siguiente, periodo en el que se llega a producir más del 90,0% de la producción anual.

Figura 10.
Principales Regiones productoras de uva 2016(%)



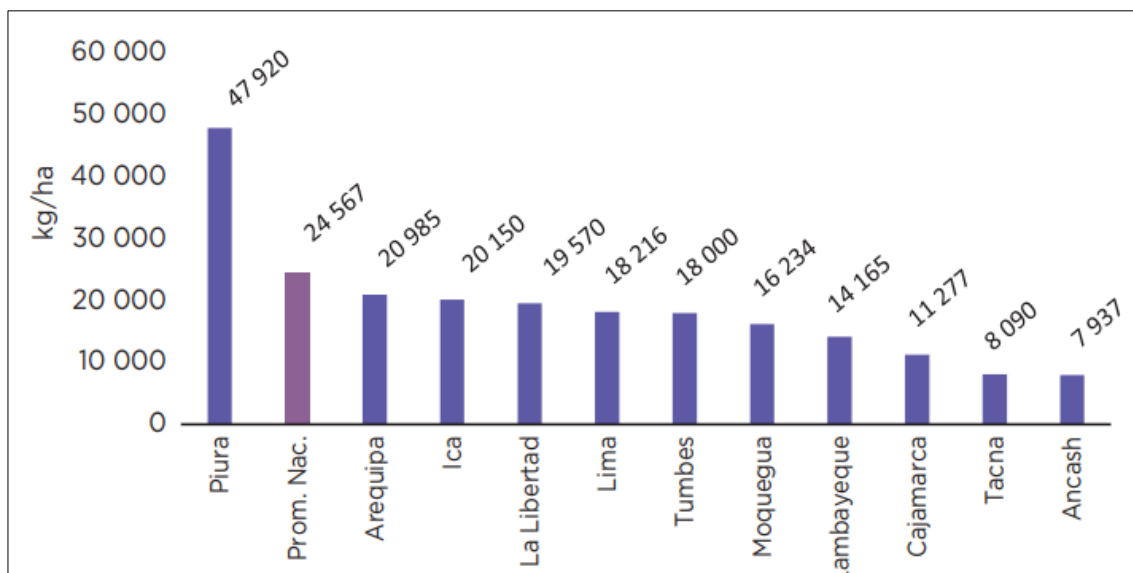
Nota: MINAGRI-SIEA (2017).

En la figura 10 podemos observar que la principal zona productora de uva en el 2016 fue Piura, con 278,6 mil toneladas, que representó el 40,3% de la producción nacional. Le siguieron los departamentos de Ica (32,6%), Lima (10,5%) y La Libertad (7,2%). Estas 4 regiones del país aportaron el 90,7% de la producción nacional. En las regiones de Arequipa y Lambayeque se produce entre el 3,1 y 3,7% de la producción nacional y en otras como Moquegua, Tacna, Ancash, Cajamarca, San Martín y Tumbes se produce en conjunto el 2,5% restante.

Al interior de la Región Piura, las principales zonas productoras de uva se localizan en las provincias de Piura (64,5%), Sullana (21,7%) y Morropón (13,8%) y en el caso de la Región Ica, en las provincias de Ica (73,4%), Chincha (18,5%) y Pisco (7,6%). En la Región Lima, en la provincia de Cañete con 90,7% y en el caso de la

Región La Libertad, en las provincias de Gran Chimú (68,3%), Ascope (14,2%) y Virú (9,3%).

Figura 11.
Rendimiento por Regiones 2016 (kg/ha)



Nota: MINAGRI-SIEA (2017)

Tal como se puede apreciar en la figura 11, los más alto rendimientos por ha, se dan en Piura, con 47,9 t/ha, y es quien levanta el promedio nacional que llega a 24,t/ha, ya que los rendimientos en el resto de Regiones se ubican por la mitad de los de Piura, incluso, en algunas Regiones como Cajamarca, San Martín, Tacna y Ancash, no llegan a las 10t/ha. Ministerio de Agricultura y Riego (2017).

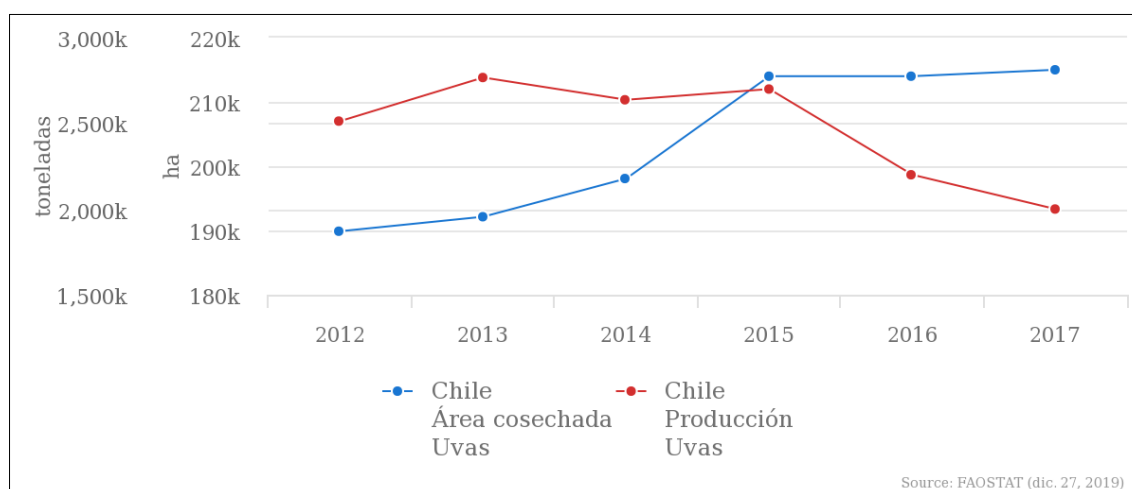
b. CHILE

Tabla 7
Indicadores de la producción de uva de Chile 2012-2017

Año	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Producción (toneladas)	2.513.073,00	2.767.358,00	2.637.436,00	2.700.000,00	2.200.000,00	2.000.000,00
Rendimiento (hg/ha) hectogramos por hectárea	132.349,00	144.031,00	133.150,00	126.168,00	102.804,00	93.023,00
Área Cosechada (ha)	189.882,00	192.136,00	198.080,00	214.000,00	214.000,00	215.000,00

Nota: FAOSTAT (2019)
Fuente: Elaboración propia

Figura 12.
Producción/ rendimiento de uvas en Perú 2012-2017



Nota: FAOSTAT (2019)

En la tabla 7 y figura 12, se evidencia un crecimiento hasta el año 2015, de ahí se visualiza una disminución de 9%, debido a que las variedades tradicionales que produce Chile están perdiendo terreno en los mercados internacionales, en los que antes poseía una gran ventaja, por ello después de realizar un análisis debe competir con variedades más atractivas. Esto es avalado por la oficina de estudios y políticas del ministerio de Chile [ODEPA], cuyas cifras señalan que el valor FOB de las

exportaciones de uva de mesa viene bajando sostenidamente en estas últimas cinco temporadas, desde los US\$ 1.851 millones FOB en la campaña 2012-2013, a los US\$ 1.437 millones de la 2017-2018. Se trata de 22% de disminución, porcentaje que no se condice con la baja de 16% de los volúmenes en el mismo período, lo que nos revela que la uva de mesa chilena ha perdido valor, ante esta situación Chile está realizando cambios estructurales en la producción y la comercialización de la uva de mesa, con el fin de seguir siendo relevantes para los mercados. Diario El Mercurio (2019).

Figura 13.

Calendario de cosecha de uva fresca.

CALENDARIO DE COSECHAS DE LA UVA													
	PAIS	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic
Hemisferio Norte	EE. UU.												
	U.E.												
	China												
	México												
Hemisferio Sur	Brasil												
	Chile												
	Sudáfrica												
	Namibia												
	Perú												

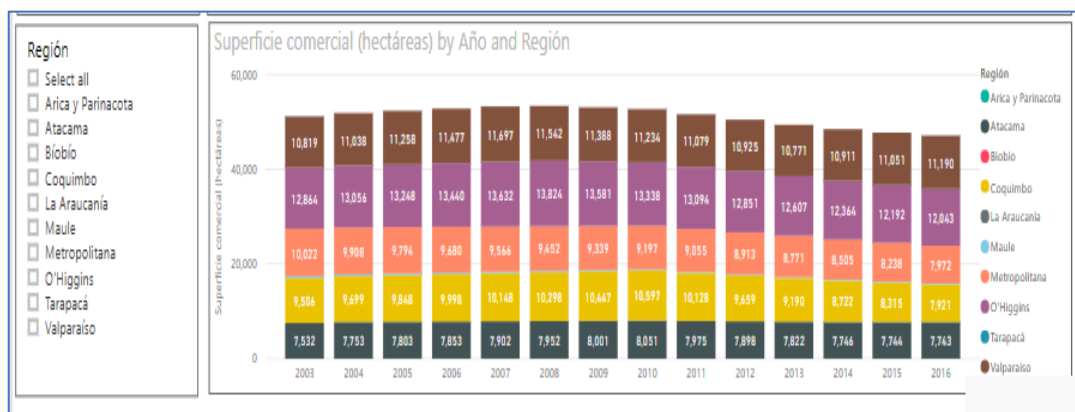
Nota: Agrobanco (2008).

Chile produce uva en los meses de enero a abril y de ahí diciembre. Esto permite abastecer la cantidad demandada de este cultivo a nivel mundial durante el periodo de baja producción por parte de los principales exportadores, sobre todo durante el periodo de diciembre a marzo, debido a que es durante esta época en donde los principales mercados mundiales carecen mayoritariamente de este producto. Banco Agropecuario (2008).

Los principales productores de uva del mundo se encuentran, por lo tanto, en el hemisferio norte. No obstante, los mismos países son también los mayores demandantes, por lo que los exportadores más importantes son los países del hemisferio sur (Chile y Sudáfrica). Estos, además, aprovechan la contra estación y los mejores

precios que pagan los mercados europeos, asiáticos y norteamericanos en esos períodos. Sin perjuicio de lo anterior, EE. UU. es también un exportador importante, colocando la mayor parte de sus uvas frescas en Asia e Inglaterra. En cualquier caso, la estacionalidad de la producción presenta diversas oportunidades de mercado para cada país. En la figura 13, se observa la estacionalidad de los principales exportadores mundiales. Como se determina, los principales competidores son Chile, Sudáfrica y potencialmente Namibia, cuya producción aún es pequeña (si la comparamos con la chilena o sudafricana) pero posee similares ventajas y oportunidades de mercado que nosotros. Consecuentemente, es un país al que se debe de seguir muy de cerca. Banco Wiese Sudameris (2002).

Figura 14.
Principales Regiones productoras de uva (ha)



Nota: ODEPA-Cirén (2018)

Como se puede apreciar en la figura 14, los más alto rendimientos por ha, se dan en Valparaíso, O'Higgins, Coquimbo, Metropolitana y Atacama.

Se concluye, después de realizar el análisis de la infraestructura productiva, los factores que evalúan esta variable son la producción, rendimiento, área cosechada, estacionalidad y zonas productoras; porque en caso de Perú posee las condiciones agroclimáticas naturales para la producción de este importante cultivo, cuya producción

en los últimos años ha sido expansivo y dinámico, a pesar del fenómeno del niño, convirtiéndose en la estrella de la agroexportación, beneficiándose principalmente en el periodo de noviembre a marzo, periodo en la que se obtiene ventajas al disminuir la oferta mundial. Un factor muy importante para el desarrollo dinámico de exportador ha sido la apertura de nuevos mercados internacionales, producto de la firma de tratados comerciales del Perú con EE. UU., Unión Europea, China, Japón entre otras.

En el caso de Chile es un país reconocido agrícolamente por su producción de uvas fresca, se ubica entre los 10 primeros países con mayor producción mundial, con un promedio de 2,4 millones de toneladas en los últimos 5 años, representando aproximadamente el 3,2% de la producción mundial, con rendimientos promedio de 12 toneladas por hectárea, cercano al promedio mundial (9,5 toneladas por hectárea), sin embargo, en los últimos años los rendimientos han venido disminuyendo registrando al año 2017 sólo 9,3 mil toneladas por hectárea menor al registrado para el promedio mundial en el mismo año (9,5 toneladas por hectárea). Asimismo, Chile se ha convertido desde hace varios años en el primer país que lidera las exportaciones mundiales de uvas fresca, mostrando una firme posición competitiva, debido a las economías de escala productiva y exportadora, ha mostrado un comportamiento bastante dinámico.

Tabla 8
Comparativo de producción de uva Perú – Chile

Año	País	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Producción (toneladas)	Perú	361.870,00	438.252,00	507.097,00	597.939,00	689.957,00	645.012,00
	Chile	2.513.073,00	2.767.358,00	2.637.436,00	2.700.000,00	2.200.000,00	2.000.000,00
Rendimiento (hg/ha) hectogramos por hectárea	Perú	185.741,00	201.438,00	214.981,00	224.367,00	246.891,00	216.614,00
	Chile	132.349,00	144.031,00	133.150,00	126.168,00	102.804,00	93.023,00
Área Cosechada (ha)	Perú	19.483,00	21.756,00	23.588,00	26.650,00	27.946,00	29.777,00
	Chile	189.882,00	192.136,00	198.080,00	214.000,00	214.000,00	215.000,00

Nota: FAOSTAT (2019)

Fuente: Elaboración propia

Como se evidencia en la tabla 8, en el caso de Perú la producción en toneladas ha ido aumentando progresivamente, así en el 2012 tuvo una producción de 361,870,00 toneladas, llegando al periodo del 2017 una producción neta de 645.012,00 t. En el caso de Chile ha ido decreciendo, así en el 2012 tenía una producción de 2.513.076,00 t. y en el 2017 alcanzó 2,000.000.00 t. En el indicador de rendimiento, Perú, de 185.741,00 hg/ha generadas en el 2012 pasó a un 216.614,00 hg/ha. en el 2017. Chile en el 2012 de 132.349,00 hg/ha pasó a un 93.023,00

hg/ha. en el 2017. En cuanto a área cosechada Perú en el periodo del 2012 tuvo 19,483,00 ha, llegando en el 2017 a 29.777,00 ha. En tanto Chile en 2012, tuvo 189.882,00 ha, llegando en el 2017 a 215.000,00 ha. En ese sentido se determina que Chile tiene una mayor producción y mayores niveles en cuanto se refiere a las áreas cosechadas; más no en el factor rendimiento.

