UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

**PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**Factores que influyeron en la disminución de las
agroexportaciones peruanas de espárragos al mercado
estadounidense durante los años 2013 al 2017**

TESIS

**PARA OPTAR POR EL TÍTULO PROFESIONAL DE: NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

AUTORES

Jácome Bajonero, Julio André (0000-0002-3387-8288)

Torres Cuadros, Luis Angel Casiany (0000-0002-9303-5100)

ASESOR

Azabache Moran, Carlos Alberto (0000-0002-0456-0932)

Lima, 02 de noviembre de 2018

*A nuestros padres, quienes siempre nos alientan y apoyan a cumplir
nuestros sueños y metas.*

RESUMEN

El Perú ha crecido considerablemente durante los últimos años, dentro de las exportaciones más resaltantes se encuentra el sector agropecuario, en el cual las agroexportaciones no tradicionales representan una parte más que significativa de este, más específicamente se encuentran las exportaciones de espárragos. La cual ha sido punto de observación por el potencial comercial y valoración nutritiva vista por el mercado internacional. Sin embargo, observamos que durante los últimos años se ha producido un decrecimiento de los volúmenes exportados a nuestro principal mercado destino, Estados Unidos, en este sentido comenzamos la investigación para determinar el problema principal y con esto plantear nuestra hipótesis y determinar los factores que influyeron en la disminución de las agroexportaciones peruanas de espárragos al mercado estadounidense durante los años 2013 al 2017.

La presente investigación se divide en cinco capítulos. El primer capítulo, el marco teórico, en donde se presentan los antecedentes y bases relevantes de EE. UU. Y de Perú. El segundo capítulo, la situación de la problemática, se detalla los problemas hipótesis y objetivos del trabajo. El tercer capítulo, el desarrollo de la metodología de investigación, en la cual, a través de entrevistas a expertos, encuestas a las empresas exportadoras, se obtuvo información relevante para el desarrollo del trabajo. El cuarto capítulo, desarrollo y aplicación, se lleva a cabo las herramientas antes mencionadas. El quinto capítulo, se realiza el análisis de resultados, mediante validación cuantitativa de la data. Por último, se detallan las conclusiones y recomendaciones obtenidas durante el proceso.

Palabras Clave: Exportación de espárragos, Estados Unidos, mercado internacional

ABSTRACT

Peru has grown considerably in recent years; within the most outstanding exports is the agricultural sector, in which non-traditional agro-exports represent a more significant part than this, specifically, exports of asparagus. Which has been a point of observation for the commercial potential and nutritional value seen by the international market. However, we observe that during last years there has been a decrease in the volumes exported to our main destination market, United States, In this sense, we started the investigation to determine the main problem and with this we propose our hypothesis and determine the factors that influenced in the decrease of the Peruvian agro-exports of asparagus to the US market during the years 2013 to 2017.

This research is divided into five chapters. The first chapter, the theoretical framework, where the antecedents and relevant bases of the United States of Peru are presented. The second chapter, the situation of the problem, details the problems hypotheses and objectives of the research. The third chapter, the development of the research methodology, in which, through interviews with experts, surveys of exporting companies, relevant information was obtained for the development of the research. The fourth chapter, development and application, deals with the aforementioned tools. The fifth chapter, the analysis of results is performed, through quantitative validation of the data. Finally, the conclusions and recommendations obtained during the process are detailed.

Keywords: Export of asparagus, United States, international market

Tabla de contenido

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	12
1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	12
1.1.1 ANTECEDENTES NACIONALES	12
1.1.2 ANTECEDENTES INTERNACIONALES	20
Proceso de internacionalización	20
1.2 BASE TEÓRICA	24
1.2.1 LA EXPORTACIÓN	24
1.2.2 MERCADO DE ESTADOS UNIDOS	24
1.2.3 MERCADO DE PERÚ	25
1.2.4 ACUERDOS COMERCIALES PERÚ - ESTADOS UNIDOS	27
1.2.5 FACTORES IMPORTANTES DE LA INTERNACIONALIZACIÓN	36
CAPÍTULO II. PLAN DE INVESTIGACIÓN	39
2.1 SITUACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA	39
2.1.1 PROBLEMA PRINCIPAL	39
2.1.2 OBJETIVO PRINCIPAL	39
2.2 HIPÓTESIS	39
2.2.1 HIPOTESIS PRINCIPAL	39
2.2.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	40
2.3 OBJETIVOS	40
2.3.1 OBJETIVO PRINCIPAL	40
2.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	40
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE TRABAJO	42
3.1 TIPO DE LA INVESTIGACIÓN	42
3.1.1 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	42
3.1.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	43
3.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	43
3.3 PROCESO DE MUESTREO: TAMAÑO Y SELECCIÓN DE LA MUESTRA	45
3.3.1 POBLACIÓN DE ESTUDIO	45

3.3.2 TAMAÑO DE LA MUESTRA	45
3.4 INSTRUMENTOS METODOLÓGICOS PARA EL RECOJO DE LA INVESTIGACIÓN	47
3.4.1 PRIMERA ETAPA: INVESTIGACIÓN CUALITATIVA	47
3.4.2 SEGUNDA ETAPA: INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA	47
CAPÍTULO IV. DESARROLLO Y APLICACIÓN	49
4.1 APLICACIÓN PRINCIPAL	49
4.1.1 HERRAMIENTA CUALITATIVA: ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD	49
4.1.3 HERRAMIENTA CUANTITATIVA	51
4.2 OTRAS POSIBLES APLICACIONES O DESARROLLOS	53
CAPÍTULO V. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	55
5.1 MODELO DE ANÁLISIS FACTORIAL	55
5.1.1 FÓRMULA DEL MODELO FACTORIAL	55
5.1.2 PRUEBA DE RELEVANCIA GLOBAL	55
5.1.3 PRUEBA DE RELEVANCIA INDIVIDUAL	56
5.2 MODELO DE ANÁLISIS DISCRIMINANTE	59
5.2.1. FÓRMULA DEL MODELO DISCRIMINANTE	59
5.2.2 PRUEBA DE RELEVANCIA GLOBAL	59
5.2.3 PRUEBA DE RELEVANCIA INDIVIDUAL	60
CONCLUSIONES	64
RECOMENDACIONES	66
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	67

Índice de tablas

Tabla 1. Subpartida Nacional	14
Tabla 2. Principales partidas de frutas y hortalizas frescas valor FOB – US\$	16
Tabla 3. Operacionalización de las variables	43
Tabla 4. Empresas con mayor participación en las exportaciones de espárragos verdes frescos	46

Índice de figuras

Figura 1. Perú: Distribución Departamental de Cosechas de Esparrago (%).	13
Figura 2. Lista de los productos exportados por Perú.	17
Figura 3. Valores de espárragos exportados por México y Perú	23
Figura 4. Evolución de las exportaciones por años	26
Figura 6. Fórmula para el cálculo de la muestra.	46
Figura 7. Fórmula del modelo factorial	55
Figura 8. Fórmula del modelo discriminante	59

INTRODUCCIÓN

Actualmente, el sector agroindustrial representa el aproximadamente el 13% del total exportado por Perú al año 2017, en la economía peruana. En el ámbito internacional, las agroexportaciones peruanas se han encontrado en un incremento constante. Según PROMPERU, en el informe anual del año 2017 las agroexportaciones peruanas han aumentado en una relación del 6% con respecto al año 2016, dentro de las cuales las agroexportaciones no tradicionales, las cuales comprenden el 86% de participación total del sector agroindustrial, logrando un incremento del 9%. Además, el 33% de las agroexportaciones no tradicionales tienen como mercado destino Estados Unidos. (PROMPERU, 2017; Ministerio de Agricultura y Riego, 2017).

Los espárragos frescos son valorados en el exterior por su sabor, calidad y valor nutricional que aporta y demanda cada consumidor, lo cual ha favorecido a la oferta exportable de los exportadores peruanos. Sin embargo, las exportaciones peruanas de espárrago al mercado estadounidense se encuentran desplazadas por las exportaciones de espárragos mexicanos. En este sentido lo que busca este proyecto de investigación, es averiguar y determinar cuáles son los factores que han influido para que exista este decrecimiento de las exportaciones peruanas de espárragos verdes frescos con la subpartida nacional 0709.20.00.00 al mercado estadounidense.

Además, los objetivos específicos que buscamos resolver son los siguientes:

- Determinar si la creación de capacidad es un factor que influye en la disminución de las agroexportaciones de espárragos.
- Determinar si los destinos de internacionalización son un factor que influye en la disminución de las agroexportaciones de espárragos.

- Determinar si los beneficios y barreras son un factor que influye en la disminución de las agroexportaciones de espárragos.
- Determinar si las perspectivas de futuro son un factor que influye en la disminución de las agroexportaciones de espárragos.

La investigación tiene un alcance descriptivo – correlacional, y tendremos como herramientas la entrevista con el experto y cuestionarios, las cuales utilizaremos como medio de obtención de información para tener una mejor visión sobre nuestro tema de investigación, estas se llevarán a cabo a las empresas exportadoras de espárrago. A través de estas herramientas buscando dar respuesta a nuestros planteamientos de objetivos y la validación o rechazo de nuestra hipótesis.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.1 ANTECEDENTES NACIONALES

El cultivo del espárrago tiene se remonta a los años 1950 proveniente del departamento de La Libertad, llevando a cabo las primeras exportaciones bajo la variedad de espárrago blanco en conserva. Sin embargo, en 1986, en Ica se comenzó a producir espárragos verdes frescos refrigerados y en una menor proporción el congelado, destinados a la exportación. El Perú, cuenta con condiciones privilegiadas para la producción, siendo las principales zonas en donde se lleva a cabo el cultivo, La Libertad e Ica. (Instituto Peruano del Espárrago y Hortalizas, s.f.).

Además, la cosecha del espárrago se distribuye en 4 principales departamentos, La libertad (50.6%), Ica (39.0%), Lima (5.3%), Ancash (4.4%) y otros 0.7%). (Ministerio de Agricultura y Riego, 2017).

Figura 1. Perú: Distribución Departamental de Cosechas de Esparrago (%).

Fuente: Ministerio de Agricultura y Riego. (2017).

Los tallos de la esparraguera son el inicio de donde salen los brotes de espárragos. El cultivo dura entre 8 y 10 años, sin embargo, gracias a los cultivos en invernadero, la oferta del espárrago se produce durante todo los años, siendo los meses de mayor demanda entre Abril y Mayo.

Según EROSKI CONSUMER (2016), sus características son las siguientes:

- Forma: su forma es alargada, con pequeñas hojas en la punta en forma de escamas.
- Tamaño: mide entre 20 y 40 centímetros de largo. El calibre y peso dependen de la categoría a la que pertenezcan.
- Color: son blancos o verdes, aunque en algunos casos presentan tonalidades violetas o rosadas.
- Sabor: muy suave, con un ligero toque amargo a veces imperceptible.

Los espárragos poseen dos variedades los cuales son:

1. Espárragos verdes: Tiene otros nombres como amargo o negro. Este espárrago es conocido así por su alta concentración de clorofila, lo que le aporte el color verde característico. El sabor de este espárrago es el más apreciado en el comercio internacional.
2. Espárragos blancos: A diferencia del espárrago verde, este no recibe la luz del sol. Por ende su color blanquecino, por la falta de clorofila.

Tabla 1. Subpartida Nacional

Nro. de Partida	Descripción de Partida		
0709.20.00.00	ESPARRAGOS	FRESCOS	O
	REFRIGERADOS		

Nota. Fuente: Siicex (2018) Elaboración: Propia

En cuanto a la composición del espárrago fresco, en su mayoría está constituido por agua. Además, son ricos en proteínas y fibras, mientras que contienen muy bajo porcentaje de azúcares y grasas. Además, según EROSKI CONSUMER (2016) “En cuanto a su contenido vitamínico, destaca la presencia de folatos, provitamina A, vitamina C, E, B1, B2, B3 y B6”.

