

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA DE ECONOMÍA**



**ANÁLISIS DE VARIABLES ECONÓMICAS DETERMINANTES DE LA  
OFERTA EXPORTABLE DEL JUGO DE MARACUYÁ EN EL PERÚ  
PERIODO 2000 – 2016**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE:**

**ECONOMISTA**

**AUTOR**

**NICOLAS TORRES, MIGUEL ANGEL**

**Chiclayo, 24 de Setiembre del 2018**

**ANÁLISIS DE VARIABLES ECONÓMICAS  
DETERMINANTES DE LA OFERTA EXPORTABLE DEL  
JUGO DE MARACUYÁ EN EL PERÚ PERIODO 2000 – 2016**

PRESENTADA POR:

**NICOLAS TORRES, MIGUEL ANGEL**

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Católica Santo  
Toribio de Mogrovejo, para optar el Título de:

**ECONOMISTA**

APROBADA POR:

---

(Grado Académico, Nombre y Apellido)

Presidente de Jurado

---

(Grado Académico, Nombre y Apellido)

Secretaria de Jurado

---

(Grado Académico, Nombre y Apellido)

Vocal/Asesor de Jurado

## **Información General**

1. Facultad y Escuela: Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad. Escuela de Economía.
2. Título del Informe de tesis: Análisis de variables económicas determinantes de la oferta exportable del jugo de maracuyá en el periodo 2000-2016.
3. Autor(a): Miguel Angel Nicolas Torres.
4. Asesor(a):
5. Línea de investigación: Descriptiva
6. Fecha de presentación:

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto de investigación está dedicado a Dios, por la fortaleza y sabiduría puesta en mi persona e iluminar mi camino al poner a magnificas personas para la culminación del presente estudio.

A todas las personas que me apoyaron para su realización, desde mis familiares, profesores y asesor.

## **AGRADECIMIENTO**

Especialmente agradezco a Dios por la voluntad puesta en mí al no dejarme vencer ante los obstáculos.

También agradecer todo el apoyo y herramientas recibidas por mi Asesor y Docentes de la Universidad; gracias a estas personas y aportes llego a la culminación de mi proyecto de investigación.

## RESUMEN

La presente investigación busca analizar e identificar las variables económicas determinantes de la oferta exportable del jugo de maracuyá en el Perú del periodo 2000 – 2016 como propuesta de desarrollo para empresas exportadoras de dicho producto, debido a la falta de financiamiento en investigaciones profundas de los diferentes productos estrellas del Perú, y que los países a los que exportamos cada vez son más exigentes con los estándares de calidad de todos los productos hortofrutícolas donde se incluye al maracuyá, pues solo se cuenta con información básica de como es el comportamiento de productos en los mercados internacionales, mas no un análisis profundo de la oferta y demanda en todos los destinos de exportación.

En la presente investigación, se utiliza un modelo MCO para identificar la relación entre las variables independientes y dependiente, y cuan significativas son en relación a la variable explicada, así se obtendrá cual es la variable con mayor influencia en la variable predicha y por ende también se obtendrá que variable independiente es no significativa en el modelo, y a la vez hallar el índice propuesto por Balassa con el cual se desea cuantificar si Perú tiene ventaja comparativa en relación al mundo. Ejecutando el modelo MCO las variables explican con un 64.89% de ajuste que el modelo con respecto a la oferta exportable, la estimación de los parámetros de los precio unitario de EE.UU y Holanda, Costo de flete Estadounidense, competencia nacional, Índice de Balassa, muestran una relación directa entre dichas variables y Oferta exportable, en el caso del precio unitario de Puerto Rico muestra una relación directa pero a pesar de mostrarlo es un parámetro poco significativo para el modelo debido a que tiene el menor t-Satistic, esto se debe a que presenta un quiebre estacional a partir del dato 125 en adelante, para lograr que esta variable sea significativa se debe corregir mediante la estimación de precios con tendencia, con respecto a la variable del Tipo de cambio bancario muestra una relación inversa con respecto a la variable de oferta exportable.

Es de gran importancia resaltar que el mercado global en la actualidad impone exigencias en la calidad de un producto y el jugo de maracuyá no es la excepción pues es un producto constituido por pulpa de fruta finamente tamizada, agua potable, azúcar, ácido cítrico, preservante químico y estabilizador. Es por ello que en los mercados extranjeros se exige que deba recibir un tratamiento térmico adecuado que asegure su conservación en envases herméticos.