5.2.2. Variabilidad del precio internacional

Tabla 9

Precio de la uva fresca de Perú y Chile 2013-2018

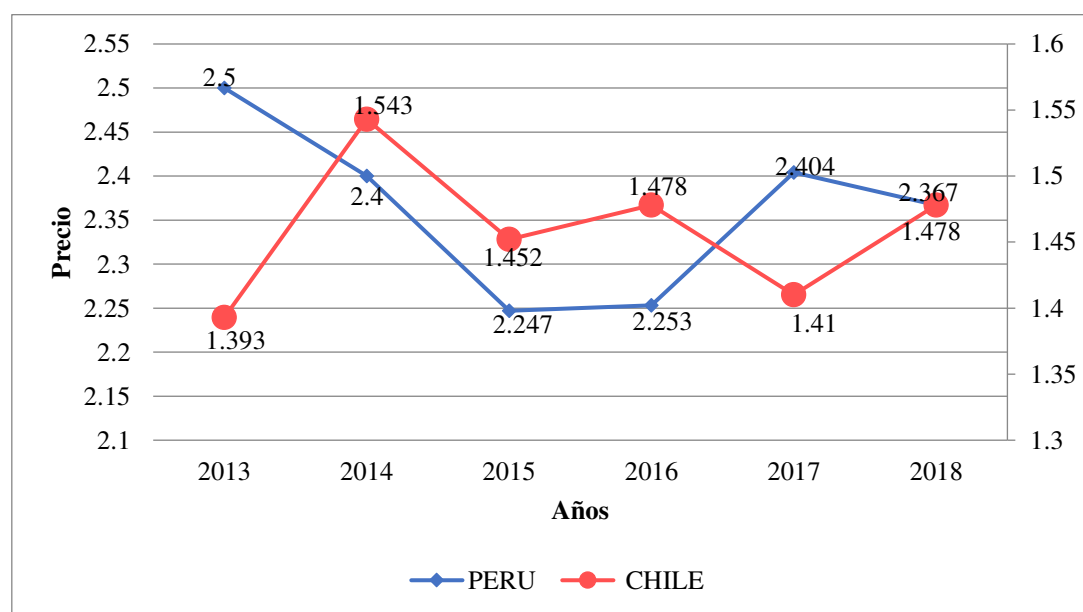
Precio Internacional		
Años	Perú	Chile
	US\$ / KG	US\$ / KG
2013	2.500	1.393
2014	2.400	1.543
2015	2.247	1.452
2016	2.253	1.478
2017	2.404	1.410
2018	2.367	1.478

Nota: Extraído de la Plataforma Veritrade (2019)

Fuente: Elaboración propia

Figura 15.

Precio Internacional de la uva de Perú y Chile 2013-2018



Nota: Extraído de la plataforma Veritrade (2019)

Fuente: Elaboración propia

En los últimos años el consumo mundial de las uvas se ha mantenido a nivel mundial, siendo el principal país de destino Estados Unidos, China, Países bajos, Hong Kong, etc. Estados Unidos es el primer país consumidor de uvas en el mundo. Asimismo, China ocupa en la actualidad un lugar expectante por el incremento del

consumo de uvas, incrementando su demanda, lo que ha direccionado que las exportaciones latinoamericanas hacia el continente asiático se hayan incrementado. El precio de la uva peruana está por encima de los US\$ 2.00 por kilogramo, a diferencia de Chile que está por debajo de los US\$ 2.00 por kilogramo, siendo más barato en 61.82% comparando con Perú.

Como se observa en las tablas 9 y 10, los precios de la uva peruana han tenido variaciones de descenso e incremento, del año 2013 al 2014 disminuyó en 4%, para el año 2015 disminuyó en 6.38%, de ahí para el año 2017 se elevó en 6.70% y en el año 2018 disminuyó en 1.54%, en caso de la uva chilena los precios también tuvieron el mismo comportamiento, del 2013 al 2014 se incrementó en 10.77%, para el año 2015 disminuyó en 5.90%, de ahí para el año 2017 disminuyó en 4.60%, elevándose para el año 2018 con 4.82%.

Tabla 10

Variación de los precios de Uva de Perú y Chile 2013-2018

Años	Perú	Variación %	Chile	Variación %
	US\$ / Kg		US\$ / Kg	
2013	2.5		1.393	
2014	2.4	-4.00%	1.543	10.77%
2015	2.247	-6.38%	1.452	-5.90%
2016	2.253	0.27%	1.478	1.79%
2017	2.404	6.70%	1.41	-4.60%
2018	2.367	-1.54%	1.478	4.82%

Nota: Extraído de la plataforma Veritrade (2019)

Fuente: Elaboración propia

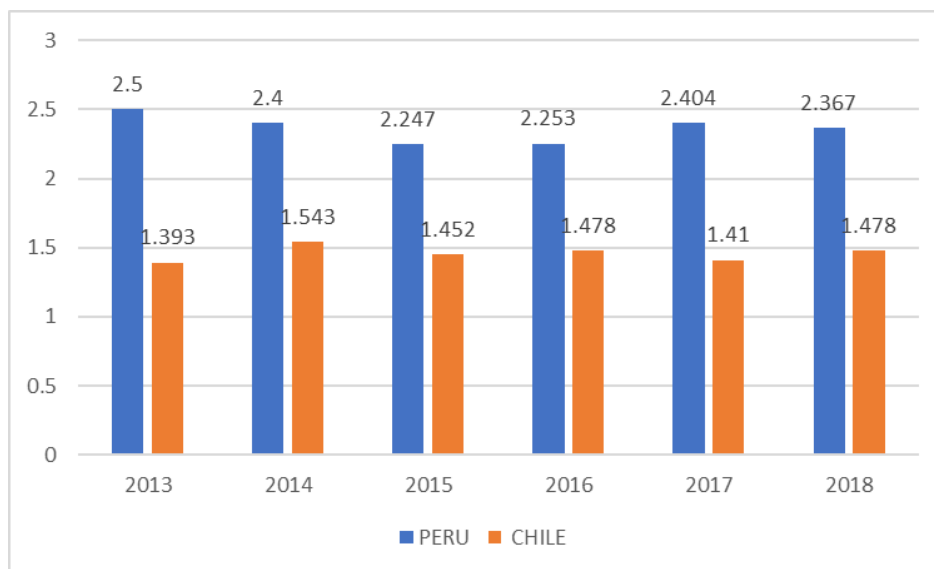
En la figura 16 se muestra una comparación de los precios internacionales de la uva de ambos países, donde se observa que Perú mantiene los precios por encima de los \$2.00 dólares al 2018, es decir maneja el precio promedio por Kg de \$2.36 en los periodos del 2013 al 2018. Por otro lado, en Chile tuvo el mismo comportamiento los precios se han mantenido casi igual por encima de los \$1.40 dólares/kg, es decir el precio promedio por Kg. es de \$1.459, teniendo economías de escala productiva y

exportadora, además ser el principal proveedor de los más grandes mercados de uvas como Estados Unidos, China, Unión Europea.

Siendo nuestro país vecino de Chile el mayor exportador mundial, el Perú se viene constituyendo en el proveedor exportador más dinámico y competitivo, haciendo frente a la hegemonía del gigante productor de uvas de mesa, uno de los factores importantes para pretender consolidar la presencia de las exportaciones peruanas principalmente en el mercado norteamericano y mundial, son las ventanas estacionales de las exportaciones de uvas chilenas y peruanas, es decir que la uva de Chile ingresa al mundo principalmente entre los meses de enero a mayo, mientras que en el Perú se anticipa a las exportaciones chilenas entre los meses de octubre a febrero, cuando las exportaciones peruanas están finalizando recién ingresan al mercado las exportaciones chilenas, por tanto los mejores precios y cotizaciones son obtenidas por el Perú que anticipa sus ventas al mundo.

El Perú pretende aprovechar las mejores oportunidades de ingresar hacia otros mercados con los que compite con Chile, precisamente en los periodos en los que estacionalmente Chile disponga de una menor oferta exportable en el mercado, es decir tenga poco abastecimiento y precisamente el hecho de anticipar nuestras exportaciones en los principales mercados por la menor oferta de uvas de Chile, va a influir en mejorar el precio del producto en el mercado internacional, lo cual este será el mejor momento para la uva fresca peruana, de poder consolidar su presencia en diversos mercados potenciales.

Figura 16.
Variación de los precios de Uva de Perú y Chile 2013-2018



Nota: Extraído de la plataforma Veritrade (2019)
Fuente: Elaboración propia

5.2.3. Infraestructura de logística internacional

A continuación, se evidencian las características principales que enfocan en la infraestructura internacional.

El Doing Business, específicamente el octavo pilar: Comercio transfronterizo, es una pieza clave en el desarrollo económico, al ser el acceso a los mercados internacionales parte importante de ello. Así, la optimización de tiempo y costos, que es materia de análisis en este pilar, está fuertemente asociada con el crecimiento del comercio en la economía.

El presente pilar analiza los tiempos y costos tanto de exportación como de importación, los cuales se retroalimentan analizando la eficiencia en 3 tipos de procesos: cumplimiento documental, cumplimiento fronterizo y transporte interno. El cumplimiento documental hace referencia a los requerimientos documentales que demandan las agencias del Gobierno del país de origen, del de destino y de las

economías transitorias. Además, los tratamientos preferenciales, como los certificados de origen, se consideran en el análisis. El cumplimiento fronterizo analiza el tiempo y los costos relacionados con el despacho de aduanas, regulaciones e inspecciones obligatorias para poder realizar envíos a través de la frontera. Un claro ejemplo son las inspecciones fitosanitarias. Finalmente, el transporte interno abarca los tiempos y costos asociados a los envíos desde el almacén en la ciudad comercial más grande de la economía hasta el puerto marítimo o la frontera terrestre que con más frecuencia se utiliza.

A continuación, se evaluará la eficiencia de los procesos logísticos.

Tabla 11
Doing Business de Perú 2013-2018

DOING BUSSINES	2013	2014	2015	2016 (A World Bank Group Flagship Report, 2016)	2017 (A World Bank Group Flagship Report, 2017)	2018 (A World Bank Group Flagship Report, 2018)
Facilidad para hacer negocios (rango)	43	42	35	50	54	58
Comercio transfronterizo (rango)	60	55	55	88	86	92
Documentos para exportar (número)	6	5	5			
Tiempo de exportación (días)	12	12	12	Time to export Cumplimiento documental (horas): 48	Time to export Cumplimiento documental (horas): 48	Time to export Cumplimiento documental (horas): 48
				Cumplimiento fronterizo (horas): 48	Cumplimiento fronterizo (horas): 48	Cumplimiento fronterizo (horas): 48
				Transporte nacional (horas): 1		
Costo de exportación (US \$ por contenedor)	890	890	890	Cost to export	Cost to export	Cost to export
				Cumplimiento documental (US\$): 50	Cumplimiento documental (US\$): 50	Cumplimiento documental (US\$): 50
				Cumplimiento fronterizo (US\$): 460	Cumplimiento fronterizo (US\$): 460	Cumplimiento fronterizo (US\$): 460
				Transporte nacional (US\$): 278		
DTF score for trading across borders (0-100)			78.81	71.45	71.45	71.45

Nota: Doing Business 2013-2018 (2019).

En la tabla 11 podemos observar como en el Perú ha mejorado el tiempo de exportación pasando de 12 días a tan solo 4 días y los costos de exportación por contenedor que en los años de 2013- 2015 costaba \$ 890 dólares, disminuyó a \$510.00 al 2018, de tonas maneras originando gastos que hacen que se incrementó el precio de la uva, esta información es analizada según la revista Doing Business.

Tabla 12*Doing Business de Chile 2013-2018*

DOING BUSSINES	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<i>Facilidad para hacer negocios (rango)</i>	37	34	41	48	57	55
<i>Comercio transfronterizo (rango)</i>	48	40	40	63	65	68
<i>Documentos para exportar (número)</i>	6	5	5			
<i>Tiempo de exportación (días)</i>	15	15	15	Time to export Cumplimiento documental (horas): 24	Time to export Cumplimiento documental (horas): 24	Time to export Cumplimiento documental (horas): 24
				Cumplimiento fronterizo (horas): 60	Cumplimiento fronterizo (horas): 60	Cumplimiento fronterizo (horas): 60
				Transporte nacional (horas): 9		
<i>Costo de exportación (US \$ por contenedor)</i>	980	980	910	Cost to export Cumplimiento documental (US\$): 50	Cost to export Cumplimiento documental (US\$): 50	Cost to export Cumplimiento documental (US\$): 50
				Cumplimiento fronterizo (US\$): 290	Cumplimiento fronterizo (US\$): 290	Cumplimiento fronterizo (US\$): 290
				Transporte nacional (US\$): 345		
<i>DTF score for trading across borders (0-100)</i>			82.05	80.56	80.56	80.56

Nota: Doing Business 2013-2018 (2019).

En la tabla 12 podemos observar como Chile ha mejorado el tiempo de exportación pasando de 15 días a tan solo 3 días y medio, teniendo costos de exportación por contenedor en los años 2013-2015 de \$980.00 dólares, disminuyendo al 2018 a \$340, originando gastos que hacen que se incrementé el precio de la uva, esta información es analizada según la revista Doing Business.

Vías de transporte Perú

Tabla 13

Vías de transporte de las exportaciones de uva de Perú 2013-2018 - Total US\$ FOB Total

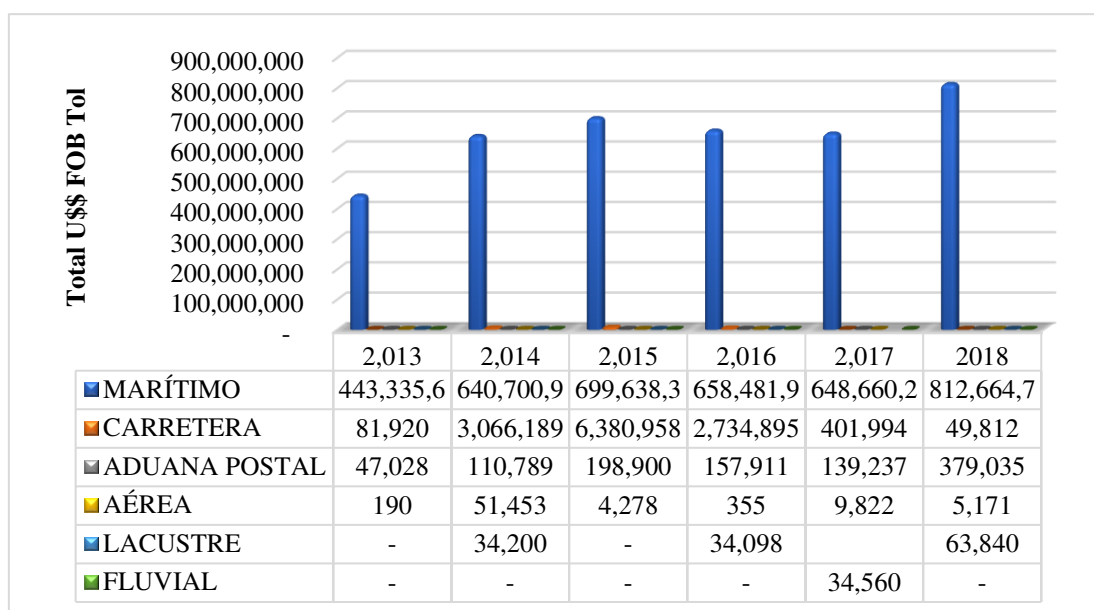
Vía Transporte/Año	Total US\$ FOB Tot					
	2,013	2,014	2,015	2,016	2,017	2018
MARÍTIMO	443,335,623	640,700,954	699,638,327	658,481,990	648,660,232	812,664,778
CARRETERA	81,920	3,066,189	6,380,958	2,734,895	401,994	49,812
ADUANA POSTAL	47,028	110,789	198,900	157,911	139,237	379,035
AÉREA	190	51,453	4,278	355	9,822	5,171
LACUSTRE	-	34,200	-	34,098		63,840
FLUVIAL	-	-	-	-	34,560	-
Total	443,464,761	643,963,585	706,222,463	661,409,249	649,245,845	813,162,636

Nota: Veritrade (2019)

Fuente: Elaboración propia

Figura 17.

Vías de transporte de las exportaciones de uva de Perú 2013-2018 - Total US\$ FOB Total



Nota: Extraído de la plataforma Veritrade (2019)

Fuente: Elaboración propia

Como se muestra en la tabla 13 y figura 17, el 99.97% Perú realiza sus exportaciones por vía marítima, siendo el transporte más utilizado en el comercio internacional de Perú y el 0.03% otras vías de transporte como carretera, aduana postal, aérea y lacustre, pero en el año 2017 también optaron por usar el transporte fluvial.