El Ministerio de Agricultura y Riego (s.f.) confirma un alto contenido de potasio (10%) el cual suple los requerimientos del organismo; también contiene en menor proporción flúor, cobre, zinc, manganeso y yodo. Debido a la alta concentración de glutatión en el espárrago, este se considera un gran medicamento contra el cáncer.

El complejo B que el espárrago aporta es una vitamina con ácido fólico capaz de ayudar a la prevención de problemas en el cerebro de nacimiento y la médula espinal definidos como

defectos del tubo neural (Neural Tube Defect-NTD), para ello debe de consumirse antes del embarazo y durante las primeras semanas de este.

El glutatión, por su parte se encuentra presente en concentraciones elevadas en el hígado, y es necesario para mantener el óptimo funcionamiento del sistema inmunitario, ya que tiene como funciones principales la multiplicación de linfocitos y la generación de antioxidantes. Además, este actúa como agente desintoxicante, el cual a través de la combinación con sustancias indeseables se elimina mediante el sistema urinario (EROSKI CONSUMER, 2016; IPEH, 2018).

El valor FOB de las agroexportaciones fueron 5'072 millones de dólares, logrando un incremento del 8% respecto del año anterior, el cual se debe principalmente al incremento de las exportaciones no tradicionales, en especial los productos frescos, congelados, funcionales y biocomercio. Los principales envíos que han fortalecido a este incremento son los de arándanos (+120 millones de dólares), mandarinas wilkings (+108 millones de dólares), jengibre (+25 millones de dólares), entre otros.

Asimismo, los principales destinos de exportación han crecido de la siguiente manera: Estados Unidos (+9,4%), Países Bajos (+11,2%), España (+9,6%), Reino Unido (+3,4%) y Ecuador (+24,5%). (PROMPERU, 2017, p. 2)

Cabe resaltar el crecimiento de los arándanos, pues poseen un crecimiento del 50%. Este incremento se debe al intensivo cultivo que se le está dando a este fruto. Los principales mercados de este producto son, Países Bajos (+40 millones de dólares), China (+34 millones de dólares), Estados Unidos (+31 millones de dólares), Hong Kong (+10 millones de dólares) y Reino Unido (+3 millones de dólares). (PROMPERU, 2017, p. 3)

Tabla 2. Principales partidas de frutas y hortalizas frescas valor FOB – US\$

PARTIDA - DESCRIPCIÓN	2015	2016	2017	PART.% FOB (US\$) 2017	VAR.% 16/15	VAR.% 17/16
0806100000 - UVAS FRESCAS	\$ 708,524,021	\$ 660,953,938	\$ 653,056,556	24.10%	-6.70%	-1.20%
0804400000 - PALTAS FRESCAS	\$ 306,269,083	\$ 396,887,566	\$ 581,033,741	21.40%	29.60%	46.40%
0709200000 - ESPÁRRAGO FRESCO	\$ 421,489,947	\$ 422,476,639	\$ 409,832,978	15.10%	0.20%	-3.00%
0810400000 - ARÁNDANO FRESCO	\$ 97,187,319	\$ 241,255,986	\$ 361,720,046	13.30%	148.20%	49.90%
0804502000 - MANGOS FRESCOS	\$ 193,460,779	\$ 194,875,064	\$ 186,215,284	6.90%	0.70%	-4.40%
0803901100 - BANANO ORGANICO FRESCO	\$ 145,170,295	\$ 152,174,228	\$ 148,557,355	5.50%	4.80%	-2.40%
0805299000 - MANDARINAS FRESCAS			\$ 107,987,142	4.00%		
0703100000 - CEBOLLA BLANCA FRESCA	\$ 62,816,338	\$ 71,074,975	\$ 68,811,413	2.50%	13.10%	-3.20%
0810909000 - GRANADA FRESCA	\$ 32,312,234	\$ 39,599,621	\$ 58,939,418	2.20%	22.60%	48.80%
0910110000 - JENGIBRE FRESCO	\$ 22,327,568	\$ 24,398,757	\$ 50,447,359	1.90%	9.30%	106.80%
RESTO	\$ 175,474,939	\$ 169,014,652	\$ 89,201,799	3.20%	-3.70%	-47.20%
TOTAL	\$ 2,165,032,523	\$ 2,372,711,426	\$ 2,715,803,091	100.00%	10.00%	14.00%

Nota. En la tabla se puede apreciar como los espárragos frescos representan el 15.1% del valor FOB con un valor de 409,832'978

dólares. Fuente: Siicex (2017).

Código	Etiqueta del producto	Valor exportado en 2013	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017
0709200000	Las demás hortalizas (incluso «silvestres»), frescas o refrigeradas. : Espárragos	413,586	384,490	421,490	422,443	409,842

Figura 2. Lista de los productos exportados por Perú.

Nota. En la tabla se observa una variación de los valores exportados de los cuales se obtiene que del 2013-2014 (-7%), 2014-2015 (+10%), 2015-2016 (0%), 2016-2017(-3%). Fuente: Trademap (2018).

Según Gestión (2015), el valor de las exportaciones de los espárragos para el año 2015 ascenderían a 560 millones US, representando una reducción del 2% con respecto del año 2014. Sin embargo, si bien las exportaciones de los espárragos frescos se incrementarían, no serían suficientes para contrarrestar la reducción de lo exportado en conservas y congelados. Asimismo, el incremento de las exportaciones de espárragos fresco se debe principalmente al alza de precios promedio de exportación causado por la menor presencia del espárrago mexicano.

La Agencia Agraria de Noticias (2017), detalla que las exportaciones de espárragos del primer semestre del año 2017 se redujeron en 24.8% considerando las exportaciones alcanzados en periodo similar del 2016. Además, según la publicación esta dicha reducción se debería a la condición climática producida por el efecto de El Niño Costero. Asimismo, se resalta que las exportaciones de los espárragos frescos se redujeron en 25.1% durante el primer semestre del 2017 en comparación con el mismo periodo en 2016.

Con esta información, se resuelve que los espárragos están propensos a los cambios climáticos, pues estos necesitan de un clima cálido para poder crecer apropiadamente. El fenómeno del niño, que afecta principalmente a la zona del norte del Perú, es una de las principales adversidades que se tiene para la siembra y cosecha de este producto. Por otro lado, actualmente las exportaciones de espárragos verdes frescos se encuentran sujetas a la cantidad exportada por México. Esto quiere decir que, las exportaciones de Perú solo se incrementaron en el año 2015, debido a que las exportaciones mexicanas no tuvieron presencia en el mercado estadounidense.

El diario Gestión (2017), señala que durante el año 2017 se produjo una reducción del 6% respecto del año 2016. Resaltando que en general el principal motivo de las menores exportaciones del 2017 es la menor cantidad de volumen exportado por la antigüedad de las plantaciones que trae consigo un menor rendimiento. Además, se resalta que la baja en la

producción se debe a las mayores temperaturas a causa del fenómeno del niño, afectando de esta manera el rendimiento de las plantaciones. Considerando que para el 2018, según sus proyecciones, la producción de espárragos aumentaría en 3% aproximadamente.

Según Villegas, CH. & Yarlaqué C. (2018):

El objetivo principal del proyecto profesional es determinar cuáles son los factores de mayor incidencia en las exportaciones de jugo de maracuyá en la región Lambayeque en el periodo 2011 - 2016. Se concluye que los factores internos que tiene incidencia directa y positiva con la exportación de jugo de maracuyá de las empresas lambayecanas han sido en especial los contactos empresariales, seguido de los años de experiencia exportando, siendo de vital importancia para la sostenibilidad en el tiempo. Además, los factores externos que han incidido en las exportaciones de jugo de maracuyá del periodo 2011 - 2016 de las empresas analizadas fueron las características del sector a nivel local.

Los factores que influyeron en las condiciones de éxito de un consorcio exportador en medianos productores de mango. Los autores señalan que « las condiciones de éxito son la experiencia en la exportación, confianza entre los miembros, mayor compromiso en el consorcio e igualdad de condiciones. » (Balmaceda Enrique & Bruderer Andrés, 2016, p. 3)

Gracias a estos trabajos de investigación realizados en la parte norte del país, se determina que el curso de la investigación es factible a modo de poder determinar la percepción de los factores que han intervenido en el decrecimiento de las exportaciones peruanas de espárragos verdes frescos al mercado estadounidense durante los años 2013 al 2017.

1.1.2 ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Internacionalización

Según la RAE (2014) el término internacionalizar, se define como el acto en que se impone a la autoridad de otros organismos o territorios temas que estaban bajo autoridad de una sola nación.

Por otro lado, Villarreal (2005) establece a la internacionalización como una estrategia de las empresas que buscan una diversificación geográfica, que se da de manera progresiva a lo largo del tiempo, afectando la cadena de valor, trayendo como consecuencia un incremento de las capacidades con el mercado global.

Proceso de internacionalización

Para las empresas, es importante que exista un crecimiento y expansión de su negocio, para ello buscan llegar a mercados que puedan proporcionarles mayores beneficios, pasando por un proceso de internacionalización. Según EAE Business School, definen este proceso en 5 etapas en el proceso de internacionalización:

- **Exportación Ocasional**

En esta etapa, las empresas empiezan a exportar productos de ventas esporádicas, las cuales no fueron buscadas y fueron parte de pedido del exterior, en esta etapa por lo general las empresas no invierten el marketing para el exterior.

- **Exportación experimental**

Esta etapa, trae consigo promoción por parte de las empresas que tiene la intención de ofrecer sus productos o servicios a los importadores del mercado al cual buscan llegar. Sin embargo, el costo ofrecido es como distribuidor hacia las empresas extranjeras.

- Exportación regular

La exportación se hace más recurrente, contando con cierta cartera de clientes que permiten que designen parte de su producción a exportar, contando con un área encargada para coordinar con los agentes comisionistas o distribuidores en el mercado exterior.

- Establecimiento de filiales de venta

En esta etapa, las empresas una vez ya consolidado el mercado destino, establecen puntos de ventas, en los cuales ellas se encargan de todo el proceso, incrementado la inversión de recursos para su comercialización.

- Establecimiento de filiales de producción

Las empresas llegan, a esta etapa establecen puntos de producción en el exterior, resultado de decisiones basadas en beneficios para la empresa, como las oportunidades que puedan brindarles establecerse como una empresa multinacional.

Actualmente, Perú se encuentra en la etapa de exportación regular, ya que lleva realizando las exportaciones de espárrago verde fresco hacia Estados Unidos con regularidad. Mayormente las empresas que realizan las exportaciones en Perú son filiales de empresas estadounidenses que se ven encargadas del proceso de internacionalización de esta hortaliza. Una de estas empresas es Fresh Peru Logistic, empresa que usaremos como método de estudio para este proyecto.

Según Rosas Francisco (2017), el sector agrario mexicano ha perdido participación en el mercado estadounidense, las principales causas son la falta de competitividad del campo mexicano, considerando la falta infraestructura de transporte para comercio, sistemas de

irrigación, generación y diseminación de tecnología agrícola y políticas de mercado para tierras. Esta situación ha generado una reducción en la participación de mercado a pesar de que las exportaciones en los espárragos, mangos, pepinos y coliflor a EE UU han crecido. Esto debido a sus principales competidores como Perú, Brasil, Chile y Ecuador.

El sector agrario mexicano aún no se encuentra en un nivel competitivo como se encuentra el Perú para el sector agroexportador. Aun así, debido a la cercanía y las facilidades que se le tiene al producto mexicano en el sector estadounidense, ha logrado desplazar al Perú en las exportaciones de espárragos verdes frescos.

Según la Jaime y Hurtado (2015), se resalta en su estudio sobre “La Competitividad en la exportación de espárragos sonorenses hacia Estados Unidos en el marco del TLCAN”, el impacto que ha traído consigo el tratado firmado a partir de Enero del 1994 entre Estados Unidos, Canadá y México, el cual se firmó con la finalidad de sumar ventajas económicas, políticas y sociales. Fomentando el intercambio de bienes y servicios entre los miembros que firmaron el TLC, principalmente a través de la reducción de barreras arancelarias. El TLCAN ha sido sensible tanto para México como para Estados Unidos, ya que ha significado una apertura gradual del mercado de granos mexicano a la exportación estadounidense, mientras que para México ha representado una apertura comercial a las frutas y verduras mexicanas.