Tabla 14.

Vías de transporte de las exportaciones de uva de Perú 2013-2018 - Total KG

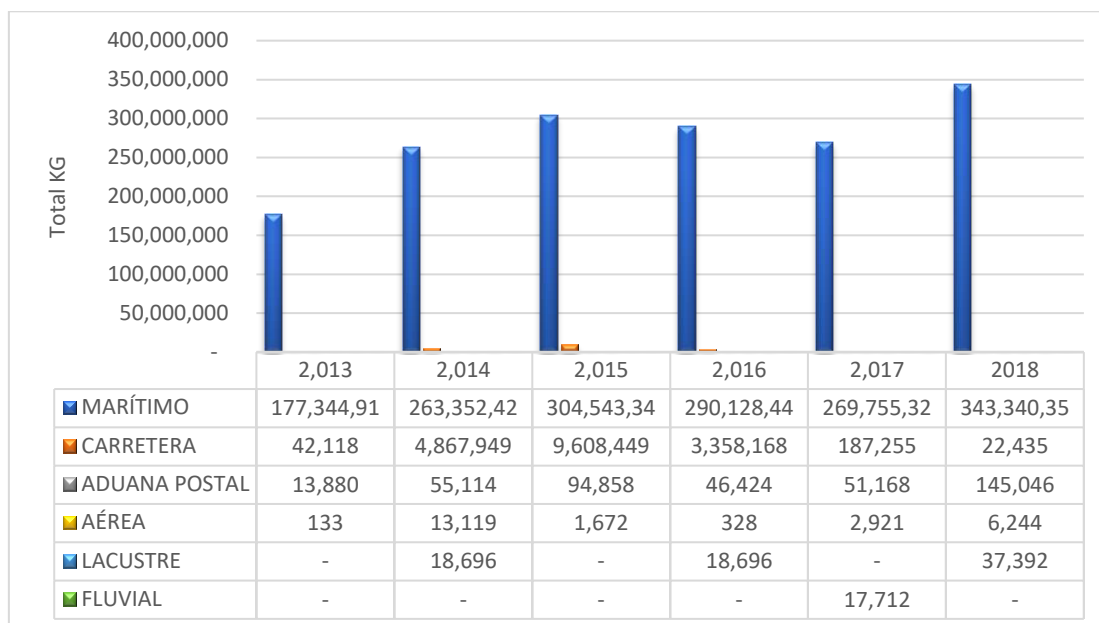
Vía Transporte/Año	Total KG					
	2,013	2,014	2,015	2,016	2,017	2018
MARÍTIMO	177,344,918	263,352,423	304,543,340	290,128,444	269,755,325	343,340,354
CARRETERA	42,118	4,867,949	9,608,449	3,358,168	187,255	22,435
ADUANA POSTAL	13,880	55,114	94,858	46,424	51,168	145,046
AÉREA	133	13,119	1,672	328	2,921	6,244
LACUSTRE	-	18,696	-	18,696	-	37,392
FLUVIAL	-	-	-	-	17,712	-
Total	177,401,049	268,307,300	314,248,320	293,552,060	270,014,381	343,551,471

Nota: Extraído de la plataforma Veritrade (2019)

Fuente: Elaboración propia

Figura 18.

Vías de transporte de las exportaciones de uva de Perú 2013-2018 - Total KG.



Nota: Extraído de la plataforma Veritrade (2019)

Fuente: Elaboración propia

Como se evidencia en la tabla 14 y figura 18, el 99.97% Perú realiza sus exportaciones por vía marítima, es decir un promedio de 274 mil toneladas son exportadas por este medio, siendo el transporte más utilizado en el comercio internacional, el resto de las exportaciones va por transporte carretera, área, aduana postal, etc.

Vías de transporte Chile

Tabla 15

Vías de transporte de las exportaciones de uva de Chile 2013-2018 - Total US\$ FOB Total.

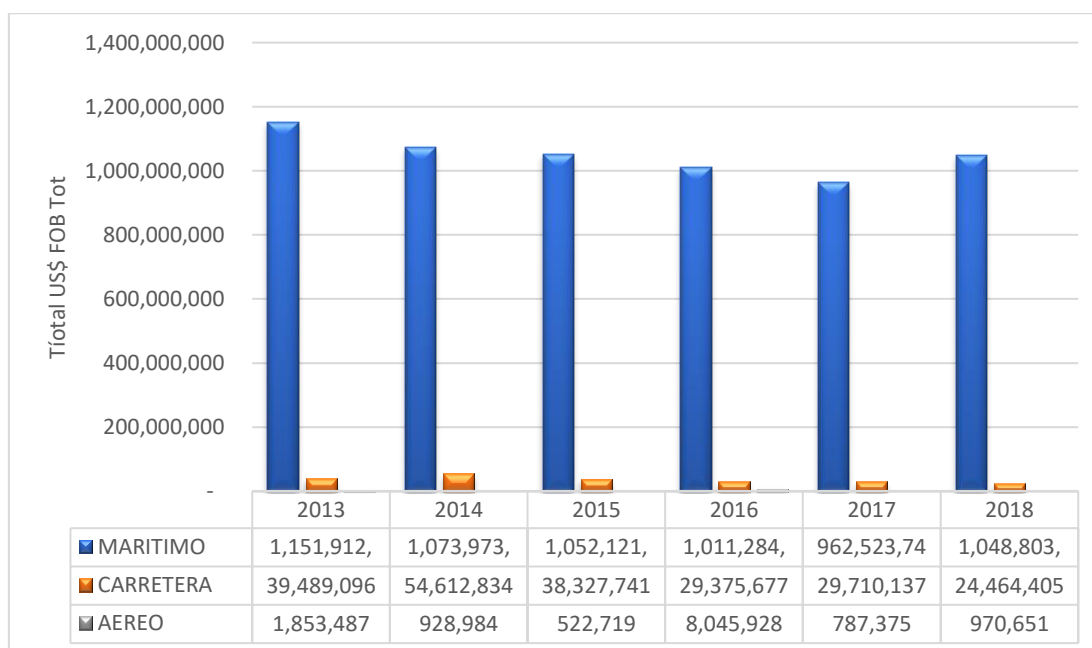
Vía Transporte	Total US\$ FOBTot					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Marítimo	1,151,912,832	1,073,973,189	1,052,121,685	1,011,284,281	962,523,742	1,048,803,445
Carretera	39,489,096	54,612,834	38,327,741	29,375,677	29,710,137	24,464,405
Aéreo	1,853,487	928,984	522,719	8,045,928	787,375	970,651
Total	1,193,255,415	1,129,515,006	1,090,972,146	1,048,705,886	993,021,254	1,074,238,500

Nota: Extraído de la plataforma Veritrade (2019)

Fuente: Elaboración propia

Figura 19.

Vías de transporte de las exportaciones de uva de Chile 2013-2018 - Total US\$ FOBTot



Nota: Extraído de la plataforma Veritrade (2019)

Fuente: Elaboración propia

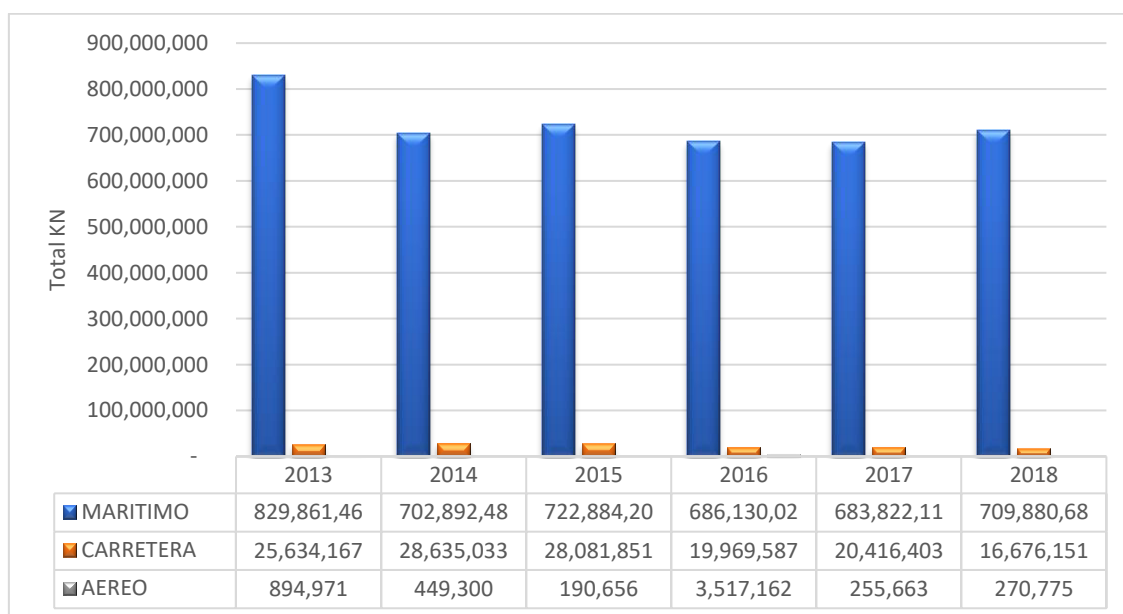
Como se muestra en la tabla 15 y figura 19 el 97.64% Chile realiza sus exportaciones por vía marítima, siendo el transporte más utilizado en el comercio internacional, el resto va por transporte carretera y aéreo siendo un 2.36%.

Tabla 16*Vías de transporte de las exportaciones de uva de Chile 2013-2018 - Total KG*

Vía Transporte	Total KN					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Marítimo	829,861,460	702,892,485	722,884,202	686,130,021	683,822,114	709,880,681
Carretera	25,634,167	28,635,033	28,081,851	19,969,587	20,416,403	16,676,151
Aéreo	894,971	449,300	190,656	3,517,162	255,663	270,775
Total	856,390,598	731,976,817	751,156,709	709,616,769	704,494,180	726,827,607

Nota: Extraído de la plataforma Veritrade (2019)

Fuente: Elaboración propia

Figura 20.*Vías de transporte de las exportaciones de uva de Chile 2013-2018 - Total KG*

Nota: Extraído de la plataforma Veritrade (2019)

Fuente: Elaboración propia

Como se muestra en la tabla 16 y figura 20, el 97.64% Chile realiza sus exportaciones por vía marítima, es decir un promedio de 720 mil toneladas, son exportadas por este medio, siendo el transporte más utilizado en el comercio internacional, el resto va por transporte carretero y aéreo siendo 17 mil toneladas.

Aduanas de Perú

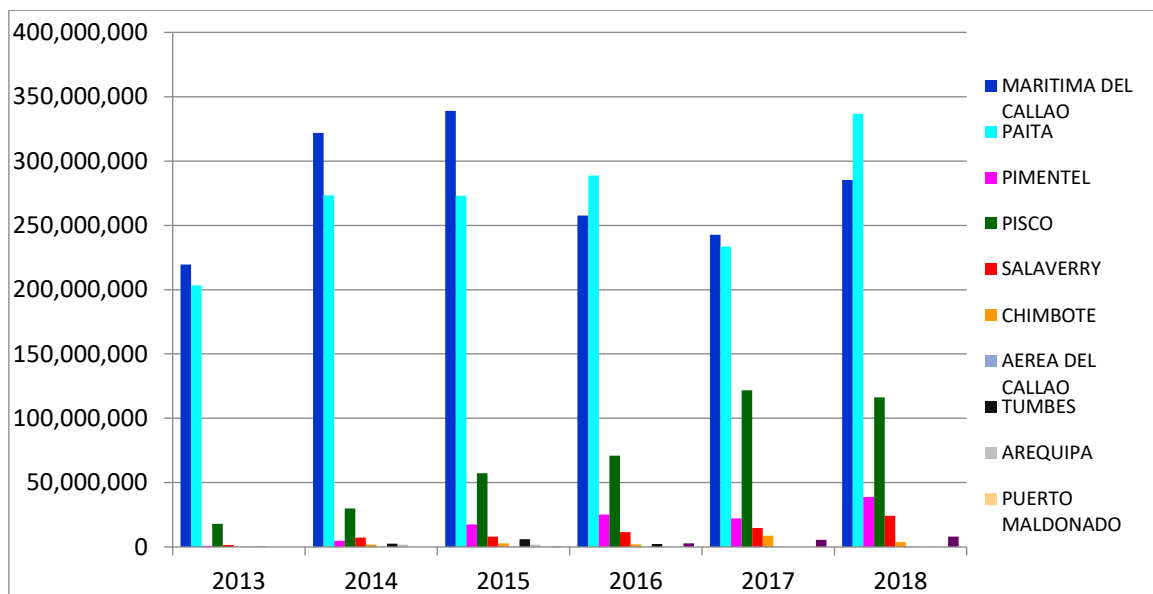
Tabla 17

Aduanas de las exportaciones de la uva de Perú 2013-2018

Total US\$ FOBTot						
Aduana	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Marítima del Callao	219,529,931	321,742,439	339,089,630	257,527,561	242,661,599	285,286,650
Paita	203,363,867	273,190,439	273,084,596	288,772,156	233,361,933	336,851,974
Pimentel	831,738	4,895,582	17,408,614	25,284,140	22,230,099	38,993,700
Pisco	18,050,878	29,999,877	57,279,450	70,939,630	121,749,395	116,190,305
Salaverry	1,456,447	7,254,415	8,131,815	11,642,998	14,793,872	24,135,008
Chimbote	149,790	1,931,123	2,742,572	2,026,997	8,789,310	3,697,455
Aérea del Callao	190	51,453	4,278	355	9,822	5,171
Tumbes	81,920	2,595,071	5,956,852	2,263,737	-	-
Arequipa	-	1,867,366	1,697,646	22,800	-	49,812
Puerto Maldonado	-	435,821	446,258	46,724	74,592	-
Mollendo Matarani	-	-	380,752	2,882,151	5,575,223	7,952,561
Total	443,464,761	643,963,586	706,222,463	661,409,249	649,245,845	813,162,636

Nota: Extraído de la plataforma Veritrade (2019)

Fuente: Elaboración propia

Figura 21.*Aduanas de las exportaciones de la uva de Perú 2013-2018*

Nota: Extraído de la plataforma Veritrade (2019)

Fuente: Elaboración propia

Como se muestra en la tabla 17 y figura 21, los puertos más utilizados para la exportación de las uvas peruanas durante los 6 años es el puerto Marítima del Callao con 35%, Paita con 41.42% en el año 2018, con una participación más del 50%, a diferencia de los otros puertos.

Aduanas de Chile

Tabla 18

Aduanas de las exportaciones de la uva de Chile 2013-2018

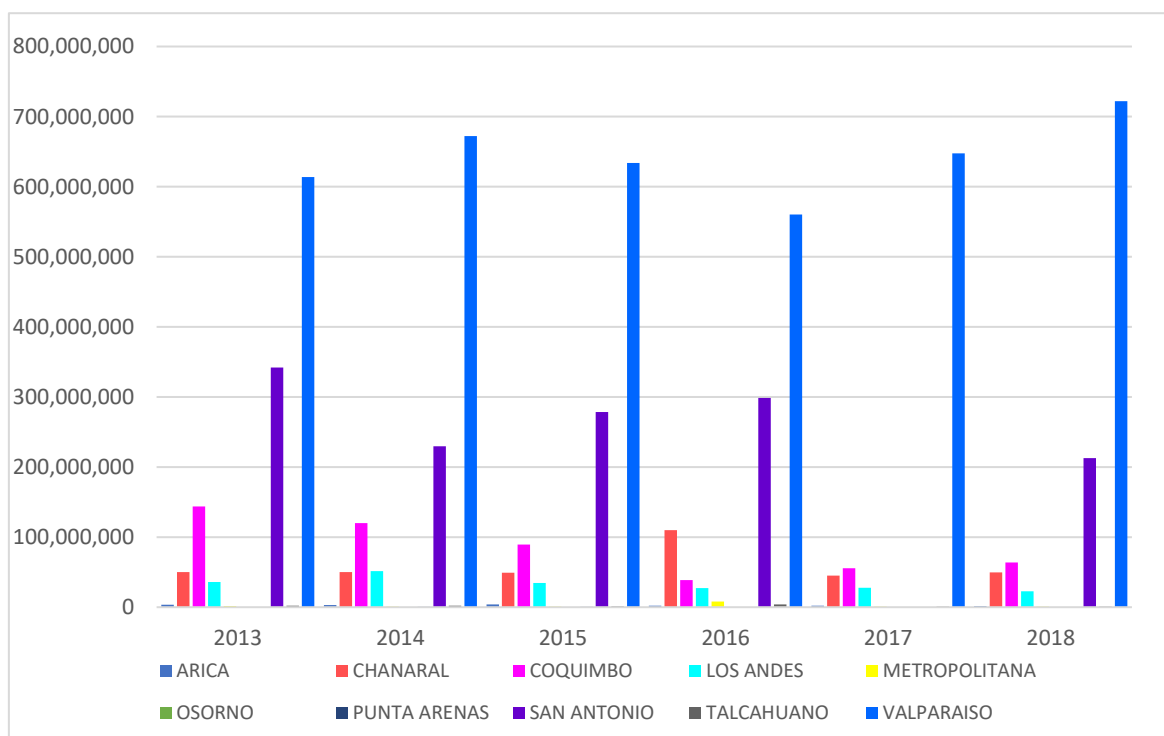
Total US\$ FOBTot						
Aduana	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Arica	3,386,441	2,965,235	3,818,609	1,958,156	2,141,504	1,641,630
Chanaral	50,153,251	50,125,002	49,034,401	109,754,950	44,949,309	49,538,687
Coquimbo	143,743,142	120,078,754	89,547,090	38,511,280	55,689,322	63,917,974
Los andes	36,028,063	51,647,599	34,509,132	27,417,521	27,568,633	22,792,623
Metropolitana	1,853,487	928,901	522,719	8,045,928	787,375	970,651
Osorno	74,592	-	-	-	-	-
Punta arenas	87	222	930	65	-	-
San Antonio	341,995,561	229,389,789	278,439,740	298,611,561	213,599,664	212,598,051
Talcahuano	2,138,553	2,220,526	1,133,080	4,077,260	687,499	802,288
Valparaíso	613,882,238	672,158,978	633,966,444	560,329,165	647,597,948	721,976,596
Total	1,193,255,415	1,129,515,006	1,090,972,146	1,048,705,886	993,021,254	1,074,238,500

Nota: Extraído de la plataforma Veritrade (2019)

Fuente: Elaboración propia

Figura 22.

Aduanas de las exportaciones de la uva de Chile 2013-2018



Nota: Extraído de la plataforma Veritrade (2019)

Fuente: Elaboración propia

Como se muestra en la tabla 18 y figura 22, los puertos más utilizados para la exportación de las uvas chilenas durante los 6 años es el puerto Valparaíso con 67%, San Antonio con 19% en el año 2018, con una participación más del 86%, a diferencia de los otros puertos.

Evidenciando los valores obtenidos en los indicadores, se concluye (ver tabla comparativa 19) que el Perú para realizar negocios está en el rango 58, Chile en el rango 55, para el comercio transfronterizo Perú está en el rango 92, y Chile rango 68, el tiempo de exportación para el trámite documentario en Perú es de 4 días, caso Chile es de 3 días y medio en el año 2018, a comparación de años anteriores. Para la exportación de las uvas frescas el transporte más utilizado en ambos países es el marítimo siendo 99.97% de Perú y Chile de 97.64%, el puerto más empleado para exportar en el caso de Perú es la vía marítima, a través de los puertos del Callao y Paita, en caso de Chile a través de los puertos Valparaíso y San Antonio.

Tabla 19
Cuadro comparativo Perú – Chile

Indicadores	Perú	Chile
Rango para realizar negocios	58	55
Rango comercio fronterizo	92	68
Demora en trámite documentario (en días/2018)	4	3 y medio
Medio de transporte más usado (Marítimo)	99.7%	97.64%
Puertos	Callao y Paita	Valparaíso y San Antonio

Nota: Extraído de la plataforma Veritrade (2019)

Fuente: Elaboración propia

5.2.4. Certificaciones internacionales

Para ingresar a los mercados internacionales, se requiere cumplir con certificaciones, requisitos fitosanitarios y sanitarios, normas de origen, aranceles, tributos aduaneros, entre otros.

Por ello Perú y Chile firmaron varios acuerdos comerciales, caso Estados Unidos, Unión Europea, Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico, entre otras. Se está considerando estos acuerdos, porque la mayor exportación de uva fresca se destina a los países que conforman estos acuerdos.

Al incremento de las exportaciones peruanas y chilenas, ambos países decidieron negociar acuerdos comerciales con los países a los que más vendían y vende hoy. Con tratados de Libre Comercio, todos los beneficios que Perú y Chile tenían para exportar ya no serían temporales ni limitados, sino que estarían consolidados en Acuerdos Comerciales amplios y permanentes. Hoy, gracias a los TLC o Acuerdos Comerciales del Perú y Chile, los principales mercados del mundo están abiertos, y millones de consumidores pueden conocer y disfrutar los productos y servicios que ambos países producen y exportan.

A continuación, desarrollamos los siguientes acuerdos:

- **Acuerdo de Promoción Comercial (APC) Perú - Estados Unidos**

El Acuerdo de Promoción Comercial Perú - Estados Unidos entró en vigor el 1 de febrero de 2009 y dentro de los seis objetivos fundamentales menciona garantizar el acceso preferencial **permanente** de las exportaciones peruanas a uno de sus principales mercados de destino. Asimismo, incrementar las exportaciones, a través de la eliminación de distorsiones causadas por aranceles, cuotas de importación, subsidios y barreras paraarancelarias.

Incluso, en uno de los capítulos indica las reglas de Origen, Medidas Sanitarias, entre otras. Actualmente, el Perú cuenta con preferencias arancelarias para más de 10 000 productos, contando con una desgravación total (en un plazo de 0 a 17 años) del 99,50% del total de líneas arancelarias estadounidenses.

- **Tratado de Libre Comercio Chile-Estados Unidos**

El Tratado de Libre Comercio entre Chile y Estados Unidos fue firmado el 6 de junio de 2003, entrando en vigor el 1° de enero de 2004.

Este acuerdo se recuerda como histórico para Chile, pues significó consolidar y profundizar su estrategia de economía abierta, competitiva y apoyada en el dinamismo de las exportaciones, que le ha permitido consolidar y ampliar el acceso de sus productos a las principales economías internacionales, diversificar las exportaciones, es más la productividad de las empresas chilenas se vio incrementada al facilitar la adquisición de tecnologías más modernas y a menores precios, lo que ayudo aumentar el valor agregado de su oferta exportable. Por ello durante el año 2018, el intercambio comercial de Chile con Estados Unidos experimentó un crecimiento anual de 12%, en el caso del sector agropecuario, silvícola y pesquero crecieron un 2,0% cuya alza se atribuye, en su mayoría, al crecimiento anual de 1,7% de los productos frutícolas y envíos por US\$1.496 millones, tras concentrar un 90% de estos.

A continuación, en la tabla 20 mostramos las certificaciones que solicita Estados Unidos para exportar la uva.

Tabla 20*Certificaciones de Perú y Chile de la uva fresca para exportar a EE. UU*

País	Perú	Chile	Dato adicional
Acuerdo	TLC PERU-ESTADOS UNIDOS	TLC CHILE ESTADOS UNIDOS	
Año	Vigencia: 1 febrero 2009	Vigencia: 1 de enero de 2004	
Preferencia arancelaria	0%	0%	
Partida arancelaria	08.06.10.00.00	08.06.10.00.00	
Requisito de origen	Certificación de origen o declaración de origen: Para acogerse a las preferencias arancelarias estipuladas en el APC, presenta una: certificación escrita o electrónica emitida por el exportador, productor o por el mismo importador de la mercancía (auto certificación).	Certificación de origen o declaración de origen por escrito Para el tratamiento arancelario preferencial en Chile con EE. UU el sistema para certificar el origen es la: Auto certificación que puede ser realizada por el productor o exportador.	Las reglas de origen en el marco bilateral, una mercancía podrá ser considerada originaria (y así acogerse a los beneficios arancelarios) siempre y cuando sea: <ul style="list-style-type: none"> • Obtenida en su totalidad o producida completamente en el territorio de una o más de las Partes del APC, demostrando que la mercancía importada es originaria. • Producida enteramente en el territorio de una o más de las Partes • Es producida enteramente en el territorio de una o más de las Partes, a partir exclusivamente de materiales originarios.

			La uva fresca se encuentra en la sección II, de productos del Reino Vegetal.
Certificaciones voluntarias	<p>a. Certificado de Comercio Justo o Fair Trade Certified</p> <p>b. Certificaciones ambientales</p>	<p>a. Certificado de Comercio Justo o Fair Trade Certified</p> <p>b. Certificaciones ambientales</p>	<p>Figura como una de las certificaciones más representativas y utilizadas para exportar al mercado estadounidense. La principal organización norteamericana que la brinda es la Fair Trade USA.</p> <p>Certificaciones comprometidas con la responsabilidad social y el desarrollo sostenible, gozan de gran aceptación por el consumidor norteamericano, emitida por USDA Organic, el cual certifica que los productos hayan sido obtenidos y procesados naturalmente, es decir sin la aplicación de insumos o productos químicos. Este es un certificado de gran relevancia en el mercado.</p>
Regulaciones sanitarias y fitosanitarias	Certificado fitosanitario PERU: Emite la SENASA	<p>Certificado fitosanitario CHILE: Emite el SAG.</p> <p>Adicional a ello, debe acompañar los siguientes documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planilla de despacho del producto inspeccionado y aprobado 	<ul style="list-style-type: none"> • Cualquier producto alimenticio que se pretenda ingresar a los Estados Unidos debe contar con el permiso y certificado respectivo. Emitido por la autoridad competente del país de origen.

		<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud de Inspección (SIF). Permiso Fitosanitario de Importación (PFI). Carta de responsabilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Certifica que las plantas y productos vegetales han sido inspeccionados y son considerados libres de plagas, enfermedades, plagas cuarentenarias y otras plagas perjudiciales. En caso de que el producto llegue a los EE.UU. sin el certificado Fitosanitario de Perú o Chile este embarque tiene dos opciones: reexportarlo o destrucción. • Inspeccionado por el APHIS.
	Certificación de BPA	Certificación de BPA	<p>Acreditado donde certifique que el cultivo cumple de los requisitos establecidos en la “Guía para reducir al Mínimo los Peligros Microbianos en la Inocuidad de los Alimentos para las Frutas y Vegetales Frescos” o de una Norma Internacional.</p>
Otras certificaciones	<p>Certificación orgánica HACCP – Hazard Análisis Critical Control Points</p>	Certificación orgánica	<ul style="list-style-type: none"> • Requisitos que tienen que cumplir todo producto fresco para ser puesto al punto de venta y llegue al consumidor final. • Es obligatorio que todo exportador que declara su producto como orgánico esté en la capacidad de poder demostrarlo, mediante un certificado emitido por un organismo certificador acreditado ante el Departamento de Agricultura

de los Estados Unidos (USDA), bajo las Normas Orgánicas Nacionales de EE. UU, conocidas como NOS. Los productos certificados exhiben el sello USDA ORGANIC



Nota: Extraído de PROMPEX (2015)
Fuente: Elaboración propia

El Perú y Chile se ha consolidado como países exportadores de uvas hacia Estados Unidos, este logro se ha hecho posible gracias al acceso formal de uva peruana y chilena a Estados Unidos con el protocolo sanitario coordinado entre SENASA, el SAG y la oficina correspondiente del *United States Department of Agriculture* [USDA]. Como se observa en la tabla 20 para exportar a dicho país se requiere certificación de origen, comercio justo, sanitaria y fitosanitaria y entre otras.

Por último, es conveniente acotar que los organismos encargados para vigilar la seguridad de los productos agropecuarios de Estados Unidos caso de la uva fresca es: *El Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA)*.

Entidad que tiene como misión incidir en el: (i) Oficina de Sanidad Vegetal y Cuarentena (PPQ). (ii) *Agricultural Marketing Service*. (iii) Servicio de Inspección Sanitaria de Plantas y Animales (APHIS)

En el caso de productos agrícolas frescos, se debe identificar si su ingreso está permitido revisando el “Manual para importar frutas y vegetales frescos”- *Fresh and Vegetables Import Manual*. La uva está permitido su ingreso, porque figura en dicho manual, a continuación, se muestra en la figura 23.

Figura 23.
Manual USDA

The screenshot shows the USDA website interface for the Commodity Guide Page. At the top, there is a search bar with 'Country/Region' and 'Approved Name' dropdowns, and a 'SEARCH' button. A navigation menu on the left includes links for Home, Port Information, FAQ, Glossary, Contact Us, Inspection Procedures, and For Official Use. The main content area is titled 'Commodity Guide Page' and contains a description of the page's purpose. Below this, there is a section for 'Relevant, Active Alerts' which shows 'No Alerts found'. The 'Approved Name' is 'Grape', and the 'Scientific Name(s)' is 'Vitis vinifera'. Other details include 'Common Name(s): European grape, Rebe, common grapevine, echter Weinstock, grapes, grapevine, uva, uzum, videira', 'Belongs to:', 'Related to/ Includes:', 'Description:', 'Season Information: No Seasonal Information available', and 'GRIN uri: https://npgsweb.ars-grin.gov/orino/global/taxonomydetail.aspx?id=41905'. An 'Image(s)' section shows a small photograph of a grape cluster.

Nota: USDA (2019)

- **Acuerdo Comercial de Perú con la Unión Europea**

El acuerdo comercial entre el Perú y los Estados miembros de la Unión Europea fue suscrito en Bruselas el 26 de junio de 2012 y entró en vigencia el 1 de marzo de 2013.

Es un acuerdo a través del cual se establece un área de libre comercio entre el Perú y los Estados miembros de la Unión Europea, donde se otorgan preferencias arancelarias a productos que cumplan con el régimen de origen.

Este Acuerdo forma parte de una estrategia comercial integral que permitió convertir al Perú en un país exportador, consolidándose con más mercados para sus productos, desarrollando una oferta exportable competitiva y promoviendo el comercio y la inversión. Con el acuerdo Comercial se ha obtenido un acceso preferencial para el 99.3% de nuestros productos agrícolas y para el 100% de nuestros productos industriales.

Por ello para acceder al mercado europeo hay que cumplir con requisitos obligatorios y voluntarios, que se visualiza en la tabla 21.

- **Acuerdo Comercial de Chile con la Unión Europea**

El acuerdo comercial entre el Chile y la Unión Europea fue suscrito el 18 de noviembre de 2002 y entró en vigor el 1 de febrero de 2003. Lo que significó una amplia liberalización del comercio entre ambos socios.

Transcurridos poco más de una década desde su vigencia, se constata un significativo aumento del comercio bilateral, pues las exportaciones chilenas aumentaron a una tasa promedio anual del 11%, en tanto las de la Unión Europea hacia Chile se incrementaron en un 13% anual, manteniéndose una balanza comercial ampliamente favorable a Chile.