Este TLC firmado por México y Estados Unidos, significaría una gran oportunidad económica para el país mexicano ya que por la cercanía que existe entre estos dos países, los costos logísticos para las exportaciones se verían reducidos al tener un arancel preferencial.

Los espárragos mexicanos han llegado al mercado estadounidense para apoderarse de la demanda. El bajo costo logístico, el TLC firmado con Estados Unidos y la disponibilidad de zonas adecuadas para la siembra de este producto, han ayudado a que México se posicione como uno de los mejores referentes con lo que respecta a este producto. Lo cual

se puede contrastar con lo que declara Andrade Frida (2018), durante el periodo de enero a noviembre de 2017, el valor exportado de los espárragos frescos o refrigerados creció 18 % en comparativa al mismo periodo del año 2016, siendo las ventas mexicanas totales durante los 11 meses del año 2017 445 millones 168 mil dólares. Además, resalta que exportan a países como Francia, Canadá y Australia, el principal mercado destino es Estados Unidos, con 99% de envío. A pesar que el espárrago también es producido en California, la demanda supera a la oferta, es por ello que se requiere de las importaciones provenientes de México.

			2013	2014	2015	2016
			Valor	Valor	Valor	Valor
☐ México	☐ Producción Bruta (millones US\$)	Esparragos	347.032404	440.172824	409.185301	427.055843
☐ Perú	☐ Producción Bruta (millones US\$)	Esparragos	432.506307	352.817006	436.194992	469.276895

Figura 3. Valores de espárragos exportados por México y Perú

Nota. Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2016).

Con el gráfico mostrado, se recalca la proyección de México para el mercado estadounidense. Las exportaciones de espárragos verdes frescos mexicanas se encuentran en constante crecimiento, mientras que las peruanas están atravesando una situación difícil.

1.2 BASE TEÓRICA

1.2.1 LA EXPORTACIÓN

Siicex (2014) señala que la exportación es un régimen aduanero, el cual permite la salida de mercancías al extranjero desde un territorio aduanero, esta con fines de uso o consumo definitivo. Además, considera que las razones por las cuales se opta por la exportación es por la insuficiencia en rentabilidad del mercado local, reducción del riesgo al centrarse en un solo mercado, ganar experiencia con competencia extranjera y obtener beneficios externos.

1.2.2 MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

Estados Unidos, es el tercer país con mayor población del mundo, con 325 millones de habitantes con alto poder adquisitivo con un PBI per cápita de 59.531,66 (Banco Mundial, 2017). Estados Unidos es un mercado clave dentro de las estrategias de expansión de las empresas latinoamericanas, por su cercanía geográfica, facilitación en transporte y los beneficios arancelarios obtenidos en los últimos años a raíz de la firma de acuerdos comerciales.

Además, es el segundo importador de alimentos a nivel mundial, siendo muy atractivo para el intercambio comercial, considerando que durante los últimos años los hábitos de consumo de los pobladores americanos ha cambiado por la demanda de alimentos saludables y nutritivos, con una mayor preocupación por su aspecto físico y salud, orientándose hacia productos libre de grasas trans y un mayor consumo de productos naturales.

Considerando el panorama actual del intercambio comercial entre Perú y estados unidos, se presenta como un entorno favorable, y que se cuenta con el Acuerdo de Promoción Comercial, el cual no sólo brinda beneficios arancelarios, sino también una mayor demanda por las tendencias de consumo. Sin embargo, hay especificaciones que se deben tomar en cuenta para las exportaciones peruanas de alimentos, ya que durante los últimos años se han venido estableciendo estándares y regulaciones sanitarias y fitosanitarias que pueden ser considerados como barreras para la libertad de envío.

1.2.3 MERCADO DE PERÚ

Las exportaciones peruanas de espárragos ha venido fluctuando durante el periodo 2013 - 2017, mostrando caídas durante los periodos 2013-14 (-7%) y 2016-17(-3%). Estas variaciones se deben principalmente a reducida producción generada por la antigüedad y falta de productividad que generan las tierras, a esto se le sumaría el desastre natural conocido como el fenómeno del niño, el cual ocasionó que las temperaturas.

Si bien es cierto el precio de los espárragos ha venido en aumento, manteniendo un precio aproximado entre 3 y 4 USD, la cantidad exportada (en KG) es lo que ha venido en caída, esto debido a la antigüedad de los cultivos. Las plantaciones de espárrago tienen un promedio de vida de 10 años, utilizarlas un tiempo mayor a eso se corre el riesgo de disminuir la productividad y calidad del espárrago, por lo que plantaciones con 12 años de antigüedad deben dejarse descansar y ser cambiadas. Esto ha generado que parte de los productores de espárrago opten por invertir en otras opciones de cultivo que les resulte más rentable, como lo es el caso de la uva y otros.

Figura 4. Evolución de las exportaciones por años

Nota. Fuente: Siicex (2017).

La situación actual de los espárragos se ha visto beneficiada por la baja en la producción de los espárragos mexicanos, debido a la falta de competitividad de sus instalaciones para poder abastecer la demanda exigida por su principal comprador, Estados Unidos, lo cual generó que el precio del espárrago peruano aumente, pero esta situación momentánea se espera mejore para los productores mexicanos.

El Perú es el segundo mayor exportador de espárragos fresco al 2017, con un 29.9% de participación sobre el total exportado en el mundo, superado por México con un 33.6% de participación total, y seguido por Estados Unidos con un 10.9% de participación total. Además, en cuanto a valor exportado a Estados Unidos, Perú es el segundo mayor exportador de espárragos frescos al mercado americano con 44.3% de participación, solo superado por México con un 54.8% al 2017.

Exportadores	Participación en valor en las importaciones de Estados Unidos de América, % en 2013	Participación en valor en las importaciones de Estados Unidos de América, % en 2014	Participación en valor en las importaciones de Estados Unidos de América, % en 2015	Participación en valor en las importaciones de Estados Unidos de América, % en 2016	Participación en valor en las importaciones de Estados Unidos de América, % en 2017
Mundo	100	100	100	100	100
Méjico	46.8	40.5	42.1	49.4	54.8
Perú	52.1	58.5	56.8	49.6	44.3

Figura 5. Lista de mercados de suministro para un producto importado por los Estados Unidos de América. Producto: 070920 Espárragos frescos o refrigerados

Nota. Fuente: Trademap (2018).

1.2.4 ACUERDOS COMERCIALES PERÚ - ESTADOS UNIDOS

Estados Unidos es uno de los principales mercados destinos para las exportaciones peruanas, teniendo como principales productos a exportar los minerales/metales, petróleo crudo, café, productos pesqueros, textiles, páprika, mango, uva, cacao, mandarina, alcachofa y espárragos.

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2011), desde el año 1991 hasta el 2001, Estados Unidos y Perú firmaron la Ley de Preferencias Arancelarias (ATPA), este acuerdo unilateral se llevó a cabo con la finalidad de facilitar el ingreso de productos seleccionados.

A partir del 2004, iniciaron las negociaciones para la firma de un acuerdo comercial que permitiese una apertura entre ambos mercados, con el objetivo de incrementar las exportaciones, este acuerdo se llevaría a cabo a través del Tratado de Libre Comercio (TLC).

El 12 de Abril de 2006, Estados Unidos y Perú firmaron el Acuerdo de Promoción Comercial (APC), con vigencia desde el 1 de febrero de 2009, este acuerdo permitió un mayor desarrollo comercial para Perú, generando mayores facilidades de ingreso.

Para la firma de este acuerdo se trataron los temas de importancia que se buscaban mejorar para la facilitación comercial de las partes como las medidas Sanitarias y Fitosanitarias, el trato Nacional y Acceso a Mercados, Textiles y Vestido, Reglas de Origen, Administración Aduanera y Facilitación del Comercio, , Obstáculos Técnicos al Comercio, Defensa Comercial, Contratación Pública, Inversión, Comercio Transfronterizo de Servicios, Servicios financieros, Políticas de Competencia, Telecomunicaciones, Comercio Electrónico, Derechos de Propiedad Intelectual, Laboral, Medio Ambiente, Transparencia, Fortalecimiento de Capacidades Comerciales, Solución de Controversias.

Asimismo, tras la firma del acuerdo comercial, el Perú comenzó a incrementar su oferta al mercado estadounidense, a través de los más de 5,000 productos disponibles.

1.2.4.1 AUTORIDADES COMPETENTES EEUU Y PERÚ

Perú y Estados Unidos, cuentan con autoridades del gobierno de cada país que se encargan de regular y de hacer cumplir los requisitos para el ingreso y salida de mercancías para productos agrícolas frescos y procesados.

1.2.4.1.1 EN EE.UU.

Estados Unidos por su parte, cuenta con entidades del gobierno que se encargan de la regulación del ingreso de alimentos, las cuales detallan continuación.

Entidades Sanitarias:

- Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), tiene como función proteger la seguridad de los productos agropecuarios y ofrecen los siguientes servicios:
 - El Servicio de Inspección de Inocuidad Alimentaria (FSIS), se refiere a la comprobación del etiquetado y empaquetado correcto del abastecimiento de carne al usuario final.
 - El Servicio de Inspección Sanitaria de Plantas y Animales (APHIS), se refiere a la comprobación sanitaria del ingreso de animales y plantas.
 - Oficina de Sanidad Vegetal y Cuarentena (PPQ), esta oficina tiene como objetivo principal comprobar que el ingreso de plantas, vegetales, frutas, maderas, entre otros productos, no sean riesgosos para los recursos naturales.
 - Agricultural Marketing Service (AMS), establece los estándares de calidad para las frutas y verduras frescas.
- 2. Agencia de Protección Ambiental (EPA), la función de esta agencia es la de velar por el cumplimiento de las leyes ambientales impuestas por el gobierno de Estados Unidos, bajo un nivel de tolerancia máximo para plaguicidas.
- 3. Departamento de Tesorería Alcohol and Tobacco Trade And Tax Bureau (TTB), la función de esta área es la de establecer impuestos al consumo de bebidas alcohólicas, comprobando la transparencia del empaquetado al consumidor.
- 4. La Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA), área encargada de hacer cumplir con normas para garantizar la seguridad de medicamentos y alimentos consumidos en EE.UU.

Entidad Aduanera:

- Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza de los Estados Unidos (US. Customs and Border Protection - CBP), esta oficina tiene como función facilitar y regular el comercio internacional, a través del cumplimiento de las leyes aduaneras, comerciales y de inmigración.

1.2.4.1.2 EN PERU

El Perú por su parte, cuenta con entidades reguladoras de las exportaciones, las cuales se detallan a continuación.

Entidades Sanitarias:

- Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA) órgano encargado de establecer requisitos y procedimientos para el registro sanitario, habilitación de plantas y certificado sanitario de exportación de alimentos y bebidas destinados al consumo humano.
- Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) este servicio tiene como función la de proteger al país del ingreso de enfermedades externas y plagas. Asimismo, este organismo se encarga de inspeccionar, verificar y otorgar la certificación fitosanitaria y zoosanitaria. Asimismo, se encarga de identificar, diagnosticar y otorgar reguladores biológicos, fiscaliza e inscribe los plaguicidas; al igual que los medicamentos y alimentos para animales, a los importadores, productores.
- Dirección General de Servicio Nacional de Sanidad Pesquera – SANIPES es el servicio que se encarga de realizar acciones de inspección y control en todas las fases de las actividades pesqueras y acuícolas, a fin de proteger la salud de los consumidores.

Entidad Aduanera:

- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT, es el organismo nacional autorizado que percibe los impuestos y administra la actividad aduanera. Siicex (2015)

1.2.4.2 REQUISITOS DE EXPORTACION PERU – USA

1.2.4.2.1 REQUISITOS ARANCELARIOS

El Perú cuenta con el ingreso libre de impuestos y arancel cero a Estados Unidos, gracias al APC firmado desde que entró en vigencia el 01 de febrero del 2009.