En la tabla 21 se muestra las certificaciones solicitadas para exportar la uva fresca a la Unión Europea.

Tabla 21*Certificaciones de Perú y Chile de la uva fresca para exportar la Unión Europea.*

País	Perú	Chile	Dato adicional
Acuerdo	TLC PERU-UNION EUROPEA	TLC CHILE -UNION EUPEA	
Año	Vigencia: 1° de marzo de 2013	Vigencia: 1 febrero 2003	Acuerdo de Asociación
Preferencia arancelaria	0%	0%	Más del 90% de las exportaciones peruanas a la Unión Europea ingresan con arancel “0”, ya sea porque gozan de preferencias arancelarias SGP General.
Partida arancelaria	08.06.10.00.00	08.06.10.00.00	
Requisito de origen	Certificado de circulación de mercancías EUR.1 o una declaración emitida por un exportador en una factura una nota de entrega o cualquier otro documento comercial que describa los productos en cuestión con suficiente detalle para hacer posible su identificación.	Certificado de circulación de mercancías EUR.1 Emitida por la DIRECON-PROCHILE. Declaración en factura que puede ser elaborada no solo en la factura sino también en una nota de entrega o en cualquier otro documento comercial que describa los productos con detalle.	Para poder acogerse a beneficios preferenciales de la Unión Europea, los productos originarios de Perú y Chile deberán estar acompañados de un certificado de origen.

		Adjuntar adicional:	
		<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud Certificado de Origen EUR1 • Factura Comercial o Proforma • Ficha Técnica (1 año de Validez) 	
Requisitos específicos de los importadores para la uva fresca	<ul style="list-style-type: none"> • Control de los contaminantes alimenticios en alimentos (El Reglamento N° 1881/2006). • Control de los residuos de plaguicidas en productos alimenticios de origen vegetal y animal. (Reglamento N° 396/2005) • Control sanitario de los productos • Certificado Fitosanitario-control fitosanitario. • Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en los alimentos y los 	<ul style="list-style-type: none"> • Control de los contaminantes alimenticios en alimentos (El Reglamento N° 1881/2006). • Control de los residuos de plaguicidas en productos alimenticios de origen vegetal y animal. (Reglamento N° 396/2005) • Control sanitario de los productos. • Certificado fitosanitario- control fitosanitario. • Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en los alimentos y los piensos. Reglamento N° 178/2002 	Los requisitos específicos para la importación de estos productos están determinados por la UE.

Global GAP (<i>Good Agricultural Practices</i>)	<p>piensos. Reglamento N° 178/2002</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etiquetado de productos alimenticios Reglamentos UE 543/2011 y Reglamento UE N. 1169/2011 Normas de comercialización de las frutas y hortalizas frescas. • Certificado de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA). 	<ul style="list-style-type: none"> • Etiquetado de productos alimenticios Reglamentos UE 543/2011 y Reglamento UE N. 1169/2011 • Normas de comercialización de las frutas y hortalizas frescas. • Certificado de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA). 	<ul style="list-style-type: none"> • Certificaciones más utilizadas y reconocidas en el mercado europeo. • Establece altos estándares en temas de calidad, social y ambiental; y actúa como certificadora de los procesos de producción agrícola en las áreas de cultivo y plantas procesadoras. • La certificación más importante en las certificaciones para frutas y hortalizas frescas de exportación. • Sistema de certificación diseñado para identificar productos que cumplen con estándares medioambientales, laborales y de desarrollo.
Comercio Justo	<ul style="list-style-type: none"> • Certificado de comercio justo 	<ul style="list-style-type: none"> • Certificado de comercio justo 	

-
- Se puede conseguir una vez se cumpla los estándares de Fair Trade. La certificación “Fairtrade” se aplica a productos, tales como el café, bananas, algodón, frutas y hortalizas (frescas y secas), jugos, nueces, quinua y especias, entre otros. Normalmente, para que un producto pueda llevar la marca “Fairtrade”, al menos el 20% de su masa debe estar compuesta por un producto de comercio justo.

Nota: Mincetur – PDM (2019)

Fuente: Elaboración propia

- **Acuerdo de Asociación Económica entre Perú y Japón**

Acuerdo de Asociación Económica entre el Perú y Japón fue suscrito el 31 de mayo de 2011 en la ciudad de Tokio por el entonces Ministro de Comercio Exterior y Turismo de Perú, Eduardo Ferreyros, y por el ministro de Relaciones Exteriores de Japón, Takeaki Matsumoto. Dicho acuerdo entró en vigor el 1° de marzo de 2012.

A partir de la entrada en vigencia, Japón otorgo al Perú acceso inmediato al 80% de sus líneas arancelarias, logrando consolidar su imagen positiva en el continente asiático y en el mundo.

Japón es nuestro segundo principal socio comercial en el Asia y sexto a nivel mundial, representando alrededor del 4,6% de nuestras exportaciones totales y el 2,5% de nuestras importaciones totales del mundo, por lo que contar con un acuerdo de la naturaleza del AAE brinda oportunidades de gran relevancia para los empresarios peruanos al tener mejor acceso para sus productos y mejorar su capacidad productiva.

- **Acuerdo de Asociación Económica Estratégica Chile - Japón**

Firmado en Tokio, Japón, el 27 de marzo del 2007, fue promulgado en Chile mediante el Decreto Supremo Número 143 del Ministerio de Relaciones Exteriores el 14 de agosto de 2007, publicado en el Diario Oficial el 03 de septiembre de 2007, comenzó a regir el 03 de septiembre de 2007.

Permitió amplificar los beneficios económicos comerciales en el acceso a productos y cimentó la relación política bilateral, reafirmando la acertada decisión que tomaron en su momento ambos países en el sentido de profundizar sus vínculos. Esta decisión también allanó el camino para profundizar las relaciones bilaterales con Asia, diversificando la canasta exportadora nacional en el mercado asiático

Tabla 22.*Certificaciones de Perú y Chile de la uva fresca para exportar a Japón.*

País	Perú	Chile	Dato adicional
Acuerdo	Acuerdo de Asociación Económica entre el Perú y Japón	Acuerdo de Asociación Económica entre Chile y Japón	Japón ofrece acceso preferencial a su mercado al 99,0% de las exportaciones procedentes del Perú (2009-2011), con desgravaciones arancelarias que empezaron en el año 2012 y culminarán a partir de abril del año 2027, involucrando el 89.8% de líneas arancelarias.
Año	Vigencia: 1° de marzo de 2012	Vigencia: 03 de septiembre de 2007	
Preferencia arancelaria	7,8%	6,7%	Japón impone aranceles de acuerdo a la procedencia del producto y si este se acoge a algún tipo de preferencia, para lo cual debe adjuntar el certificado de origen correspondiente. El arancel promedio efectivo es de 6,7%.
Partida arancelaria	08.06.10.00.00	08.06.10.00.00	

Requisitos de origen	<p>Certificación de origen, Certificado de origen, emitido Acompañado de una por la entidad PROCHILE. Declaración jurada de origen, emitido por el productor o exportador.</p>	<p>Los Requisitos de Origen son disposiciones específicas aplicadas por un país para determinar el origen de las mercaderías de acuerdo a las normas negociadas en los tratados comerciales, para poder acogerse a las ventajas arancelarias pactadas en los acuerdos suscritos por Chile. De esta forma, cada mercancía exportada y acogida a las preferencias arancelarias que otorga un tratado deberá presentar un certificado de origen, acreditando el cumplimiento de este requisito.</p>	
Regulaciones sanitarias y fitosanitarias	Certificado fitosanitario	Certificado fitosanitario	<p>Para exportar a Japón los alimentos frescos, se debe contar con el permiso fitosanitario, según la variedad de fruta o verdura exportada. Algunos productos, como las uvas o la chirimoya, no pueden ser exportados a Japón, debido a la plaga de la mosca de fruta.</p>

Nota: Mincetur-PDM (2019)

Fuente: Elaboración propia

En ese sentido se determina que, para exportar a los países de Estados Unidos, Unión Europea, Japón, entre otros países se requiere certificaciones para ingresar al mercado internacional, la mayoría de los países solicita el certificado de origen, que permite gozar de beneficios arancelarios, cumplir con los requerimientos exigidos por el importador, y certificar la procedencia de la uva fresca. También estos países solicitan que se cumplan ciertas regulaciones fitosanitarias y sanitarias, BPA y comercio justo, entre otras regulaciones que se tiene que cumplir para tener acceso a estos mercados, incluso son supervisadas e inspeccionadas por entidades competentes de dichos países.

Tabla 23
Comparativo Certificaciones Internacionales

Nombre del acuerdo	Indicadores	Perú	Chile
TLC con EE.UU.	Acuerdo	SI	SI
	Vigencia	2009	2004
TLC con Unión Europea	Acuerdo	SI	SI
	Vigencia	2013	2003
Acuerdo de Asociación Económica con Japón	Acuerdo	SI	SI
	Vigencia	2012	2007

Nota: Mincetur (2019)

Evidenciando el cuadro comparativo 23, se determina en cuanto a las certificaciones que Chile ha llevado ventaja al Perú. Así el TLC PERU- EEUU se firmó el 2009, pero Chile 5 años antes ya tenía firmado dicho tratado (2004). El acuerdo del TLC con la Unión Europea, en Perú entró en vigencia el 2013, cuando el país sureño ya gozaba de los beneficios de ese tratado desde el 2003. De igual forma el Acuerdo de Asociación Económica entre El Perú y Japón; Perú lo firmó el 2012 en tanto Chile ya lo tenía aprobado el 2007.

Tabla 24*Comparativo de los factores de la oferta exportable de la uva de Perú y Chile*

Factores	Indicador	País	Año					
			2013	2014	2015	2016	2017	2018
Infraestructura Productiva	1. Producción(t)	Perú	438.252,00	507.097,00	597.939,00	689.957,00	645.012,00	
		Chile	2.767.358,00	2.637.436,00	2.700.000,00	2.200.000,00	2.000.000,00	
	2. Rendimiento(hg/ha)	Perú	201.438,00	214.981,00	224.367,00	246.891,00	216.614,00	
		Chile	144.031,00	133.150,00	126.168,00	102.804,00	93.023,00	
	3. Área cosechada (ha)	Perú	21.756,00	23.588,00	26.650,00	27.946,00	29.777,00	
		Chile	192.136,00	198.080,00	214.000,00	214.000,00	215.000,00	
	4. Estacionalidad de la producción	Perú	Periodos: enero-abril y octubre-diciembre.					
		Chile	Periodo: Enero-abril y Diciembre					
							-PIURA (40.3%)	
							-ICA (32.6%)	
						-LIMA (10.6%)		
						-LA LIBERTAD (7.2%)		
						-AREQUIPA (3.7%)		
						-LAMBAYEQUE (3.30%)		
						-OTRAS (2.5%)		
						-O. HIGGINS (25.70%)		
						-VALPARAISO (23.88%)		
						-		
		Chile				METROPOLITANA (17%)		
						-COQUIMBO (16.90%)		
						-OTROS (16.52%)		
	5. Regiones productoras							

Precio Internacional	1. Precio US\$ / KG	Perú	2.5	2.4	2.247	2.253	2.404	2.367
	2. Precio US\$ / KG	Chile	1.393	1.543	1.452	1.478	1.41	1.478
	1. Rango para realizar negocios	Perú	43	42	35	50	54	58
		Chile	37	34	41	48	57	55
	2. Rango comercio fronterizo	Perú	60	55	55	88	86	92
		Chile	48	40	40	63	65	68
3. Demora en trámite documentario (en días)	Perú	12	12	12	4	4	4	
	Chile	15	15	15	4	3 y 1/2	3.5 y 1/2	
Infraestructura Logística Internacional	4. Medio de transporte más usado	Perú	MARITIMO: 99.97%					
		Chile	MARITIMO: 97.64%					
	5. Puertos más usados para la exportación	Perú	MARITIMA DEL CALLAO Y PAITA	MARITIMA DEL CALLAO Y PAITA	MARITIMA DEL CALLAO Y PAITA	MARITIMA DEL CALLAO Y PAITA	MARITIMA DEL CALLAO PAITA	MARITIMA DEL CALLAO PAITA
Certificaciones Internacionales	TLC con EE.UU.	Perú: vigencia 2009	VALPARAISO	VALPARAISO	VALPARAISO	VALPARAISO	VALPARAISO	VALPARAISO
			SAN ANTONIO	SAN ANTONIO	SAN ANTONIO	SAN ANTONIO	SAN ANTONIO	SAN ANTONIO
		Chile: vigencia 2004	COQUIMBO	COQUIMBO	COQUIMBO	COQUIMBO	COQUIMBO	COQUIMBO
TLC con Unión Europea	Perú: vigencia 2013	1. Certificación de origen 2. Certificado de Comercio Justo 3. Certificaciones ambientales 4. Certificado fitosanitario-SENASA 5. Certificación de BPA 6. Certificación orgánica HACCP						
		1. Certificación de origen 2. Certificado de Comercio Justo 3. Certificaciones ambientales 4. Certificado fitosanitario-SAG 5. Certificación de BPA 6. Certificación orgánica HACCP						
		Perú: vigencia 2013	1. Certificado de circulación de mercancías EUR.1 2. Requisitos específicos para el control sanitario y fitosanitario. 3. Certificado de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA). 4. Certificado de comercio justo					

Acuerdo de Asociación Económica con Japón	Chile: vigencia 2003	1. Certificado de circulación de mercancías EUR.1 -DIRECON-PROCHILE. 2. Requisitos específicos para el control sanitario y fitosanitario. 3. Certificado de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA). 4. Certificado de comercio justo
	Perú: vigencia 2012	1. Certificación de origen, más declaración jurada de origen-Exportador o productor. 2. Certificado fitosanitario
	Chile: vigencia 2007	1. Certificación de origen- Prochile. 2. Certificado fitosanitario

5.3. Discusión de resultados

El objetivo planteado en el presente estudio fue determinar los factores de oferta exportable de la uva entre Perú y Chile en los periodos 2013-2018. Los resultados evidencian que Chile cuenta con mayores factores exportables de la uva que Perú. Así Chile se ubica en la novena posición en el ranking de países productores de uva con una participación en la producción mundial de 2,7%. En tanto, Perú se encuentra en el puesto 21, con una producción al año 2017 de 645 mil toneladas con una participación de 0,9%, y en el periodo del 2000 al 2017 creció en 503%, es decir incrementando su producción a una tasa promedio anual de 11,1%. Los resultados obtenidos se encuentran en correlato con el estudio de Cerda, Garcia, Aguilera & Villagrán (2011) quien determinó que Chile posee una mayor especialización en el mercado de la uva de mesa, por lo que se concluye que el país sureño es competitivo en las exportaciones de uva de mesa, mostrando un significativo aumento a partir del año 1997.

La investigación tuvo la motivación de identificar las características de la infraestructura productiva de la uva de los países de Perú y Chile. En ese sentido, se consideró como indicadores a la producción, rendimiento, área cosechada, estacionalidad y zonas productoras. En el caso de Perú la producción en toneladas ha ido aumentando progresivamente, así en el 2012 tuvo una producción de 361,870,00 toneladas, llegando al periodo del 2017 una producción neta de 645.012,00 t. En el caso de Chile ha ido decreciendo, así en el 2012 tenía una producción de 2.513.076,00 t. y en el 2017 alcanzó 2,000.000.00 t. En el indicador de rendimiento, Perú, de 185.741,00 hg/ha generadas en el 2012 pasó a un 216.614,00 hg/ha. en el 2017. Chile en el 2012 de 132.349,00 hg/ha pasó a un 93.023,00 hg/ha. en el 2017. En cuanto a área cosechada Perú en el periodo del 2012 tuvo 19,483,00 ha, llegando en el 2017 a 29.777,00 ha. En tanto Chile en 2012, tuvo 189.882,00 ha, llegando en el 2017 a 215.000,00 ha. En ese sentido se determina que Chile tiene una

mayor producción y mayores niveles en cuanto se refiere a las áreas cosechadas; más no en el factor rendimiento.