El acceso de productos se afianzó más del 89% de las partidas arancelarias con acceso inmediato y depurando medidas no arancelarias y regulaciones impuestas a la exportación e importación de mercancías. Además, para que los productos cuenten con el beneficio arancelario descrito por el TLC, estos deben contar con su certificado de origen y cumplir con los criterios verificación de origen de las mercancías.

1.2.4.2.2 REQUISITOS NO ARANCELARIOS

Las regulaciones no arancelarias las establecen los gobiernos de cada país, bajo el objetivo de poder controlar el flujo comercial internacional, velando por las economías nacionales, calidad y protegiendo la salud de los consumidores.

Estas regulaciones no arancelarias, pueden generar confusión, ya que con frecuencia suelen ser modificadas, lo cual genera una desorientación para la interpretación de estas.

A continuación, se detallan los requisitos generales y específicos que se deben cumplir para los productos agrícolas frescos.

- Requisitos Generales:

- Ley contra el Bioterrorismo

Esta ley tiene como objetivo proteger la comercialización, producción y distribución de mercancías procedentes de EE. UU., como medida de prevención a los posibles atentados terroristas.

- Requisitos para Productos Agrícolas frescos:

Existen productos con acceso restringido a su ingreso, para poder verificar si las mercancías son admitidas se deberá consultar al manual para importar frutas y vegetales frescos (FAVIR en sus siglas en inglés)

- Admisibilidad del producto

Las frutas y las hortalizas tendrán acceso de ingreso presentando al Departamento de Agricultura lo siguiente

Las frutas no estén infectadas por algún tipo de insecto en su país de origen.

Las frutas frescas importadas deben provenir de zonas libres de plagas.

Cumplir con las condiciones y procedimientos cuarentenarios establecidos por cada país.

Estados Unidos cuenta con dos tipos de normas de protección para plantas, las cuales son:

Las normas restrictivas, restringen el ingreso de los productos que no cuenten con inspección o tratamiento

Las normas prohibitivas, restringen el ingreso de productos expuestos a plagas que no cuenten con un tratamiento fiable para su eliminación total.

- Requisitos fitosanitarios

Los productos vegetales y las plantas deben contar con la autorización de SENASA, entidad encargada de verificar que las mercancías se encuentren libres de enfermedades y/o plagas que puedan ser perjudiciales, para que puedan estar aptos para la exportación al mercado estadounidense.

En caso de no contar con el certificado fitosanitario, la mercancía corre el riesgo de ser devuelto o destruido una vez llegue a EE. UU.

Además, en caso de que los productos requieran un tratamiento especial, este deberá ser considerado obligatorio, para poder eliminar las plagas que puedan afectar la sanidad agraria del país destino.

- Límites Máximos de Residuos

Se refiere a los usos máximos establecidos de plaguicidas, para la protección de los alimentos domésticos importados sobre los residuos químicos.

Las mercancías que se encuentren fuera de los límites establecidos pueden ocasionar la detención de los productos y no permitir su ingreso para comercialización.

La entidad encargada de hacer cumplir las regulaciones en Perú es SEMASA, la cual a su vez otorga su etiqueta oficial.

- Otros Contaminantes

Los niveles de tolerancia para otros contaminados son establecidos por EPA.

- Buenas Prácticas Agrícolas (BPA)

Se emite un certificado que acredita el cumplimiento de los requisitos de la “guía para reducir al mínimo los peligros microbianos en la inocuidad de los alimentos para frutas y vegetales frescos” emitidos por BPA.

- Otros requisitos

Dentro de los requisitos adicionales, las mercancías deberán contar con un correcto etiquetado, embalaje, envasado, almacenaje y transporte.

- Marcado y etiquetado

Las indicaciones para un correcto marcado y etiquetado se encuentran reguladas por los códigos del país de origen, las cuales delimitan el correcto etiquetado y deben ser cumplidas obligatoriamente, y se encuentra vigente desde el 30 de setiembre del 2008.

- Transporte

Las consideraciones para el transporte físico de frutas y verduras son la temperatura, composición atmosférica, almacenamiento en frío y la humedad.

- Órdenes de Comercialización

Estas órdenes se establecen de manera periódicas con la finalidad de facilitar la comercialización al mercado estadounidense de los vegetales y frutas.

1.2.4.2.3 EMBALAJE, MARCADO Y ETIQUETADO PARA EXPORTACIÓN

- Embalaje

El embalaje para los espárragos debe de ser sumamente cuidadoso, ya que son productos perecibles, por cual deben mantenerse refrigerados, manteniéndose a una temperatura aproxima a cero grados centígrado. Además, la zona superior de los espárragos es conocida como turiones, las cuales solo pueden conservarse entre 15-20 días, con una humedad aproximada del 100%. En caso de no tomarse las precauciones del caso, corren el riesgo de perder su calidad, sabor y aroma. Los embalajes más utilizados son:

- Cajas de cartón

Estas cajas deben estar protegidas en la zona inferior con cera o polietileno para evitar cualquier tipo de daño que puedan sufrir los productos agrícolas.

- Embalajes de madera

Este embalaje por ser de madera debe de estar autorizado su uso por SENASA, ya que deben cumplir con reglamentos sobre medidas fitosanitarias (NIMF)

- Pallets

Base inferior hecha de madera, se recomienda el uso de pallets de 120 x 100 cm, considerando los estándares establecidos por Estados Unidos.

- Marcado y Etiquetado

Todas las mercancías están sujetas al cumplimiento de las normas de etiquetado del país de donde provienen, de esta forma se les denomina reglas COOL.

Asimismo, el etiquetado que describe el contenido y datos importantes del producto deberá ser descrito y detallado en inglés, mientras que la medida con la que se indica la cantidad son las onzas y las libras, a estas regulaciones se les conoce como FOOD LABELLING.

La marca de las mercancías debe mostrar en una zona visible al contenido, nombre, lugar y país de origen.

1.2.5 FACTORES IMPORTANTES DE LA INTERNACIONALIZACIÓN

Según Bose (2016), la internacionalización es el proceso mediante el cual una empresa pasa de comercializar localmente a un mercado internacional.

Para poder determinar qué factores son los que inciden en el decrecimiento de las exportaciones de espárragos peruanos al mercado estadounidense, se tiene que entender que factores son los que logran que una empresa o comunidad se encuentre incentivada para poder realizar una exportación. Los factores que más influyen o son considerados de mayor importancia al momento de internacionalizarse son los siguientes:

- Red, alianza, clúster

Este factor resalta la importancia de las redes de contacto y la asociación entre las empresas con la finalidad de incrementar las exportaciones. Esto facilita la inserción de las empresas a un mundo globalizado con mayor facilidad para intercambiar información con un fin en común. Además, permite aprovechar las oportunidades de del mercado a través de estas conexiones. Las empresas más pequeñas se benefician de las alianzas estratégicas para mejorar la competitividad en la empresa internacional.

- Creación de capacidad

Este factor está referido a las capacidades organizativas y empresariales, adoptando el comercio electrónico como parte importante para que la internacionalización de la empresa.

- Política

Este factor resalta la importancia de la intervención de los gobiernos para reforzar el rendimiento de las exportaciones para estimular la competitividad. Además, es importante para el desarrollo de exportación los cambios tecnológicos, institucionales, legislativos y económicos.

- Innovaciones

La experiencia internacional, la capacidad de innovar, la competitividad estratégica del empresario, la comprensión de la potencialidad de crecimiento y el conocimiento específico del mercado son las claves para una internacionalización exitosa.

- Beneficios y barreras

Este factor resalta la facilidad para las exportaciones, como los acuerdos internacionales entre países. Además, las barreras están relacionadas a la gestión, falta de conocimiento, moneda, diferencias culturales y logística.

- Perspectivas de futuro

Este factor se refiere principalmente a la incertidumbre del mercado percibida y el rendimiento que pueden llegar a dar la exportación futura.

- Momento de internacionalización

Este factor resalta la importancia del aprovechamiento de los recursos tanto externos como internos para una internacionalización rápida, describiendo la importancia del aprendizaje temprano en el proceso de internacionalización.

- Modos de internacionalización

Este factor está referido a los modos de entrada para operar en mercados extranjeros, considerando los recursos a utilizar tendrá un impacto significativo en las operaciones.

- Destinos de internacionalización

Los destinos de llegada a donde se busca internacionalizar tiene que ver con estudiar el mercado al cual se busca llegar, tomando en cuenta las distancias culturales, el capital social a invertir, el riesgo de ingresar a nuevos mercados , la gestión, productos, la experiencia y la ubicación geográfica tendrá un efecto sobre la internacionalización de las empresas.

- Decisiones operacionales de internacionalización

La toma de decisión para los empresarios se basa en la experiencia previa, los contactos, orientación internacional, planificación, adopción de tecnología innovadora, búsqueda de información del mercado exterior y las relaciones de canal, todas estas características tienen una relación profunda con el riesgo y el desempeño comercial.

CAPÍTULO II. PLAN DE INVESTIGACIÓN

2.1 SITUACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

2.1.1 PROBLEMA PRINCIPAL

¿Los factores de internacionalización como la creación de capacidad, destinos de internacionalización, beneficios y barreras, perspectivas del futuro, son factores que influyeron en el decrecimiento de las agroexportaciones de los espárragos registrados al mercado estadounidense durante el periodo 2013 - 2017?

2.1.2 OBJETIVO PRINCIPAL

Validar que los factores de internacionalización como la creación de capacidad, destinos de internacionalización, beneficios y barreras, las perspectivas del futuro son factores que influyeron en el decrecimiento de las agroexportaciones de los espárragos registrados al mercado estadounidense durante el periodo 2013 - 2017

2.2 HIPÓTESIS

2.2.1 HIPOTESIS PRINCIPAL

Los factores de internacionalización como la creación de capacidad, destinos de internacionalización, beneficios y barreras, perspectivas del futuro, son factores que influyeron en el decrecimiento de las agroexportaciones de los espárragos registrados al mercado estadounidense durante el periodo 2013 - 2017.

2.2.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- La creación de capacidad es un factor que influye en la disminución de las agroexportaciones de espárragos.
- Los destinos de internacionalización son un factor que influye en la disminución de las agroexportaciones de espárragos.
- Los beneficios y barreras son un factor que influye en la disminución de las agroexportaciones de espárragos.
- Las perspectivas de futuro son un factor que influye en la disminución de las agroexportaciones de espárragos.

2.3 OBJETIVOS

2.3.1 OBJETIVO PRINCIPAL

Validar que los factores de internacionalización como la creación de capacidad, destinos de internacionalización, beneficios y barreras, las perspectivas del futuro, son factores que influyeron en el decrecimiento de las agroexportaciones de los espárragos registrados al mercado estadounidense durante el periodo 2013 – 2017.

2.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar si la creación de capacidad es un factor que influye en la disminución de las agroexportaciones de espárragos.
- Determinar si los destinos de internacionalización son un factor que influye en la disminución de las agroexportaciones de espárragos.
- Determinar si los beneficios y barreras son un factor que influye en la disminución de las agroexportaciones de espárragos.

- Determinar si las perspectivas de futuro son un factor que influye en la disminución de las agroexportaciones de espárragos.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE TRABAJO

3.1 TIPO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

Para la presente investigación se desarrollará bajo el enfoque mixto, puesto que se realiza a través de fuentes de información y tipos de datos. En este sentido, se recolecta y analizan los datos cualitativos y cuantitativos con el fin de obtener una visión más completa del tema estudiado. Este enfoque presenta procesos sistemáticos, empíricos y críticos de la investigación, las cuales en esta investigación se utiliza pruebas cuantitativas factorial, discriminante, y herramientas cualitativas como las entrevistas a expertos. (Sampieri et al., 2014).

El alcance de esta investigación es descriptivo - correlacional. Debido a que se recolecta información sobre las variables identificadas y luego se pasa a identificar la relación entre estas a través del análisis factorial.

Según Sampieri et al. (2014, p. 92) los estudios descriptivos, buscan especificar las propiedades y características importantes del fenómeno a analizar, pretendiendo únicamente medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos. Además, se resalta la posibilidad que una investigación pase de un tipo de estudio a otro. En ese sentido, menciona que el tipo de estudio correlacional, tiene como objetivo conocer la relación existente entre dos o más variables.