En cuanto a la estacionalidad Perú, según el calendario de siembras y cosechas del MINAGRI (ver Figura 9), los mayores volúmenes de producción se registran en los periodos enero-abril y octubre-diciembre, en términos de un calendario anual. No obstante, la referencia usual es que la campaña de producción de la uva se concentra en el periodo octubre – abril del año siguiente, periodo en el que se llega a producir más del 90,0% de la producción anual. En tanto, en el caso de Chile, produce uva en los meses de enero a abril y de ahí diciembre, es decir no produce en todo el año, lo cual permite a Perú abastecer la cantidad demandada de este cultivo a nivel mundial durante el periodo de baja producción por parte de los principales exportadores, sobre todo durante el periodo de diciembre a marzo, debido a que es durante esta época en donde los principales mercados mundiales carecen mayoritariamente de este producto. Los resultados obtenidos están en relación con la tesis de Coronel, K. (2017), donde se determinó que la uva fresca es un producto de gran importancia para el comercio exterior nacional, ya que en el periodo de estudio se observó que del 3 por ciento toneladas producidas destinada a la exportación en el año 2000, llegó al 2016 a ser 41 por ciento de la producción, los cuales se destinan a mercados globales, principalmente China, Estados Unidos y Países bajos. De lo anterior señalado, se puede afirmar que la oferta exportable de uva fresca es sumamente significativa en el Perú. Asimismo, con el estudio de Coronel, K. (2017) quien determinó que la estructura productiva de la uva favorece a la exportación del país, ya que el Perú posee potencial en la producción y exportación, por los altos rendimientos y productividad, creciendo en promedio anual de 4.8 y 12.4 por ciento respectivamente, asimismo, las regiones que impulsan más la exportación y producción de uva fresca son Ica y Piura, ya que entre las dos poseen el 69 por ciento de la producción nacional, el 62.85 por ciento de superficie

cosechada nacional y los mayores rendimientos dentro del Perú. Por ello las regiones productoras de Perú son Piura con 40.30%, Ica con 32.60%, Lima con 10.6%, La Libertad con 7.2%, Arequipa con 3.7%, Lambayeque con 3.30% y otras con 2.5%. en caso de Chile las regiones productoras son O Higgins con 25.70%, Valparaíso con 23.88%, Metropolitana con 17%, Coquimbo 16.90% y otras con 16.52%.

Los resultados obtenidos también guardan relación con el estudio de Chipana & Velarde (2017) donde determinan que los factores que impulsan a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima son la demanda, el precio y la estacionalidad, esto debido al incremento de las exportaciones del arándano peruano durante los últimos cuatro años, ya que se pasó de casi cero exportaciones en el 2011, para culminar con más de los US\$ 232.9 millones en el 2016. El estudio tuvo también como meta identificar las variabilidades del precio internacional de la uva de los países de Perú y Chile. El precio de la uva peruana está por encima de los US\$ 2.00 por kilogramo, a diferencia de Chile que está por debajo de los US\$ 2.00 por kilogramo, siendo más barato en 61.82% comparando con Perú. En ese sentido se evidenció que los precios de la uva peruana han tenido variaciones de descenso e incremento, del año 2013 al 2014 disminuyó en 4%, para el año 2015 disminuyó en 6.38%, de ahí para el año 2017 se elevó en 6.70% y en el año 2018 disminuyó en 1.54%. En caso de la uva chilena los precios también tuvieron el mismo comportamiento, del 2013 al 2014 se incrementó en 10.77%, para el año 2015 disminuyó en 5.90%, de ahí para el año 2017 disminuyó en 4.60%, elevándose para el año 2018 con 4.82%.

Las variaciones del precio que existe de ambos países son al resultado de la estacionalidad de las exportaciones, es decir la uva de Chile ingresa al mundo principalmente entre los meses de enero a mayo, mientras que en el Perú se anticipa a las exportaciones chilenas entre los meses de octubre a febrero, cuando las exportaciones peruanas están finalizando recién ingresan al mercado las exportaciones chilenas, en vista de ello los

mejores precios y cotizaciones son obtenidas por el Perú que anticipa sus ventas al mundo. Por ello el Perú pretende aprovechar las mejores oportunidades de ingresar hacia otros mercados con los que compite con Chile, precisamente en los periodos en los que estacionalmente Chile disponga de una menor oferta exportable en el mercado, es decir tenga poco abastecimiento y precisamente el hecho de anticipar nuestras exportaciones en los principales mercados por la menor oferta de uvas de Chile, va a influir en mejorar el precio del producto en el mercado internacional a pesar de que Chile tenga economías de escala productiva y exportadora. Los resultados obtenidos se asemejan al estudio de Chipana & Velarde (2017) que en su investigación uno de los factores que impulsan a la exportación de arándanos frescos es el precio, porque el Perú ante los otros países tiene una ventaja competitiva, ya que gracias a la estacionalidad tiene una alta producción para poder ofrecer al mercado a un precio más alto en los meses que los demás países no producen a gran escala. Por ello nuestro país, tiene la oportunidad de cubrir la demanda a EE. UU., Canadá y algunos países de Europa cuando la oferta es limitada.

Así mismo el resultado se contrasta con el estudio de Quintanilla & Prieto (2016) donde determino que el negocio del arándano para el Perú aparece como un negocio de contra estación de fruta fresca de exportación, es decir Perú tiene la posibilidad de producir el arándano y entregarlo en la época donde se presentan los mejores precios de (US\$ 7.55 por kilogramo), en épocas de escases se podría vender hasta el US\$12 / kg, siendo una ventaja competitiva en las exportaciones peruanas hacia el mercado Canadiense. La investigación consideró también el objetivo de identificar las certificaciones internacionales de la uva de los países de Perú y Chile. Debe considerarse que, para ingresar a los mercados internacionales, se requiere cumplir con certificaciones, requisitos fitosanitarios y sanitarios, normas de origen, aranceles, tributos aduaneros, entre otros. En esos sentido, se determinó que Perú y Chile firmaron varios acuerdos comerciales como: Acuerdo de Promoción

Comercial (APC) Perú – Estados Unidos (2009), el Tratado de Libre Comercio Chile y Perú (2003), Certificaciones de Perú y Chile de la uva fresca para exportar a EE.UU., (2009 y 2004, respectivamente), Acuerdo Comercial de Perú con la Unión Europea (2012), Certificaciones de Perú y Chile de la uva fresca para exportar a la Unión Europea (2003, en ambos países), Certificaciones de Perú y Chile de la uva fresca para exportar a Japón. (2012 y 2007, respectivamente). Se considera estos acuerdos, porque la mayor exportación de uva fresca se destina a los países que conforman estos acuerdos. Los TLC o Acuerdos Comerciales del Perú y Chile, motiva a que los principales mercados del mundo estén abiertos, y millones de consumidores pueden conocer y disfrutar los productos y servicios que ambos países producen y exportan. Para exportar a los países de Estados Unidos, Unión Europea, Japón, entre otros países se requiere certificaciones para ingresar al mercado internacional, la mayoría de los países solicita el certificado de origen, que permite gozar de beneficios arancelarios, cumplir con los requerimientos exigidos por el importador, y certificar la procedencia de la uva fresca. También estos países solicitan que se cumplan ciertas regulaciones fitosanitarias y sanitarias, BPA y comercio justo, entre otras regulaciones que se tiene que cumplir para tener acceso a estos mercados, incluso son supervisadas e inspeccionadas por entidades competentes de dichos países. Resultados que están en correlato con el estudio de Coronel, K. (2017) donde se determinó que la apertura comercial a través de los Tratados de Libre Comercio es fundamental para la continua expansión de las exportaciones peruanas, y en particular a la uva fresca, ya que ayuda a los exportadores de este producto frutícola la búsqueda de nuevos mercados internacionales (Ejemplo: Japón). De igual forma el estudio realizado por Cisneros, G. (2013) presiso que para la exportación de aguacate no existe barreras arancelarias ya que Ecuador y Colombia son países miembros de la CAN, por ende se encuentran exentos del pago de Aranceles, simplemente se debe presentar el certificado de origen y el certificado fitosanitario, los

cuales permiten conocer el origen del producto y la salubridad del mismo, por tanto para todo producto agrícola se requiere de certificaciones para ingresar a mercados internacionales.

Además este resultado guarda relación con el estudio de Quintanilla & Prieto (2016) donde señala que para exportar arándanos al mercado Canadiense exigen cumplir con requisitos sanitarios, regulaciones de etiquetado, certificaciones exigidas por el país como: conocimiento de embarque o guía aérea de carga, certificado de origen, factura comercial, certificados de Inspección y otros que son requeridos para los productos que ingresan a Canadá, incluso dicho país ofrece acceso inmediato al 100% de las exportaciones peruanas y 97% de partidas arancelarias, lo cual es importante destacar que los gravámenes para arándano es 0% gracias a la firma del TLC, de la misma forma para la uva con 0%.

Así mismo en la investigación de Espinoza, C. (2018), se determina que una de las limitaciones que enfrentan las empresas para la exportación de arándanos es que se requiere certificado fitosanitario, por tratarse de un cultivo de fruto que por naturaleza debe ser combatido por plagas, emitido por el Servicio Nacional de Sanidad Agraria [SENASA], certificado de Origen, entre otras, por tanto esto es acorde con lo que en este estudio se halla, caso la uva. Asimismo, el estudio incidió en identificar las características de la infraestructura logística internacional de la uva de los países de Perú y Chile. Se determinó que desde el año 2016 al 2018, el trámite de exportación de Perú a otros países demora en 4 días, a diferencia de años anteriores que eran 12 días, además los costos de exportación por contenedor del 2013-2015 eran de \$890.00 dólares, disminuyendo a \$510 al 2018, por tanto, originando gastos que hacen que se incrementé el precio de la uva. En tanto, en el mismo lapso se determinó que desde el año 2016 al 2018 el trámite de exportación de Chile a otros países demora en 3 días y medio, a diferencia de años anteriores que eran 15 días, asimismo los costos de exportación por contenedor en los años 2013-2015 eran de \$980.00 dólares

disminuyendo al 2018 a \$340.00 dólares, originando gastos que hacen que se incrementé el precio de la uva. En la tabla 14 y figura 18, el 99.97% Perú realiza sus exportaciones por vía marítima, siendo el transporte más utilizado en el comercio internacional, el resto de la exportación utiliza el transporte por carretera, área, aduana postal, lacustre y fluvial. Asimismo, como se muestra en la tabla 15 y figura 19, el 97.64% Chile realiza sus exportaciones por vía marítima, siendo el transporte más utilizado en el comercio internacional, el resto de la exportación utiliza el transporte por carretera y aéreo. Además, como se muestra en la tabla 17 y figura 21, los puertos más utilizados para la exportación de las uvas peruanas durante los 6 años es el puerto Marítima del Callao con 35%, Paita con 41.42% en el año 2018, con una participación más del 77%, a diferencia de los otros puertos. En caso de Chile como se muestra en la tabla 18 y figura 22, los puertos más utilizados para la exportación de las uvas chilenas es través de Valparaíso con 67.21%, San Antonio con 19.80% y Coquimbo con 5.96% en el 2018, con una participación más del 93%. Resultados que se contrastan con el estudio de Espinoza, C. (2018), donde se determinó que las empresas agroexportadoras tienen como dificultad en los accesos de vías (muchas de ellas no se encuentran asfaltadas), lo que dificulta aún más el transporte del fruto ya que causa maltratado al fruto. Asimismo, es vital, contar con una amplia oferta de contenedores refrigerados por parte de las líneas navieras para poder transportar oportunamente el fruto al mercado destino.

Conclusiones

1. De acuerdo con el análisis comparativo de los factores de la oferta exportable de la uva entre Perú y Chile en los periodos 2013-2018, los factores son la infraestructura productiva, precio internacional, certificaciones internacionales e infraestructura de logística internacional. Los resultados evidencian que Chile cuenta con mayores factores exportables de la uva que Perú. Así Chile se ubica en la novena posición en el ranking de países productores de uva con una participación en la producción mundial de 2,7%. En tanto, Perú se encuentra en el puesto 21, con una producción al año 2017 de 645 mil toneladas con una participación de 0,9%.
2. Con relación a las características de la infraestructura productiva Chile tiene una mayor producción y mayores niveles en cuanto se refiere a las áreas cosechadas; más no en el factor rendimiento. Perú en el 2013 tuvo una producción de 361,870,00 toneladas, llegando al periodo del 2018 con una producción neta de 645.012,00 t. Chile en el 2013 tuvo una producción de 2.513.076,00 t. llegando a 2,000.000.00 t. en el indicador de rendimiento, Perú, de 185.741,00 hg/ha generadas en el 2013 pasó a un 216.614,00 hg/ha. en el 2018. Chile en el 2013 de 132.349,00 hg/ha pasó a 93.023,00 hg/ha. en el 2018. En cuanto a área cosechada Perú en el periodo del 2013 tuvo 19,483,00 ha, llegando en el 2018 a 29.777,00 ha. Chile en 2013, tuvo 189.882,00 ha, llegando en el 2018 a 215.000,00 ha. En cuanto a la estacionalidad Chile produce uva en los meses de enero a abril y de ahí diciembre, en tanto en Perú, la campaña de producción de la uva se concentra en el periodo octubre – abril del año siguiente, periodo en el que se llega a producir más del 90,0% de la producción anual, por esta razón nuestro país pretende aprovechar las mejores oportunidades de ingresar hacia otros mercados con los que compite con Chile, precisamente en los periodos en los que estacionalmente disponga de una menor oferta

exportable, a la vez va a influir en mejorar el precio del producto en el mercado internacional.