3.1.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación para el presente estudio será no experimental longitudinal de tendencia. Según señala Sampieri et al. (2014) este diseño de investigación se realiza sin la manipulación deliberada de las variables y solo se observan los fenómenos en su contexto natural para poder analizarlos. Además, según Sampieri estos estudios recopilan y analizan datos al paso el tiempo en categorías, variables o alguna población, tomando como parte muestras.

3.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 3. Operacionalización de las variables

Variable	Tipo de variable	Operacionalización	Categorización o Dimensiones	Indicadores	Nivel de Medición	Unidad de Medida	Valor
Factor Barreras y Beneficios	Dependiente	Nivel de percepción de los factores en las exportaciones de Espárragos.	Definir el nivel de percepción que tiene las barreras y beneficios	Escala de Likert	Ordinal	Cualitativa, grado percepción	de Demasiado importante: 5 Muy Importante: 4 Importante: 3 Poco Importante: 2 Nada Importante: 1 Demasiado importante: 5 Muy Importante: 4 Importante: 3 Poco Importante: 2 Nada Importante: 1
Factor Creación de Capacidad	Dependiente	Nivel de percepción de los factores en las exportaciones de espárragos	Definir el nivel de percepción que tiene la creación de capacidad	Escala de Likert	Ordinal	Cualitativa, grado percepción	de Demasiado importante: 5 Muy Importante: 4 Importante: 3 Poco Importante: 2 Nada Importante: 1

Factor Perspectiva de Futuro	Dependiente	Nivel de percepción de los factores en las exportaciones de espárragos	Definir el nivel de percepción que tiene la perspectiva de futuro	Escala de Likert	Ordinal	Cualitativa, grado percepción	de	Demasiado importante: 5 Muy Importante: 4 Importante: 3 Poco Importante: 2 Nada Importante: 1 Demasiado importante: 5 Muy Importante: 4 Importante: 3 Poco Importante: 2 Nada Importante: 1	
Factor Mercado de destino	Dependiente	Nivel de percepción de los factores en las exportaciones de espárragos	Definir el nivel de percepción que tiene el mercado de destino	Escala de Likert	Ordinal	Cualitativa, grado percepción	de	Demasiado importante: 5 Muy Importante: 4 Importante: 3 Poco Importante: 2 Nada Importante: 1	
Relación factores con decrecimiento de exportaciones	Independiente	Percepción de si los factores antes mencionados afectan las exportaciones	Definir la aceptación o negación de los factores con exportaciones	Percepción	Nominal	Cualitativa, grado percepción	de	Sí: No: 0	1

Nota. Elaboración propia, Estas variables nos ayudarán a entender el contexto del mercado y cómo han afectado a las exportaciones de espárragos verdes frescos al mercado estadounidense. La variable Y se entiende como las exportaciones de espárragos verdes frescos al mercado estadounidense durante los años 2013 al 2017.

Medición:

Para la presente, se elaboró una encuesta donde se valoró las variables antes mencionadas y si el encuestado cree que tienen relación con respecto al decrecimiento de las exportaciones de espárragos verdes frescos al mercado estadounidense durante los años 2013 al 2017. En esta entrevista se usó la base teórica anteriormente mencionada y los datos proporcionados por el experto en el campo. La encuesta, por motivos de tiempo y cantidad de encuestados, consta de 1 pregunta en la escala de Likert por cada variable, y 1 pregunta de opción múltiple para la variable Y. Esta encuesta fue realizada por vía telefónica debido a la

dispersión de las empresas encuestadas, para luego digitar los datos proporcionados en la encuesta virtual de manera inmediata.

3.3 PROCESO DE MUESTREO: TAMAÑO Y SELECCIÓN DE LA MUESTRA

3.3.1 POBLACIÓN DE ESTUDIO

“Lepkowski (2008) menciona que la población o universo es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (Sampieri, 2014, p.174)

Para el estudio la población está conformada por 237 empresas del sector agroexportador (Con subpartida nacional [J1]: 0709.20.00.00) que realizan exportaciones de espárragos al mercado estadounidense. Luego de contrastar las empresas con datos de la SUNAT, de las 237 empresas totales del sector, 39 empresas no se encuentran operativas y/o han cesado en sus funciones. Por lo tanto, la población actual del sector es de 198 empresas actualmente vigentes.

3.3.2 TAMAÑO DE LA MUESTRA

De acuerdo a Sampieri et al. (2014, p. 173), la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población.

Para ello, utilizaremos el muestreo aleatorio estratificado, es decir se realizará una selección al azar de las empresas que conforman la población mencionada anteriormente. Se seleccionarán las 12 empresas más representativas del mercado, pues la información proporcionada de estas empresas será de mucha ayuda en la resolución de la investigación.

Tabla 4. Empresas con mayor participación en las exportaciones de espárragos verdes frescos

Empresa	% Participación 2017
COMPLEJO AGROINDUSTRIAL BETA S.A.	15.19%
DANPER TRUJILLO S.A.C.	7.46%
SOCIEDAD AGRICOLA DROKASA S.A.	5.46%
GLOBAL FRESH S.A.C.	4.31%
SANTA SOFIA DEL SUR S.A.C.	4.24%
AGRICOLA LA VENTA S.A.C.	4.21%
AGRO PARACAS S.A.	3.53%
EMPRESA AGRO EXPORT ICA S.A.C.	3.49%
PEAK QUALITY DEL PERU S.A.	3.11%
AGRICOLA CHAPI S.A.	3.08%
CAMPOSOL S.A.	2.90%
AGROINPER FOODS S.A.C.	2.53%

Nota. Fuente: Veritrade (2017). Elaboración: Propia.

Para obtener la muestra, se hará uso de la fórmula para poder hallar la muestra total. Tomando en cuenta un nivel de confianza de 95%, margen de error de 5% y la población de 198.

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

Figura 6. Fórmula para el cálculo de la muestra.

Nota. Fuente: Malhotra (2008).

Se obtiene que la muestra total sea de 131 empresas en el sector exportador de espárragos verdes frescos. De estas 131 empresas, 12 son las de mayor participación y 119 serán aleatorias de pequeñas y grandes empresas.

3.4 INSTRUMENTOS METODOLÓGICOS PARA EL RECOJO DE LA INVESTIGACIÓN

3.4.1 PRIMERA ETAPA: INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

En primer lugar, se consultó con un experto en el tema de las exportaciones de espárragos peruanos al mercado estadounidense, cuales son los factores que más han influenciado en las exportaciones de espárragos desde la vista de las empresas del sector. Siendo estos como los principales: Creación de capacidad, Perspectiva de futuro, Barreras y Beneficios y Mercado de destino. También se obtuvo información sobre cuál es la situación actual del mercado de espárragos, cual puede ser el futuro más cercano y que se espera que pase para los próximos años. Luego de la evaluación de datos y obtención de resultados, se entrevistará a otra persona experta en el tema pero del sector logístico. Este nuevo experto nos ayudará a entender mejor los factores que hayan afectado las exportaciones de espárragos verdes frescos al mercado estadounidense durante los años 2013 al 2017.

3.4.2 SEGUNDA ETAPA: INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

Según Sampieri et al. (2014, p. 198) la etapa de recolección de datos, consiste en obtener datos pertinentes sobre las variables, conceptos o atributos de la muestra previamente seleccionada, esto implica elaborar un plan detallado que nos permitan recolectar los datos específicos.

En ese sentido, las técnicas para recolección de datos que se utilizarán serán:

- Cuestionarios, se hará uso de esta herramienta por la cantidad de empresas del sector, ya que esta herramienta nos permite una recolección más rápida de datos.
- Escala para medir actitudes, para llevar a cabo se utilizará el método del escalamiento de Likert, el cual según Sampieri et al. (2014, p. 238) se presenta un conjunto de afirmaciones para medir la reacción del sujeto entre cierto número de categoría. Con esta herramienta podemos determinar el grado de impacto que tienen los factores en las empresas.

CAPÍTULO IV. DESARROLLO Y APLICACIÓN

4.1 APLICACIÓN PRINCIPAL

4.1.1 HERRAMIENTA CUALITATIVA: ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

Entrevista realizada al experto Robert Tenorio, trabajador desde hace más de 3 años en la empresa Fresh Peru Logistic, que pertenece a la matriz Gourmet Trading Company con sede en Miami y Los Ángeles.

Esta empresa está encargada de la logística de su matriz, en esta se ve las exportaciones de espárragos (verdes frescos y blancos frescos) y arándanos hacia el mercado estadounidense en su mayoría.

Aquí se encuentra el resumen de la entrevista:

-Para poder ponernos en contexto, ¿Cómo se encuentra el mercado del espárrago?

El mercado no es muy alentador, en el sentido que los precios para los exportadores y agricultores no son favorables.

El clima, no fue como lo esperado. El nivel de consumo en estados unidos ha disminuido considerablemente. Ellos son el principal consumidor. Del 100% que produce Perú, 80% va para el mercado americano, 15% al mercado europeo y 5% al mercado asiático.

Desde hace 4 años, México se está expandiendo con más áreas de cultivo.

-¿A futuro como se ve el mercado de espárragos (Perspectiva del futuro)?

El enfoque es al mercado americano porque es el que más consume, el mercado europeo se satura con una cierta cantidad. Ahora estamos limitados a lo que pueda producir México, el clima y el consumo americano.

El consumidor americano ahora prefiere consumir el espárrago mexicano porque simplemente no se fumiga. (Esto es la barrera que más afecta a las exportaciones de espárragos)

-¿Considera que el e-commerce (Creación de capacidad) tiene efecto?

Ya no existe, antes sí existía. Se podía manejar con más libertad los precios porque se tenía un precio establecido y con ello teníamos un retorno seguro.

-¿Espera que para los siguientes 4 años, el mercado americano seguirá siendo atractivo o piensan cultivar otros productos?

Se está pensando en dirigirse hacia Oceanía, u otros países de Europa. Pero los niveles de consumo de estos países no son suficientes para sostener la economía. Estos mercados con el 20% de la producción de Perú se saturan.

-¿Usted cree que los espárragos mexicanos coparán el mercado estadounidense?

No, siempre va a existir una ventana de exportación para los espárragos peruanos.

-Entonces esto significa una baja significativa en la cantidad exportada para los productores

Existen dos zonas marcadas, parte sur (Ica, cañete) y parte norte (Huarmey, Chiclayo). Este último tiene las ventajas para poder producir por su gran clima. Ambos han tenido que disminuir la producción.

-¿Puede explicar un poco más acerca de la cadena de logística?

Claro, sale de la parte de embarque, luego se realiza un traslado a lima al almacén de frío aéreo, el producto espera el vuelo comercial (con suerte el mismo día que llega el transporte), luego llega el producto a estados unidos, para entonces este tiene que ser fumigado antes de llegar a la bodega.

La cadena de frío se rompe cuando llega al aeropuerto de Miami o los Ángeles, los camiones refrigerados salen de la planta de producción en 2 grados de temperatura, máximo pueden llegar a los 3 o 4 grados en el peor de los casos al almacén frío aéreo en lima. Se rompe la cadena de frío al momento de subir al avión y llega hasta los 10 grados, en el transporte la temperatura se mantiene, antes de ingresar a la fumigación (el bromuro) la temperatura para que actúe el producto tiene que estar entre 10 y 14 grados y esta demora 4 horas. Después de esto se abren los contenedores para que el gas se disipe se vuelve a cerrar y recién se vuelve a prender la unidad de frío.

4.1.3 HERRAMIENTA CUANTITATIVA

Para poder validar los factores obtenidos y poder usarlos en esta investigación, se propuso realizar una encuesta de apreciación a las empresas que se encuentran en el sector de los espárragos verdes frescos. Con los datos obtenidos se plantea poder organizar los datos y obtener la apreciación de los cuatro factores obtenidos anteriormente. La encuesta que se realizó fue la siguiente:

1. En una escala del 1 (nada importante) al 5 (muy importante); ¿Que tan importante considera usted que los beneficios y las barreras, tales como la diferencia en el tipo de cambio, el idioma, la cultura, la logística, las normas legales como los tratados de comercio, medidas fitosanitarias, ayudan a explicar las exportaciones de espárragos al mercado americano?

2. En una escala del 1 (nada importante) al 5 (muy importante): ¿Que tan importante considera usted que la creación de capacidad, tales como adoptar y utilizar el comercio electrónico para los negocios internacionales, ayudan a explicar las exportaciones de espárragos al mercado americano?
3. En una escala del 1 (nada importante) al 5 (muy importante): ¿Que tan importante considera usted que las perspectivas de futuro; como la incertidumbre percibida, las redes de contacto a crear y el rendimiento de las exportaciones, ayudan a explicar las exportaciones de espárragos al mercado americano?
4. En una escala del 1 (nada importante) al 5 (muy importante): ¿Que tan importante considera usted que es importante evaluar el entorno del mercado destino al cual se busca internacionalizar?
5. ¿Consideras que las exportaciones de espárragos al mercado estadounidense han sido afectados de manera negativa por los factores antes mencionados? (Haciendo referencia al periodo 2013-2017)
6. Considerando la coyuntura actual, ¿Cómo considera que estos factores mencionados aportarán a las exportaciones peruanas de espárragos al mercado americano? (Opinión personal)
7. De los siguientes factores, ¿En qué orden de importancia considera usted ha influido directamente en la situación actual de las exportaciones de espárragos frescos al mercado estadounidense?

1. Beneficios y Barreras (idioma, t/cambio, aranceles)
2. Creación de capacidad (e-commerce)
3. Perspectivas de futuro (incertidumbre percibida)
4. Mercado de destino

Las 4 primeras preguntas, son para cuantificar la percepción de cada uno de los factores que afectan a las exportaciones peruanas de espárragos verdes frescos al mercado estadounidense. La pregunta 5 la utilizamos para poder determinar el grado de relación entre los factores y la situación negativa de las exportaciones de espárragos verdes frescos al mercado estadounidense durante los años 2013 al 2017 (se podrá apreciar en las corridas del spss) y la preguntas 6 y 7 serán de gran ayuda para la sección de conclusiones y expectativas a futuro.

4.2 OTRAS POSIBLES APLICACIONES O DESARROLLOS

Estos factores también pueden ayudar a determinar la situación actual de otros productos en los que se busca encontrar los factores que afectan a las exportaciones.

Según Villegas y Yarlaqué (2018), se explica cómo los factores han sido obtenidos mediante un experto y validados en las encuestas realizadas a las empresas del sector.

El conocimiento de cuáles son los factores que más influyen es el primer paso dentro del procedimiento para poder mejorar o estabilizar las agroexportaciones peruanas.

También según Balmaceda y Bruderer (2016), luego de obtener los resultados y realizar la investigación de cómo estos afectan a las exportaciones de mangos, las empresas del sector se esfuerzan en poder arreglar y mejorar la situación actual del sector.

Este trabajo de investigación podrá significar una ayuda pertinente a los diferentes productos agropecuarios del Perú, de manera que se pueda entender la situación y el contexto de cada producto.

CAPÍTULO V. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

5.1 MODELO DE ANÁLISIS FACTORIAL

5.1.1 FÓRMULA DEL MODELO FACTORIAL

$$X_i = A_{i1}F_1 + A_{i2}F_2 + A_{i3}F_3 + \dots + A_{im}F_m + V_iU_i$$

Figura 7. Fórmula del modelo factorial

Nota. Fuente: Malhotra (2008)

5.1.2 PRUEBA DE RELEVANCIA GLOBAL

Prueba de KMO y Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,541
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	31,430
	gl	6
	Sig.	,000

En la prueba global del análisis factorial se tiene que el Sig. < 0.05, teniendo en cuenta lo siguiente:

H0: Los factores de internacionalización como la creación de capacidad, destinos de internacionalización, beneficios y barreras y las perspectivas del futuro, no influyeron en la disminución de las agroexportaciones peruanas de espárragos al mercado estadounidense durante los años 2013 al 2017

H1: Los factores de internacionalización como la creación de capacidad, destinos de internacionalización, beneficios y barreras y las perspectivas del futuro, influyeron en la disminución de las agroexportaciones peruanas de espárragos al mercado estadounidense durante los años 2013 al 2017.

Ya que el Sig. < 0.05 entonces H1 se valida por el método de análisis factorial.

Por otro lado, se obtiene que el KMO > 0.5 , con lo que se puede afirmar que este método de análisis es adecuado para la data. Este resultado explica que las correlaciones entre las pares variables anteriormente mencionadas pueden explicarse por otras variables.

5.1.3 PRUEBA DE RELEVANCIA INDIVIDUAL

En la prueba de relevancia individual se obtiene el orden de los factores que en este caso son las variables que se han usado para poder demostrar la hipótesis.

Se utilizará la matriz de coeficiente de puntuación de componente para poder afirmar el orden en el que han sido apreciados los factores ya presentados.

Matriz de coeficiente de puntuación de componente

	Componente	
	1	2
1. En una escala del 1 (nada importante) al 5 (muy importante):¿Qué tan importante considera usted que los beneficios y las barreras, tales como la diferencia en el tipo de cambio, el idioma, la cultura, la logística, las normas legales como los tratados de comercio, medidas fito-sanitarias, ayudan a explicar las exportaciones de espárragos al mercado americano?	-,081	,807

2. En una escala del 1 (nada importante) al 5 (muy importante): ¿Que tan importante considera usted que la creación de capacidad, tales como adoptar y utilizar el comercio electrónico para los negocios internacionales, ayudan a explicar las exportaciones de espárragos al mercado americano?	,392	,452
3. En una escala del 1 (nada importante) al 5 (muy importante): ¿Que tan importante considera usted que las perspectivas de futuro; como la incertidumbre percibida, las redes de contacto a crear y el rendimiento de las exportaciones, ayudan a explicar las exportaciones de espárragos al mercado americano?	,490	,025
4. En una escala del 1 (nada importante) al 5 (muy importante): ¿Que tan importante considera usted que es importante evaluar el entorno del mercado destino al cual se busca internacionalizar?	-,506	,226

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.

Como se puede apreciar con la matriz de coeficiente de puntuación de componente, los resultados se han dividido en dos resultados. Estos resultados se debe a que el tipo de muestra ha sido aleatorio, es decir están tanto pequeñas como las 12 principales empresas por lo que se ha obtenido que los resultados de los factores han sido divididos en dos grupos.

En el grupo 1 los factores se agrupan así:

1. Perspectivas de futuro
2. Creación de capacidad
3. No están de acuerdo con el factor de Barreras y Beneficios
4. No están de acuerdo con el factor de Mercado de destino

Por otro lado, el grupo 2 se establece de la siguiente manera:

1. Beneficios y Barreras
2. Creación de capacidad
3. Mercado de destino
4. Perspectivas de futuro

El gráfico de sedimentación es donde se puede ver claramente los puntos en los que se forman los dos grupos para los factores.

5.2 MODELO DE ANÁLISIS DISCRIMINANTE

5.2.1. FÓRMULA DEL MODELO DISCRIMINANTE

$$D = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_kX_k$$

Figura 8. Fórmula del modelo discriminante

Nota. Fuente: Malhotra (2008)

5.2.2 PRUEBA DE RELEVANCIA GLOBAL

Lambda de Wilks				
Prueba de funciones	Lambda de Wilks	Chi-cuadrado	gl	Sig.
1	,923	10,140	4	,038

Para el análisis discriminante usaremos la Lambda de Wilks como prueba de relevancia global. Esto quiere decir que tan relacionados están los factores con la pregunta 5, que es nuestra Y. Cómo estos factores han afectado negativamente a las exportaciones de espárragos verdes frescos al mercado estadounidense durante los años 2013 al 2017.

H0: Los factores no han afectado de manera negativa a las exportaciones de espárragos verdes frescos al mercado estadounidense durante los años 2013 al 2017.

H1: Los factores han afectado de manera negativa a las exportaciones de espárragos verdes frescos al mercado estadounidense durante los años 2013 al 2017.

Se obtiene un Sig. < 0.05, es decir se admite H1.

Además, el Lambda de Wilks es muy parecido a 1 esto quiere decir que parece no haber ninguna diferencia entre las medias del grupo.

5.2.3 PRUEBA DE RELEVANCIA INDIVIDUAL

Prueba de igualdad de medias de grupos

	Lambda de Wilks	F	gl1	gl2	Sig.
1. En una escala del 1 (nada importante) al 5 (muy importante):¿Que tan importante considera usted que los beneficios y las barreras, tales como la diferencia en el tipo de cambio, el idioma, la cultura, la logística, las normas legales como los tratados de comercio, medidas fito-sanitarias, ayudan a explicar las exportaciones de espárragos al mercado americano?	,998	,243	1	129	,623
2. En una escala del 1 (nada importante) al 5 (muy importante): ¿Que tan importante considera usted que la creación de capacidad, tales como adoptar y utilizar el comercio electrónico para los negocios internacionales, ayudan a explicar las exportaciones de espárragos al mercado americano?	,955	6,080	1	129	,015
3. En una escala del 1 (nada importante) al 5 (muy importante): ¿Que tan importante considera usted que las perspectivas de futuro; como la incertidumbre percibida, las redes de contacto a crear y el rendimiento de las exportaciones, ayudan a explicar las exportaciones de espárragos al mercado americano?	,964	4,776	1	129	,031

4. En una escala del 1 (nada importante) al 5 (muy importante): ¿Que tan importante considera usted que es importante evaluar el entorno del mercado destino al cual se busca internacionalizar?	,971	3,875	1	129	,051
--	------	-------	---	-----	------

Cada factor ha sido dividido, se puede contrastar en lo siguiente:

1. Factor de barreras y beneficios: Posee una Lambda de Wilks cercana a la unidad, es decir la diferencia de medias es prácticamente nula. El sig. es > 0.05 , por lo tanto se admite H_0 : El factor de barreras y beneficios no afecta de manera negativa a las exportaciones de espárragos verdes frescos al mercado estadounidense durante los años 2013 al 2017.
2. Factor Creación de capacidad: Posee una Lambda de Wilks cercana a la unidad, es decir la diferencia de medias es prácticamente nula. El sig. es < 0.05 , por lo tanto se admite H_1 : El factor de creación de capacidad afecta de manera negativa a las exportaciones de espárragos verdes frescos al mercado estadounidense durante los años 2013 al 2017.
3. Factor Perspectiva de futuro: Posee una Lambda de Wilks cercana a la unidad, es decir la diferencia de medias es prácticamente nula. El sig. es < 0.05 , por lo tanto se admite H_1 : El factor de perspectiva de futuro afecta de manera negativa a las exportaciones de espárragos verdes frescos al mercado estadounidense durante los años 2013 al 2017.
4. Factor Mercado de destino: Posee una Lambda de Wilks cercana a la unidad, es decir la diferencia de medias es prácticamente nula. El sig. es > 0.05 , por lo tanto se admite H_0 : El factor de mercado de destino no afecta de manera negativa a las exportaciones de espárragos verdes frescos al mercado estadounidense durante los años 2013 al 2017. Si bien este resultado es adverso, el Sig. es relativamente mayor. Se tomará como que este factor afecta de manera negativa pero de manera no tan agresiva.