3. El precio internacional de la uva peruana en KG ha tenido variaciones de descenso e incremento, del año 2013 al 2014 disminuyó en 4%, para el año 2015 disminuyó en 6.38%, de ahí para el año 2017 se elevó en 6.70% y en el año 2018 disminuyó en 1.54%. en caso de la uva chilena los precios también tuvieron el mismo comportamiento, del 2013 al 2014 se incrementó en 10.77%, para el año 2015 disminuyó en 5.90%, de ahí para el año 2017 disminuyó en 4.60%, elevándose para el año 2018 con 4.82%, esta variación del precio que existe de ambos países es principalmente en consecuencia de la estacionalidad de las exportaciones, que la uva de Chile ingresa al mundo los meses de enero a mayo, mientras que en el Perú se anticipa a las exportaciones chilenas entre los meses de octubre a abril, cuando las exportaciones peruanas están finalizando recién ingresan al mercado las exportaciones chilenas, por tanto los mejores precios y cotizaciones son obtenidas por el Perú que anticipa sus ventas al mundo.
4. Con respecto a las certificaciones se ha identificado que Chile ha llevado ventaja al Perú. Así el TLC PERU- EEUU se firmó el 2009, pero Chile 5 años antes ya tenía firmado dicho tratado (2004). El acuerdo del TLC con la Unión Europea, en Perú entró en vigencia el 2013, cuando el país sureño ya gozaba de los beneficios de ese tratado desde el 2003. De igual forma el Acuerdo de Asociación Económica entre El Perú y Japón; Perú lo firmó el 2012 en tanto Chile ya lo tenía aprobado el 2007. En consecuencia, Chile al firmar estos acuerdos antes que Perú le permitió a largo plazo consolidar mercados para sus productos, caso de la uva, con el fin de desarrollar una oferta exportable competitiva.
5. En cuanto a la infraestructura logística internacional de la uva de los países de Perú y Chile, el estudio determina que en cuanto al comercio transfronterizo (rango) el Perú de un valor de 60 obtenido en el 2013 pasó a un valor de 92 en el 2018. Chile de un valor de

48 (2013) pasó a un rango de 92 en el 2018. En el indicador de tiempo de exportación (días), el Perú de 12 días en el 2013 pasó a 96 horas (4 días) en el 2018. En tanto Chile de 15 días en el 2013 pasó a 84 horas (3 días y medio) en el 2018. En cuanto al indicador de costo de exportación por contenedor el Perú de \$890 en el 2013 pasó a \$510. Chile pasó de \$980 en el 2013 a \$340 en el 2018, originando gastos que hacen que se incremente el precio de la uva. En cuanto a la Puntuación DTF para el comercio transfronterizo el Perú tuvo una variabilidad decreciente de una puntuación de 78.81 del 2015 pasó a 71.45 en el 2018. Chile pasó de 82.05 (2015) pasó a 80.56 en el 2018. En cuanto a la vía de transporte vía marítimo el Perú realiza sus exportaciones de 99.97% por vía marítima, utilizando más del 77% los terminales portuarios de Marítima del Callao y Paita. Chile realiza sus exportaciones el 97.64% por vía marítima utilizando más del 93% los terminales portuarios de Valparaíso, San Antonio y Coquimbo.

Recomendaciones

1. De acuerdo a los resultados obtenidos sobre los factores de la uva de ambos países, es necesario investigar y profundizar la oferta exportable de los productos no tradicionales como la producción mundial, la estacionalidad de producción, épocas que son cotizadas a alto precio, tiempo y costo de exportación a otros mercados y certificaciones solicitadas por los distintos países mediante los acuerdos y convenios firmados, lo cual va a permitir a las empresas exportadoras a pronosticar su producción y afrontar la creciente demanda a nivel mundial.
2. El Estado a través el Ministerio de comercio exterior y el ministerio de agricultura debe promover la inversión en tecnologías de producción agrícola, a fin de mejorar los niveles de producción, áreas cosechas y rendimiento, mediante la ejecución de proyectos de irrigación como el de Chavimochic, con la finalidad de extender la frontera agrícola para los cultivos de las frutas y hortalizas destinados a la exportación, especialmente la uva fresca.
3. Los estados de Chile y Perú deben aprovechar las oportunidades de ingresar a otros mercados, en los periodos que los otros países productores dispongan de menor oferta exportable de la gama de productos no tradicionales, lo cual va a influir en tener mejores precios y cotizaciones en el mercado internacional, por tanto, será el mejor momento para que ambos países puedan consolidar su presencia y posicionamiento en dicho mercado. Asimismo, afianzar el pronóstico de producción y demanda de cualquier producto para contar con economías de escala productiva y exportadora al momento de la negociación comercial.
4. Los Estados deben promover la firma de más acuerdos comerciales a fin de dar apertura de nuevos mercados potenciales (países con PBI alto), lo cual devendrá en incrementar

y expandir las exportaciones peruanas y chilenas, en particular a la uva fresca, y otros productos agrícolas, ya que ayuda a los exportadores la búsqueda de nuevos mercados internacionales. Por lo mismo se requiere un Estado visionario y menos burocrático para la firma de dichos tratados.

5. Las empresas exportadoras en coordinación con el Estado de Chile y Perú deben invertir y mejorar la infraestructura logística como carreteras, puertos de acceso, entre otros con el fin de no generar condiciones que puedan devenir en el incremento del precio de la uva, ya que los tiempos y costos de exportación deben ser óptimos y competitivos para optimizar la competitividad de la oferta exportable.

Referencias

- A World Bank Group Flagship Report. (2016). Doing Business 2016. 348. Recuperado el 24 de Noviembre de 2019, de <https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB16-Full-Report.pdf>
- A World Bank Group Flagship Report. (2017). Doing Business 2017. 356. Recuperado el 24 de Noviembre de 2019, de <https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB17-Report.pdf>
- A World Bank Group Flagship Report. (2018). Doing Business 2018. 312. Recuperado el 24 de Noviembre de 2019, de <https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2018-Full-Report.pdf>
- Abajon A, L. M. (2000). *El despacho aduanero*. Madrid: FC Editorial. Recuperado el 12 de Noviembre de 2019, de <https://books.google.com.pe/books?id=FHBBnyHFu54C&pg=PA10&dq=certificado+de+origen&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi354SrqNPsAhWWJLkGHWfiApkQ6AEwAXoECAyQAg#v=onepage&q=certificado%20de%20origen&f=false>
- Acosta R, F. (2005). *Tramites y documentos en materia aduanera* (Tercera ed.). Mexico. Recuperado el 12 de Noviembre de 2019, de <https://books.google.com.pe/books?id=cEpAdBkpifcC&pg=PA107&dq=transportes+mar%C3%ADtimo,+aereo,+terrestre&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiLm5jR0NPsAhUGH7kGHZpYBmIQ6AEwA3oECAMQAg#v=onepage&q=transportes%20mar%C3%ADtimo%2C%20aereo%2C%20terrestre&f=false>

- Baena, G. (2014). *Metodologia de la investigacion-serie intergral por competencias* (Primera ed.). Mexico: Grupo Editorial Patria S.A. Obtenido de <http://www.editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074384093.pdf>
- Banco Agropecuario. (2008). *Area De Desarrollo-Cultivo De La Uva. Area De Desarrollo-Cultivo De La Uva*. Recuperado el 27 de DICIEMBRE de 2019, de http://www.agrobanco.com.pe/pdfs/publicacionagroinforma/4_cultivo_de_la_uva.pdf
- Banco Wiese Sudameris. (2002). *REPORTE SECTORIAL-UVA ALTERNATIVA AGROEXPORTADORA*. Recuperado el 27 de DICIEMBRE de 2019, de http://scotiabankfiles.azureedge.net/scotiabank-peru/PDFs/reportes/sectorial/20020312_sec_es_uva.pdf
- Benites, J., & Cruz, E. (2017). *Determinantes de la oferta exportable de quinua peruana para el periodo 2000-2016*. Trujillo: Universidad Privada del Norte. Recuperado el 19 de Febrero de 2019, de <http://hdl.handle.net/11537/13010>
- Bernal, C. A. (2010). *Metodologia de la investigacion* (Tercera ed.). (O. F. Palma, Ed.) Colombia: Pearson Educacion. Obtenido de <https://tecnologicosucreinvestigacion.files.wordpress.com/2016/03/metodologia-de-la-investigacion-3edi-bernal.pdf>
- Calua, D. (2017). *Factores que influyen en el crecimiento de las exportaciones de Sacha Inchi en Perú*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. Recuperado el 19 de Febrero de 2019, de <http://ri.agro.uba.ar/files/download/tesis/especializacion/2017caluavasquezdavid.pdf>

- Cantos , M. (1998). *Introduccion al comercio internacional*. Barcelona: EDIUOC-Edicions de la Universitat Oberta de Catalunya. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=XUL--tAKYKYC&pg=PA79&dq=capacidad+exportadora+de+cantos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi_1JLX5P7iAhVcVrVvKkHVcQBSUQ6AEIJzAA#v=onepage&q=capacidad%20exportadora%20de%20cantos&f=false
- Cárdenas, E. (2016). *Factores que inciden en los niveles de exportacion de Piña Ecuatoriana al mercado Chileno*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Recuperado el 19 de Febrero de 2019, de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/15717>
- Cerda, A., Garcia, L., Aguilera, C., & Villagrán, L. (Julio de 2011). Determinantes de la Competitividad de las Exportaciones de uva de mesa chilena 1984-2004. *Panorama Socieconomico*, 29(42), 62-72. Recuperado el 19 de Febrero de 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4003183>
- Chavez C. , J., & Krause, J. (1997). *La certificacion de productos organicos en el Peru*. Informe de seminario, IICA-GTZ, Lima. Recuperado el 16 de Junio de 2019, de https://books.google.com.pe/books?id=pXgLSIGqtvYC&pg=PA23&dq=que+es+una+certificacion+internacional+y+cuales+son+las+importantes&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwitkZDK2O_iAhUswlKkHTQ4BX8Q6AEIPDAE#v=onepage&q=que%20es%20una%20certificacion%20internacional%20y%20cual
- Chipana, K., & Velarde, S. (2017). *Factores que impulsan a la exportación de arándanos frescos de la Region de Lima*. Lima: Universidad de San Martin de Porres. Recuperado el 19 de Febrero de 2019, de

http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/3100/chipana_velarde.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Cisneros, G. (2013). *Exportación de aguacate de la provincia de Manabí - Ecuador y la demanda requerida en Bogotá-Colombia*. Tulcan: Universidad Politécnica Estatal del Carchi. Recuperado el 19 de Febrero de 2019, de <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/88>

Coronel, K. (2017). *Factores que determinan la oferta exportable de uva fresca en el Perú: 2000-2015*. Lima: Universidad Agraria La Molina. Recuperado el 12 de Febrero de 2019, de <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/2674/E71-C67-T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Coronel, K. (2017). *Factores que determinan la oferta exportable de uva fresca en el Perú: 2000-2015*. Lima: Universidad Agraria La Molina. Recuperado el 12 de Febrero de 2019, de <http://repositorio.lamolina.edu.pe/handle/UNALM/2674>

Daniels , J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan , D. P. (2013). *Negocios Internacionales ambientes y operaciones* (Decimocuarta ed.). (G. Dominguez , Ed.) Mexico: Pearson Educacion. Obtenido de <https://www.scribd.com/document/369400414/Negocios-Internacionales-Ambientes-y-Operaciones-14va-Edicion>

Diario El Mercurio. (10 de ENERO de 2019). La uva de mesa chilena pierde valor: urgen cambios estructurales. Recuperado el 02 de ENERO de 2020, de <https://www.elmercurio.com/Campo/Noticias/Noticias/2019/01/10/La-uva-de-mesa-chilena-pierde-valor-urgen-cambios-estructurales.aspx?disp=1>

- Diario Gestion. (01 de 11 de 2017). Exportaciones de uva de mesa caen un 10% debido a El Niño Costero. 1. Recuperado el 1 de ENERO de 2020, de <https://gestion.pe/economia/exportaciones-uva-mesa-caen-10-debido-nino-costero-149034-noticia/>
- Espinoza C, R. D. (2018). *Principales limitaciones que enfrenta la producción de arándanos en la Región de la Libertad para su oferta exportable al mercado de Estados Unidos*. Lima: Universidad San Martín de Porres. Recuperado el 19 de Febrero de 2019, de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3928/1/espinoza_cr_p.pdf
- FAO. (2004). *Las normas sociales y ambientales, la certificación y el etiquetado de cultivos comerciales*. Roma, Italia. Recuperado el 16 de Junio de 2019, de <http://www.fao.org/3/y5136s/y5136s00.htm>
- Feria Online Sistemas Virtuales. (2007). *Feriaonline-Sistemas virtuales*. Recuperado el 16 de Junio de 2019, de <http://www.educaguia.com/apuntesde/comercio/marketinginternacional.pdf>
- Fernandez , C., Baptista, M. D., & Hernandez , R. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). Mexico: Mc Graw Hill Education. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Hernandez, L. (2003). *Los riesgos y su cobertura en el comercio Internacional*. España, Madrid: Fundación Confemetal. Recuperado el 16 de Junio de 2019, de <http://librogratis.saint-michaels.org.uk/gratis/8495428024-los-riesgos-y-su-cobertura-en-el-comercio-internacional.html>

- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). (J. M. Chacón, Ed.) MEXICO: Mc Graw Hill. Obtenido de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación* (Cuarta ed.). Mexico: The McGraw Hill Companies. Obtenido de https://www.academia.edu/31870211/Sampieri_et_al_metodologia_de_la_investigacion_4ta_edicion_sampieri
- Houck, J., & Briz, J. (2004). *Comercio exterior agrario - Fundamentos y analisis* (Tercera ed.). Ediciones Mundi-Prensa.
- Huesca, C. (2012). *Comercio Internacional*. Obtenido de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Comercio_internacional.pdf
- Jerez R, J. L. (2007). *Comercio Internacional* (Tercera ed.). Madrid: Esic Editorial.
Recuperado el 12 de Noviembre de 2019, de https://books.google.com.pe/books?id=SLgwclq6IBgC&pg=PA233&dq=certificado+de+origen&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwirns_pqtPsAhUGCrkGHdm6BLU4ChDoATABegQIARAC#v=onepage&q=certificado%20de%20origen&f=false
- Larco, Y. (2015). *Determinantes de la oferta exportable de espárrago fresco de la economía peruana: periodo 2005-2013*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
Recuperado el 19 de Febrero de 2019, de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/941/larcobuchelli_yoana.pdf?sequence=1

- Ledesma, C., Dominguez, M., Gnazzo, L., & Alaskar, L. (2004). *Consortios de exportacion*. Buenos Aires.
- Lerma, A., & Marquez, E. (2010). *Comercio y marketing internacional* (Cuarta ed.). (J. Reyes Martinez, Ed.) Mexico: Cengage Learning Editores, S. A. de C. V.
Recuperado el 16 de Junio de 2019, de
https://www.academia.edu/36077147/Comercio_y_Marketing_Internacional_4ed_-_Alejandro_Lerma_y_Enrique_M%C3%A1rquez.pdf
- Mayorga, D., & Araujo, P. (1992). *Introducción a los negocios internacionales*. Lima: Centro de investigacion de la universidad del Pacifico.
- Mincetur. (2013). *El ABC del comercio exterior-Guia practica del exportador. III*.
Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/lecturas_complementarias/03_GUIA_DEL_EXPORTADOR.pdf
- Mincetur. (2014). *Comercio Exterior* (Tercera ed.). Lima. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/herramientas/MinceturLibro2014.pdf
- Ministerio de Agricultura Y Riego. (2017). *Análisis Económico de la Produccion Nacional - Uva fresca*. (D. G. DGPA, Ed.) Lima, Peru.
- Monchon, F., & Alberto, V. (2008). *Economia principios y aplicaciones* (Cuarta ed.). Mexico: McGraw-Hill. Obtenido de <http://elmayorportaldegerencia.com/Libros/Economia/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Economia%20Principios%20y%20aplicaciones.pdf>

- Mujica , E., & Rueda , J. (1996). *Contribuciones para el desarrollo de sistemas de produccion agricola sostenible para el sector campesino de los Andes Centrales*. Ecuador . Recuperado el 16 de Junio de 2019, de https://books.google.com.pe/books?id=AJUgAQAIAAJ&pg=PA7&dq=INFRAESTRUCTURA+PRODUCTIVA&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjI0t7_ve_iAhUMx1kKHbwrD7o4MhDoAQhGMAc#v=onepage&q=INFRAESTRUCTURA%20PRODUCTIVA&f=false
- Oficina del IICA en Guatemala. (1991). *La agricultura de Guatemala: relaciones macro e intersectoriales y promocion de exportacion*. Guatemala.
- Otero, M. A. (2008). *Internacionalizacion-Como iniciar la expansion de su empresa en el mercado internacional*. (M. Martinez, Ed.) España: Netbiblo S.L. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=w5kGN2WPwWkC&pg=PA44&dq=capacidad+exportadora&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiQh_LiluDhAhWpnOAKHSPnAS EQ6AEILjAB#v=onepage&q=capacidad%20exportadora&f=false
- Parkin, M. (2009). *Economia* (Octava ed.). (G. Pablo Miguel, Ed.) Mexico: Pearson educacion. Obtenido de https://www.academia.edu/14805441/Econom%C3%ADa_Michael_Parkin_Octava_Edici%C3%B3n
- Portal Portuario. (22 de Julio de 2017). *Exportación de uva de mesa chilena alcanza las 700 mil toneladas en 2016-2017...* Recuperado el 1 de Abril de 2019, de PortalPortuario: <https://portalportuario.cl/exportacion-uva-mesa-chilena-alcanza-las-700-mil-toneladas-2016-2017/>
- Procomercio. (1999). *La empresa andina y la exportacion-Guia practica para el uso de las organizaciones economicas de productores y agroindustrias rurales*. Lima.

Procomercio. (1999). *La empresa andina y la exportacion-Guia practica para el uso de las organizaciones economicas de productores y agroindustrias rurales*. (I. B. Venezuela, Ed.) Lima. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=nOIOAQAIAAJ&dq=La+empresa+andina+y+la+exportacion-Guia+practica+para+el+uso+de+las+organizaciones+economicas+de+productores+y+agroindustrias+rurales+estimar+la+capacidad+exportadora&hl=es&source=gb_s_navlinks_s

Quintanilla, G. I., & Prieto, P. R. (2016). *Análisis de mercado canadiense para determinar la oportunidad de exportar arándano fresco del Distrito La Joya, Arequipa 2016*. Arequipa: Universidad Católica de Santa María. Recuperado el 19 de Febrero de 2019, de <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/5932>

Rua, J. (2011). *Normalizacion, certificacion y homologacion - Sistemas de aseguramiento bajo UNE-EN-ISO 9000* (Primera ed.). (Lulu.com, Ed.) Recuperado el 16 de Junio de 2019, de https://books.google.com.pe/books?id=b5GVAgAAQBAJ&pg=PA3&dq=CONCEPTO+DE+CERTIFICACION+INTERNACIONAL&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiJzcHc0u_iAhVLvFkKHdHEBtY4FBDoAQhGMAc#v=onepage&q=CONCEPTO%20DE%20CERTIFICACION%20INTERNACIONAL&f=false

Ruiz , R. (2007). *El metodo científico y sus etapas*. Mexico. Obtenido de <http://www.index-f.com/lascasas/documentos/lc0256.pdf>

Sanchez , J. L., Ferreira, J. R., & Firmino, A. (2013). Determinantes de la oferta de exportación de mango: estudio de caso para el Perú. *Revista de Economía e*

Sociologia Rural, 51(1), 20. Recuperado el 19 de Febrero de 2019, de
<http://www.scielo.br/pdf/resr/v51s1/06.pdf>

Secretaria de Economía México. (2016). Guía para la determinación de un producto exportable. v.

Sierralta, A. (2007). *Internacionalización de las empresas latinoamericanas* (Primera ed.). Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Sulser, R. A., & Pedroza, J. E. (2004). *Exportación Efectiva-Reglas básicas para el éxito del pequeño y mediano exportador*. (Primera ed.). México: Isef Empresa Líder.

Recuperado el 16 de Junio de 2019, de

https://books.google.com.pe/books?id=xAUmAgalnHAC&pg=PA99&dq=PRECIO+INTERNACIONAL&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi72aDiwu_iAhXCzlkKHdrccQI4ChDoAQhVMak#v=onepage&q=PRECIO%20INTERNACIONAL&f=false

Sulser V, R. A., & Pedroza E, J. E. (2004). *EXPORTACION EFECTIVA* (Primera ed.).

México: ISEF EMPRESA LIDER. Recuperado el 12 de Noviembre de 2019, de

<https://books.google.com.pe/books?id=xAUmAgalnHAC&pg=PA99&dq=definicion+precio&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiLvoO-xtDsAhVyBtQKHb3FBfMQ6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=definicion%20precio&f=false>

Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica -incluye evaluación y administración de proyectos de investigación* (Cuarta ed.). México: Editorial Limusa S.A. Obtenido de <https://www.scribd.com/document/400650447/EL-PROCESO-DE-INVESTIGACION-CIENTIFICA-M-pdf>

Valenciano, E. O., & Ganster, P. (1992). *La integracion fronteriza en los acuerdos de libre comercio-El acuerdo de libre comercio Mexico-Estados Unidos y repercusiones en la frontera*. Buenos Aires. Obtenido de

<https://books.google.com.pe/books?id=dbWFLdjpz7QC&pg=PA221&dq=la+infraestructura+productiva&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj565Po9YDjAhUNvIkKHcLvAPU4ChDoAQg3MAQ#v=onepage&q=la%20infraestructura%20productiva&f=false>

Valenciano, J. D., Giacinti, M. A., & Carretero, A. (2015). *Mapas de competitividad internacional del limon 2002-2010*. Almeria: Universidad de Almeria. Recuperado el 16 de Junio de 2019, de

https://books.google.com.pe/books?id=hYfBCQAAQBAJ&pg=PA72&dq=infraestructura+logistica+internacional&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj86_f2-_iAhUpw1kKHRYUAtcQ6AEILDAB#v=onepage&q=infraestructura%20logistica%20internacional&f=false

Apéndice A. Matriz de Consistencia

Título: Análisis comparativo de los factores de oferta exportable de la uva entre Perú y Chile en los periodos 2013- 2018.

Planteamiento del problema	Objetivos	Variable e Dimensiones	Metodología
<p>Problema General</p> <p>¿Cuáles son los factores de oferta exportable de la uva entre Perú y Chile en los periodos 2013-2018?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar los factores de oferta exportable de la uva entre Perú y Chile en los periodos 2013-2018.</p>	<p>Oferta exportable</p> <ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura Productiva - Precio internacional - Certificaciones Internacionales - Infraestructura Logística internacional. 	<p>Tipo de investigación</p> <p>Longitudinal</p>
<p>Problemas específicos</p> <p>PE1. ¿Cuáles fueron las características de la infraestructura productiva de la uva que inciden en los países de Perú y Chile?</p> <p>PE2. ¿Cuáles fueron las variabilidades del precio internacional de la uva en los países de Perú y Chile?</p> <p>PE3. ¿Cuáles fueron las certificaciones internacionales de la uva que inciden en los países de Perú y Chile?</p> <p>PE4. ¿Cuáles fueron las características de la infraestructura de logística internacional de la uva que inciden en los países de Perú y Chile?</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>OE1. Identificar las características de la infraestructura productiva de la uva que incidieron en los países de Perú y Chile.</p> <p>OE2. Establecer las variabilidades del precio internacional de la uva en los países de Perú y Chile.</p> <p>OE3. Analizar las certificaciones internacionales de la uva que incidieron en los países de Perú y Chile.</p> <p>OE4. Analizar las características de la infraestructura logística internacional de la uva que incidieron en los países de Perú y Chile.</p>		<p>Nivel de investigación</p> <p>Descriptivo-documental</p> <p>Diseño de investigación</p> <p>No experimental</p> <p>Población</p> <p>Empresas exportadoras de uva de los países de Perú y Chile</p> <p>Muestra</p> <p>Las 7 primeras empresas exportadoras de Perú y Chile.</p>

Apéndice B. Instrumento de Recolección de información

Ficha de análisis documental (instrumento de recolección de datos)

Objetivo:

Desarrollar un análisis comparativo de los factores de oferta exportable de la uva entre Perú y Chile en los periodos 2013- 2018. Además, saber cuál de los países tiene mayor participación en las exportaciones.

Categorías:

Criterios de evaluación de los factores de oferta exportable: Infraestructura productiva, precio internacional, infraestructura logística internacional y certificaciones internacionales.

Descripción:

El instrumento que se utilizará identifica en la información recaba de la base de datos del *Veritrade (2019)* los factores de la oferta exportable de la uva entre Perú y Chile en los periodos 2013- 2018. Los criterios de evaluación son: Infraestructura productiva, precio internacional, infraestructura logística internacional y certificaciones internacionales.

Aplicación:

Primero se completará las guías de análisis documental con la información recabada del *Veritrade (2019)* de ambos países en el periodo 2013- 2018, luego se realizará la comparación de cada fila y columna. Después se detallará las observaciones en la última columna.

Validación:

Se realizará a través de juicios de expertos.

Guía de análisis documental 1: base de datos Veritrade

Información recabada de la base de datos veritrade de los factores de la oferta exportable de la uva de Perú y Chile en el periodo 2013- 2018

Información del Veritrade	Perú				Chile			
	Tiene		Se revisó		Tiene		Se revisó	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
Precio internacional	X		X		X		X	
Infraestructura de logística internacional	X		X		X		X	

Fuentes de información y verificación:

- Información recabada y procesada del sistema Veritrade 2019

Guía de análisis documental 2: Precio internacional

Se describe que, en la exportación de la uva en Perú y Chile, se toma como factor principal el precio. Por ello con el análisis de los precios en el periodo 2013- 2018 de ambos países se determinará el comportamiento y fluctuación. Además, se hará un análisis comparativo para ver la diferencia o semejanzas.

	Precio internacional de la uva de Perú US\$/ KG						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Observaciones
Precio de la uva							
Total							

	Precio internacional de la uva de Perú US\$/ KG						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Observaciones
Precio de la uva							
Total							

Guía de análisis documental 3: Infraestructura logística internacional

Con el análisis de la infraestructura logística de los países de Perú y Chile en el periodo 2013- 2018 se analizará a las vías de transporte, las aduanas, los puertos, geolocalización de los embarques y el Doing Business, la información será recabada y analizada del Veritrade, ministerio de transportes y comunicaciones y el Doing Business de ambos países.

	Infraestructura internacional de Perú						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Observaciones
Vías de transporte							
Aduanas							
Puertos							
Doing Business							

	Infraestructura internacional de Chile						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Observaciones
Vías de transporte							
Aduanas							
Puertos							
Doing Business							

Guía de análisis documental 4: Infraestructura productiva

Con el análisis de la infraestructura productiva de los países de Perú y Chile en el periodo 2013- 2018 se analizará a la producción, rendimiento, área cosechada, estacionalidad y zonas productoras, la información será recabada y analizada del ministerio de agricultura de ambos países.

	Infraestructura productiva de Perú						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Observaciones
Producción por tonelada							
Rendimiento (hg/ha)							
Área cosechada (ha)							
Estacionalidad de producción							
Zonas productoras							

	Infraestructura productiva de Chile						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Observaciones
Producción por hectárea							
Rendimiento (hg/ha)							
Área cosechada (ha)							
Estacionalidad de producción							
Zonas productoras							

Guía de análisis documental 5: Certificaciones internacionales

Con el análisis de los acuerdos y convenios de los países de Perú y Chile en el periodo 2013-2018 de la uva se analizará las certificaciones exigidas por los países de destino, que ayudan en una mejor comercialización de la uva, la información será recabada y analizada del Mincetur, Prompex, Direcon y de la Organización de los Estados Americanos de ambos países

	Acuerdos y convenios internacionales de Perú						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Observaciones
Certificaciones							

	Acuerdos y convenios internacionales de México						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Observaciones
Certificaciones							

Apéndice C. Validación de instrumento.

JUICIO DEL EXPERTO

• DATOS DEL EXPERTO

Apellidos y Nombres	Santillán Zapata Nivardo
Grado Académico	Mg. Administración
Especialidad	Lic. Administración
Institución de trabajo	V. Continental
E- mail	nsantillan@continental.edu.pe

- **Instrucciones:** evaluar si ha sido CORRECTO O INCORRECTO, colocando un aspa (X) en el casillero correspondiente.

N°	CRITERIOS DE EVALUACION	CORRECTO	INCORRECTO
1	La Guía de Análisis Documental de evaluación refleja el contenido temático.	X	
2	La Guía de Análisis Documental de evaluación permite recoger información de acuerdo a los objetivos.	X	
3	La Guía de Análisis Documental está de acuerdo a las dimensiones e indicadores planteados en la operacionalización de las variables.	X	
4	La Guía de Análisis Documental de evaluación es comprensible.	X	
5	El grado de dificultad o complejidad de la Guía de Análisis Documental es aceptable.	X	
6	El instrumento tiene estructura lógica.	X	
7	La secuencia de la presentación de las Guías de Análisis Documental es óptima.	X	
8	Las Guías de Análisis Documental son suficientes.	X	
9	Las Guías de Análisis Documental se entienden con claridad, y sin errores de redacción.	X	

Sugerencias del experto:

.....

En consecuencia el instrumento puede ser aplicado.

Huancayo, 10 de septiembre de 2019.


 Lic. Nivardo Santillán Zapata
 ADMINISTRADOR

JUICIO DEL EXPERTO

• DATOS DEL EXPERTO

Apellidos y Nombres	Vicente Ramos Wagner
Grado Académico	
Especialidad	
Institución de trabajo	Universidad Continental
E- mail	wvicente@continental.edu.pe

- **Instrucciones:** evaluar si ha sido CORRECTO O INCORRECTO, colocando un aspa (X) en el casillero correspondiente.

N°	CRITERIOS DE EVALUACION	CORRECTO	INCORRECTO
1	La Guía de Análisis Documental de evaluación refleja el contenido temático.	X	
2	La Guía de Análisis Documental de evaluación permite recoger información de acuerdo a los objetivos.	X	
3	La Guía de Análisis Documental está de acuerdo a las dimensiones e indicadores planteados en la operacionalización de las variables.	X	
4	La Guía de Análisis Documental de evaluación es comprensible.	X	
5	El grado de dificultad o complejidad de la Guía de Análisis Documental es aceptable.	X	
6	El instrumento tiene estructura lógica.	X	
7	La secuencia de la presentación de las Guías de Análisis Documental es óptima.	X	
8	Las Guías de Análisis Documental son suficientes.	X	
9	Las Guías de Análisis Documental se entienden con claridad, y sin errores de redacción.	X	

Sugerencias del experto:

.....

En consecuencia el instrumento puede ser aplicado.

Huancayo, 16 de septiembre de 2019.



JUICIO DEL EXPERTO

• DATOS DEL EXPERTO

Apellidos y Nombres	Mateurida Lazo, Lucha Lorena
Grado Académico	Magister
Especialidad	Comercio exterior y Océanos
Institución de trabajo	SUNAT
E-mail	lmateurida.l@contiaenlat.edu.pe

• Instrucciones: evaluar si ha sido CORRECTO O INCORRECTO, colocando un aspa (X) en el casillero correspondiente.

N°	CRITERIOS DE EVALUACION	CORRECTO	INCORRECTO
1	La Guía de Análisis Documental de evaluación refleja el contenido temático.	X	
2	La Guía de Análisis Documental de evaluación permite recoger información de acuerdo a los objetivos.	X	
3	La Guía de Análisis Documental está de acuerdo a las dimensiones e indicadores planteados en la operacionalización de las variables.	X	
4	La Guía de Análisis Documental de evaluación es comprensible.	X	
5	El grado de dificultad o complejidad de la Guía de Análisis Documental es aceptable.	X	
6	El instrumento tiene estructura lógica.	X	
7	La secuencia de la presentación de las Guías de Análisis Documental es óptima.	X	
8	Las Guías de Análisis Documental son suficientes.	X	
9	Las Guías de Análisis Documental se entienden con claridad, y sin errores de redacción.	X	

Sugerencias del experto:

En consecuencia el instrumento puede ser aplicado.

Huancayo, 10 de septiembre de 2019.