**Coefficientes de función discriminante
canónica estandarizados**

	Función 1
1. En una escala del 1 (nada importante) al 5 (muy importante): ¿Que tan importante considera usted que los beneficios y las barreras, tales como la diferencia en el tipo de cambio, el idioma, la cultura, la logística, las normas legales como los tratados de comercio, medidas fito-sanitarias, ayudan a explicar las exportaciones de espárragos al mercado americano?	,175
2. En una escala del 1 (nada importante) al 5 (muy importante): ¿Que tan importante considera usted que la creación de capacidad, tales como adoptar y utilizar el comercio electrónico para los negocios internacionales, ayudan a explicar las exportaciones de espárragos al mercado americano?	,592
3. En una escala del 1 (nada importante) al 5 (muy importante): ¿Que tan importante considera usted que las perspectivas de futuro; como la incertidumbre percibida, las redes de contacto a crear y el rendimiento de las exportaciones, ayudan a explicar las exportaciones de espárragos al mercado americano?	,452
4. En una escala del 1 (nada importante) al 5 (muy importante): ¿Que tan importante considera usted que es importante evaluar el entorno del mercado destino al cual se busca internacionalizar?	-,376

Con los coeficientes de función discriminante canónica estandarizados se obtiene los factores ordenados en general, a diferencia del análisis factorial. El orden de los factores es el siguiente:

1. Creación de capacidad
2. Perspectivas de futuro
3. Barreras y beneficios
4. El factor Mercado de destino, no es influyente de manera negativa en las exportaciones de espárragos verdes frescos al mercado estadounidense durante los años 2013 al 2017.

CONCLUSIONES

- Las empresas exportadoras de espárrago durante el periodo 2013 - 2017, han atravesado por factores que dificultaron el incremento de las exportaciones al mercado estadounidense, principalmente en su cantidad exportada, la cual en volúmenes han frenado su crecimiento, llevando a que muchos de estas opten por invertir en producción de otros productos agrícolas como los arándanos. Además, el precio FOB exportado aumentó, favorecido por la baja oferta del competidor mexicano.
- Con los análisis realizados con los datos recopilados gracias a las encuestas realizadas, nos demuestran que el orden definitivo de los factores son el siguiente:

1. Creación de capacidad:

El Ecommerce al existir de manera poco usada, no permite a los exportadores poder manejar un mejor precio. Por lo tanto las expectativas de ventas a futuro no son muy predecibles al corto plazo.

2. Perspectivas de futuro:

Con la información obtenida por el experto y la encargada logística de la empresa Fresh Peru Logistic, se contrasta que el futuro del espárrago es incierto. Los productos de México ya están desplazando a los espárragos verdes frescos peruanos. La mayoría de los productores han optado por cambiar de productos ya que las ganancias no son las esperadas en el mercado de los espárragos verdes frescos. Cabe resaltar que también están apostando por los arándanos, utilizando los campos designados para espárragos.

3. Barreras y beneficios:

Las barreras y beneficios, han sido colocadas en tercer lugar por el análisis debido a la gran presencia de pequeños productores, estos no sufren directamente de las barreras, que en este caso es la fumigación del espárrago en destino. Los pequeños productores a comparación de las grandes empresas, no sufren de esta desventaja debido a que las exportaciones la realizan mediante un tercero. La fumigación se realiza con Bromuro,

químico que necesita estar a una temperatura de 10° hasta 14° de temperatura. Todo este proceso daña severamente la cadena de frío que es necesaria para que el espárrago verde fresco posea una mejor calidad. El espárrago debe estar entre los 3° y 4°. Esta medida ha sido adoptada por EEUU, mientras que por otro lado México no sufre de esta regulación y sus productos llegan a destino con una cadena de frío aceptable.

4. El factor Mercado de destino, no es influyente de manera negativa en las exportaciones de espárragos verdes frescos al mercado estadounidense durante los años 2013 al 2017:

Como ya se comentó antes, la muestra es aleatoria estratificada, es decir que las encuestas han sido realizadas aleatoriamente a todas las empresas del sector y a las 12 empresas con mayor participación del sector. Las pequeñas empresas a ser una mayor cantidad, estas no sufren tanto del mercado destino.

Por otro lado, el mercado estadounidense ya se está colmando de espárragos verdes frescos mexicanos. Por lo que los exportadores peruanos están analizando incurrir a otros mercados. Entre los cuales están el mercado asiático y el mercado europeo.

El mercado de espárragos verdes frescos peruanos hacia Estados Unidos de América, se ve con un futuro incierto. Las personas entrevistadas para este trabajo, afirman que las autoridades competentes deben realizar tratados con respecto a las regulaciones que sufren los espárragos verdes frescos peruanos.

RECOMENDACIONES

- Como recomendación se daría que se formulen solicitudes para que las entidades encargadas de regular las medidas fitosanitarias para la exportación del espárrago puedan ser más flexibles con el mercado peruano, ya que esta regulación nueva que se le ha impuesto a los espárragos verdes frescos peruanos afectan de manera negativa la calidad de estos mismos.
- En la entrevista realizada a la empresa FRESH PERU LOGISTIC, se obtuvo de manera extraordinaria el interés por usar la mayoría de sus recursos para el negocio de arándanos. Con lo expuesto en este trabajo, se obtuvo como una de las principales opciones que están optando los agricultores y exportadores de espárragos, es la de incursionar en el negocio de los arándanos puesto que este producto se encuentra en un crecimiento constante en comparación a los espárragos verdes frescos. Por otro lado, se puede ir optando por realizar una incursión en el mercado de arándanos de manera progresiva. Ya que, los recursos que se usan para la siembra y recolección de espárragos son similares a los necesitados por los arándanos.
- Según Bazán, Pala, Reyes y Trujillo (2017), los factores de éxito de los arándanos de la libertad con destino al mercado de Países Bajos, son parecidos a los que han desfavorecido a los espárragos verdes frescos con destino a Estados Unidos. Las medidas fitosanitarias son favorables para el producto del arándano en comparación a los espárragos verdes frescos. De este trabajo, se puede obtener que el mercado de los arándanos se encuentra en crecimiento y los factores que han influenciado en su crecimiento no se van a ver afectados en un futuro próximo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia Agraria de Noticias. (2017). Exportaciones peruanas de espárragos caen en 24.8% en el primer semestre de año. Recuperado de <http://agraria.pe/noticias/exportaciones-peruanas-de-esparragos-caen-en-valor-14427>
- Andrade, F. (2018, Jan 19). Logra éxito espárrago en EU. Reforma Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1988891298?accountid=43860>
- Balmaceda, E. y Bruderer, A. (2016). Identificación de las condiciones de éxito de un consorcio exportador en medianos productores de mango del valle de san Lorenzo, Piura. (Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola). Recuperado de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2669/1/2017_Balmaceda_Identificacion_de_las_condiciones_de_exito.pdf
- Banco Mundial. (2017). Población total. Recuperado de https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL?end=2017&locations=US&name_desc=false&start=1960&view=chart
- Claudia Andrea, B., Celina Margarita, P., Joseph Larry, R., y Jhonn Anderson, T. (2017). Factores críticos de éxito que impulsaron el incremento de las exportaciones de arándanos peruanos durante el periodo del 2011 – 2015 de la Región La Libertad hacia los Países Bajos. Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621833/Baz%C3%A1n_sc.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Bose, T. K. (2016). CRITICAL SUCCESS FACTORS OF SME INTERNATIONALIZATION. Journal of Small Business Strategy [Factores de éxito de la internacionalización de las empresas], 26(2), 87-109. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/1792214530?accountid=43860>
- EROSKI CONSUMER. (2016). Guía práctica de hortalizas y verduras Recuperado de <http://verduras.consumer.es/esparragos/introduccion>
- EAE BUSINESS SCHOOL. (2018). Cinco etapas de la internacionalización. Recuperado de <https://www.eaeprogramas.es/INTERNACIONALIZACION/CINCO-ETAPAS-DE-LA-INTERNACIONALIZACION>

- Gestión. (16 de septiembre de 2015). Exportación de espárragos caerá 2%. Diario Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/exportacion-esparragos-caera-2-anomenores-ventas-conserva-congelado-100055>
- Gestión. (03 de octubre de 2017). Exportación peruana de espárragos caería en el 2017 y se recuperaría en 2018. Diario Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/exportacion-peruana-esparragos-caeria-2017-recuperaria-2018-219944>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación: Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio (6a. ed. --.). México D.F.: McGraw-Hill.
- IPEH. (2018). Productos: espárragos. Recuperado de <http://www.ipeh.org.pe/j25/index.php/create-a-post/esparragos/esparragos-historia>
- IPEH. (2018). Información nutricional. Recuperado de <http://www.ipeh.org.pe/j25/index.php/create-a-post/esparragos/esparragos-informacion-nutricional>
- Jaime Meuly, R., & Hurtado Bringas, B., & Romero Vivar, N. (2015). LA COMPETITIVIDAD EN LA EXPORTACIÓN DE ESPÁRRAGOS SONORENSE HACIA ESTADOS UNIDOS EN EL MARCO DEL TLCAN. Revista Mexicana de Agronegocios,36, 1265-1274. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/141/14132408012.pdf>
- Ministerio de Agricultura y Riego. (2017). Comercio exterior agrario. Recuperado de http://siea.minag.gob.pe/siea/sites/default/files/nota-comercio-exterior-diciembre17_3.pdf
- Ministerio de Agricultura y Riego. (2017). Distribución departamental de cosechas de espárrago. Recuperado de <http://siea.minag.gob.pe/calendario/>
- Ministerio de Agricultura y Riego. (s.f.). Información nutricional. Recuperado de <http://www.minagri.gob.pe/portal/especial-iv-cenagro/28-sector-agrario/esparragos/234-esparragos?start=2>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2011). Acuerdos comerciales del Perú. Recuperado de

http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=55&Itemid=78

Naresh, M. (2008). INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. Pearson Educación de México S.A. de C.V.

Organización de las naciones unidas para la alimentación y la agricultura. (2016). Valores de espárragos exportados por México y Perú. Recuperado de <http://www.fao.org/faostat/es/#data/QV>

PROMPERU. (2017). Informe anual 2017, desenvolvimiento del comercio exterior agroexportador. Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/Desenvolvimiento%20agroexportador%202017.pdf>

RAE. (2014). Real Academia Española. Recuperado de <http://www.rae.es/>

Rosas, F. (2007, Jul 24). Sector agrario mexicano pierde terreno ante EEUU, según experto; source: El universal]. NoticiasFinancieras Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/467237780?accountid=43860>

Siicex. (2014). Exportaciones paso a paso. Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/capacitacion/2014-Puntos%20criticos%20en%20proceso%20exportacion.pdf>

Siicex. (2015). Guía de requisitos de acceso de alimentos a los Estados Unidos. Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/1025163015radB52B3.pdf>

Siicex. (2017). Informe mensual de exportaciones. Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/118671205rad0FED5.pdf>

Siicex. (2018). Ficha Comercial. Recuperado de http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=85&pnomproducto=Esp%E1rrago

Sliwinski, R., & Sliwinska, M. (2016). Growth and internationalization of fast growing firms. Journal of East European Management Studies [Crecimiento e

- internacionalización de firmas de rápido crecimiento], 21(2), 231-253. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/44112764>
- Trademap. (2018). Lista de los productos exportados por Perú. Recuperado de https://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm=3|604||||070920||8|1|1|2|2|1|1|5|1
- Velarde Talleri, A. (2013). Alianzas de nueva generación aplicadas a la agroexportación peruana. Sinergia e Innovación, 1(05). Recuperado de <http://revistas.upc.edu.pe/index.php/sinergia/article/view/114>
- VERITRADE. (2016). Estadísticas mundiales de espárragos frescos de Perú. Recuperado de <https://www.veritradecorp.com>
- Villarreal, O. (2005). La internacionalización de la empresa y la empresa multinacional: Una revisión conceptual contemporánea. Cuadernos de Gestión. (Vol.5). Recuperado de <http://www.theibfr2.com/RePEc/ibf/riafin/riaf-v1n1-2008/RIAF-VIN1-2008-5.pdf>
- Villegas, R. y Yarlaqué, L. (2018). Factores que inciden en las exportaciones de jugo de maracuyá en la región de Lambayeque. (Tesis de pregrado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo). Recuperado de <http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/1945/BC-TES-TSMP-800.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

ENTREVISTA AL EXPERTO:

Buenas noches señor Robert Tenorio

-Buenas noches Luis

¿En qué empresa trabaja y por cuánto tiempo?

-Fresh Peru Logistic, con sede en la ciudad de lima.

El tiempo es de 3 años, pertenecemos a una matriz (Gourmet trading Company).

Se encarga de ver la parte logística de gourmet trading.

- ¿En qué productos se especializa Fresh Peru?

Espárragos y arándanos, espárragos verdes frescos y blancos frescos.

- Para poder ponernos en contexto, ¿Cómo se encuentra el mercado del espárrago?

El mercado no es muy alentador, en el sentido que los precios para los exportadores y agricultores no son favorables.

El clima, no fue como lo esperado. El nivel de consumo en estados unidos ha disminuido considerablemente. Ellos son el principal consumidor. Del 100% que produce Perú, 80% va para el mercado americano, 15% al mercado europeo y 5% al mercado asiático.

Desde hace 4 años, México se está expandiendo con más áreas de cultivo.

- ¿A futuro como se ve el mercado de espárragos (Perspectiva del futuro)?

El enfoque es al mercado americano porque es el que más consume, el mercado europeo se satura con una cierta cantidad. Ahora estamos limitados a lo que pueda producir México, el clima y el consumo americano.

El consumidor americano ahora prefiere consumir el espárrago mexicano porque simplemente no se fumiga. (Esto es la barrera que más afecta a las exportaciones de espárragos)

- ¿Considera que el e-commerce (Creación de capacidad) tiene efecto?

Ya no existe, antes sí existía. Se podía manejar con más libertad los precios porque se tenía un precio establecido y con ello teníamos un retorno seguro.

- ¿Espera que, para los siguientes 4 años, el mercado americano seguirá siendo atractivo o piensan cultivar otros productos?

Se está pensando en dirigirse hacia Oceanía, u otros países de Europa. Pero los niveles de consumo de estos países no son suficientes para sostener la economía. Estos mercados con el 20% de la producción de Perú se saturan.

- ¿Usted cree que los espárragos mexicanos coparán el mercado estadounidense?

No, siempre va a existir una ventana de exportación para los espárragos peruanos.

-Entonces esto significa una baja significativa en la cantidad exportada para los productores

Existen dos zonas marcadas, parte sur (Ica, cañete) y parte norte (Huarney, Chiclayo). Este último tiene las ventajas para poder producir por su gran clima. Ambos han tenido que disminuir la producción.

- ¿Puede explicar un poco más acerca de la cadena de logística?

Claro, sale de la parte de embarque, luego se realiza un traslado a lima al almacén de frío aéreo, el producto espera el vuelo comercial (con suerte el mismo día que llega el transporte), luego llega el producto a estados unidos, para entonces este tiene que ser fumigado antes de llegar a la bodega.

La cadena de frío se rompe cuando llega al aeropuerto de Miami o los Ángeles, los camiones refrigerados salen de la planta de producción en 2 grados de temperatura, máximo pueden llegar a los 3 o 4 grados en el peor de los casos al almacén frío aéreo en lima. Se rompe la cadena de frío al momento de subir al avión y llega hasta los 10 grados, en el transporte la temperatura se mantiene, antes de ingresar a la fumigación (el bromuro) la temperatura para que actúe el producto tiene que estar entre 10 y 14 grados y esta demora 4 horas. Después de esto se abren los contenedores para que el gas se disipe se vuelve a cerrar y recién se vuelve a prender la unidad de frío.

-Con toda esta información nos ha ayudado en este proyecto, ¿Tiene algún mensaje final?

Sí, que se llegue a un acuerdo con el IPAE para eliminar la barrera de la fumigación porque este rompimiento de la cadena de frío hace que el producto pierda su calidad. Mientras que el espárrago mexicano no sufre de estas barreras y su tiempo de transporte es menor.

-Muchas gracias señor Robert

A ti Luis

ENTREVISTA A EMPRESA FRESH PERÚ LOGISTICS:

- ¿A qué se dedica la empresa?

Fresh Peru logistics, es una empresa exportadora, tenemos un cliente muy fuerte en USA, que se encarga de comprar espárragos tanto en Trujillo y en Ica a diferentes exportadores, la creación de esta empresa es para ver toda la logística y ver todo el tema del envío a Estados Unidos, o a donde le indique el importador. Fresh Peru Logistics, se encarga de todo ese trayecto, de monitorear los camiones, ver que han llegado con buena temperatura, ya que es una carga perecible, ver una reserva, enviar el producto y confirmar con el cliente que todo está bien.

En este tema del comercio, todo es una trazabilidad, la cual comienza con el exportador, sigue el transporte, llega a un Almacén, y luego al distribuidor, en el transporte puede ser aéreo o marítimo, pero acá en Fresh Peru Logistics, se realizan más envíos por aéreo, ya que el espárrago es perecible y un poco delicado.

Sin embargo, cada transporte tiene sus pros y sus contras, en el aéreo la carga llega de 1 día para otro, en el marítimo llega de 10 a 12 días, el costo del envío marítimo

es mucho más cómodos. Todo dependerá de la necesidad del cliente, por el tema de tiempo se toma la decisión.

Nosotros trabajamos con LATAM, quienes tiene vuelos pasajeros y cargueros; con Atlas, para vuelos cargueros, trabajamos con TAMPA, que trabaja de igual manera; trabajamos con vuelo carguero SKylist, con Panagra, Abx, Coral Cargo, que son empresas coreanas.

Esta empresa se creó gracias a Gourmet Trading, empresa importadora de Estados Unidos, y decidió crear esta empresa de carga para que puedan monitorear, hacer un seguimiento, apoyar con todo el proceso e información de las tarifas, ya que para ellos se les hace difícil desde Estados Unidos, y aprovecharon que sus clientes están en Perú.

En Ica, tenemos a Proagro, San Fernando, entre otro; por el norte tenemos a Cerro Prieto, Morada, Viru verde, Agro imper, entre otros clientes de Gourmet. Esta empresa, se encarga de la recepción de la mercadería, previamente acordada por Gourmet Trading, se verifican las tarifas con las aerolíneas, para aceptar la reserva se compara el costo del que más convenga.

Cada aerolínea tiene guías aéreas, a la cual le indicamos los datos del producto, cantidad, peso, destino, luego se llama al exportador para que tomar nota de la persona de transporte, para que despacho coordine la entrega, se utiliza una pre - guía con etiquetas para descargar. Luego del ingreso se lanza el registro, con esta

documentación se arma una notificación a Gourmet, dándole los detalles de la operación, temperatura e itinerario.

- Con respecto a la temperatura, nos comentó el Sr. Robert que es uno de los principales problemas, ya que por las medidas fitosanitarias a las que está acogida Perú, los espárragos deben ser fumigados, rompiéndose la cadena de frío.

El tema de fumigación es un tema tocado, se busca que la carga llegue ya fumigada, sería lo ideal para EE. UU, para prevenir algún daño en el espárrago, pero no se da en la realidad así, se envía y recién allá se fumiga. En este caso hay una variación en las temperaturas, mientras que aquí lo ideal en promedio es mantenerlo a 2°C, cuando se envía por avión, no tienen cooler, solo se usa el aire acondicionado, pero a veces esto no ayuda a bajar más la temperatura, y al momento de que llega a Estados Unidos, y se fumiga, no llega con la misma temperatura.

- Tengo entendido que para que el bromuro funcione, esta se debe encontrar a cierta temperatura.

Es correcto, es por ello que es complicado por ser un tema perecible, lo ideal es llevar a cabo esa trazabilidad, desde que el productor envía el espárrago. También, es importantísimo que el camión transportista no apague el motor, todo esto es un seguimiento.

- Te refieres a monitorear todo el trayecto

Exacto, monitorear todo ese parte, es muy bonito todo el trabajo que hacemos acá.

- Bueno, como adicional, tengo entendido que las exportaciones de espárragos han decaído, mientras que el mercado mexicano ha aumentado, ¿esto a que considera que se debe?

Bueno considero que, al transporte, en especial al marítimo, este embarque en los últimos años ha crecido, desplazando al aéreo. Anteriormente, en las épocas de festividades navideñas, se requería espacio con urgencia, pero el panorama actual ha cambiado, por el tema de los costos, y la falta de urgencia del tiempo de entrega, es que el embarque marítimo se ha vuelto protagonista.

Además, se puede decir que hoy en día hay otras variedades de frutas para exportar, como es el caso del arándano, este fruto ha crecido enormemente en los últimos 2 años si vemos la data estadística. Es por ello, que ahora si consultas con exportadores y su visión a futuro, ahora deciden invertir en otros frutos. Por ejemplo, Camposol, antes se dedicada netamente a espárragos, quienes a partir del año 2017 cerró su planta de espárragos, y cultivó arándanos, con aproximadamente 6 - 8 camiones de Campsol de arándanos.

- Precisamente, de eso trata nuestro proyecto, identifica porque el decaimiento de las exportaciones de espárrago, ya que antes éramos líderes en este producto.

Si es verdad, pero también es tema de la competencia, como me comentaste anteriormente, el caso de México, han mejorado muchísimo su producción, ya que en enero, febrero y marzo, es una baja total en Perú, porque sale el producto mexicano, ya que diariamente salen entre 12 y 14 camiones diarios, y en cuanto a tema de distancia, es mucho más factible la compra a ellos, ya que se considera el

tema de costo, precio, temperatura ya que es menor el daño. En México, están implementado nuevas plantas, que hacen que durante todo el año puedan ofrecer el producto al mercado.

- Te refieres a que abastecen constantemente el mercado estadounidense

Exacto, y sus productos son de buena calidad, y no tiene problemas con la fumigación como si lo es en el caso del espárrago peruano.

- Entonces sería mucho más factible que se lograra fumigar los espárragos acá en Perú

Claro, para el tema de temperatura, se podría controlar mejor si se fumiga acá, en Estados Unidos, simplemente serían distribuidos, esto sería lo ideal y esperemos que esto cambie en los próximos años.

- Silvana, ¿Cómo ves a futuro el mercado de los espárragos a cuatro años?

Yo lo veo, con una producción menor, y veo por lo contrario el surgimiento de nuevos productos a exportar, y para ser sincera, un crecimiento del arándano. Sin embargo, no creo que dejen de lado la exportación de espárragos. También veo un crecimiento de las exportaciones del mango, y justamente la campaña es en noviembre y diciembre, comercializando mucho para Europa, como en Madrid, Ámsterdam, entre otros.

- Esperemos que las medidas se puedan modificar a favor de Perú para encontrar una solución para que las exportaciones mejoren.

Exactamente, es lo que buscan los exportadores y las empresas que intervienen, por eso no creo que se deje de enviar.

- Sí, hay muchas personas involucradas en el proceso de comercialización y debe seguir llevándose a cabo.

Así es, es toda una cadena que se debe de seguir haciendo.

- Muchas gracias Silvana, tu aporte nos ayuda mucho en el proyecto.

Gracias a ti, eres bienvenido.

Certificación de exportación segura Fresh Peru Logistic

BUSINESS ALLIANCE FOR SECURE COMMERCE

World BASC Organization

Certifies that:

Certifica que:

FRESH PERU LOGISTICS S.R.L.

Calle General Mendiburu N° 1281-1285 - Miraflores - Lima

Has been evaluated and approved in reference to BASC Standards Version 4-2012

RMS C-TPAT under the Standard: Cargo Consolidators / Shipping Agents.

Scope: Cargo Consolidators in Lima, Peru.

Ha sido evaluada y aprobada con respecto a la Norma y Estándares BASC Versión 4-2012

RMS C-TPAT bajo el Estándar: Agente de Carga / Agente Marítimo.

Alcance: Agencia de Carga en Lima, Perú.

This certificate is subject to the achievement of the International Security Standards of World BASC Organization in accordance with the certified company.

Esta aprobación está sujeta al cumplimiento de los Estándares Internacionales de Seguridad de World BASC Organization, en acuerdo con la empresa certificada.

Certification / Certificación N° PERLIM00546 - 1 - 6

Issued/Expedición: 2018-10-31

Expires/Vencimiento: 2019-10-31

Fermin Cuza

Fermin Cuza
Presidente Internacional
World BASC Organization

Patricia Siles Álvarez

Patricia Siles Álvarez
Presidente Junta Directiva
BASC Perú

César Augusto Venegas Núñez

César Augusto Venegas Núñez
Director Ejecutivo
BASC Perú

Security Code WBO: 35114