**PALABRAS CLAVES:** Oferta exportable, Modelo MCO, Hortofrutícolas.

## ABSTRACT

The objective of this research is analyze and identify the determinants of economic variables exportable juice passion fruit in Peru in the period of 2010-2016 for proposed development for companies exporting the product, also due to lack of financing for research of the different star products of Peru, and because the countries where we export demand more quality in all of hortofrutícolas products including passion fruit. Actually we only have basic information about the behavior of products in the international markets and not exact analyzes of offer and demand for all export destinations.

In this research, was used an MCO model to identify the relationship between the independent and depend variables, and how significant are related to the explained variable, In this way, I will get the variable with the greatest influence on the predicted variable, also I get that independent variable is not significant in the model, and also find the index proposed by Balassa with which desired to quantify if Peru has comparative advantage in relation to the world. Running the MCO model with variables explained 64.89% of the model fit over the exportable, the estimated parameter of the unit price of U.S.A and the Netherlands, American freight cost, national competition, Balassa Index; show a direct relationship between these variables and the exportable offer. In the case of unit price of Puerto Rico shows a direct relationship, however it is a insignificant parameter for the model, because it has the lowest t-Statistic, because it presents a seasonal break from the 125 hereinafter, to ensure that this variable will be significant must be corrected by estimating prices trend with respect to the variable of the bank exchange rate has an inverse relationship with respect to exportable variable.

On the other hand is very important to note that the global market currently imposes requirements on product quality and passion fruit juice is no exception because it is a product consisting of finely sifted fruit pulp, water, sugar, acid citric pursuivant chemical and stabilizer. In foreign markets requires that you should receive an appropriate heat treatment ensuring their preservation in airtight containers.

**KEYWORDS:** Exportable offer, Model MCO, hortofrutícolas.

# ÍNDICE

**Dedicatoria**

**Agradecimiento**

**Resumen**

**Abstract**

<b>I.</b>	<b>Introducción .....</b>	<b>12</b>
<b>II.</b>	<b>Marco teórico .....</b>	<b>15</b>
	2.1. Antecedentes.....	15
	2.2. Bases Teóricas – Científicas .....	17
<b>III.</b>	<b>Metodología .....</b>	<b>42</b>
	3.1. Diseño de Investigación .....	42
	3.2. Población, muestra de estudio y muestreo.....	42
	3.3. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	42
	3.4. Modelo de Regresión Simple.....	43
	3.5. Plan de procesamiento para el análisis de datos .....	45
<b>IV.</b>	<b>Resultados y Discusión .....</b>	<b>46</b>
	4.1. Modelo MCO.....	46
	4.2. Resultados.....	47
	4.3. Discusión.....	63
<b>V.</b>	<b>Conclusiones .....</b>	<b>64</b>
<b>VI.</b>	<b>Recomendaciones .....</b>	<b>66</b>
<b>VII.</b>	<b>Lista de referencias .....</b>	<b>67</b>
<b>VIII.</b>	<b>Anexos.....</b>	<b>69</b>
	Anexo 01: Panel fotográfico .....	69

<b>Anexo 02: Entrevistas .....</b>	<b>72</b>
<b>Anexo 03: Normas de presentación del informe de tesis.....</b>	<b>81</b>

## Índice de tablas

<b>Tabla 1. Productos sin éxito .....</b>	<b>18</b>
<b>Tabla 2. Productos de añoranza.....</b>	<b>18</b>
<b>Tabla 3. Productos de esperanza.....</b>	<b>19</b>
<b>Tabla 4. Productos de éxito .....</b>	<b>19</b>
<b>Tabla 5. Matriz de especialización .....</b>	<b>19</b>
<b>Tabla 6. Estimación de ecuación .....</b>	<b>47</b>

## Índice de figuras

<b>Figura 1. Relaciones de la demanda de exportaciones a largo plazo y la oferta .....</b>	<b>21</b>
<b>Figura 2. Índice de las ventajas comparativas reveladas modelo 1 .....</b>	<b>28</b>
<b>Figura 3. Índice de las ventajas comparativas reveladas modelo 2 .....</b>	<b>29</b>
<b>Figura 4. VCE Y VCI.....</b>	<b>29</b>
<b>Figura 5. Curva de oferta.....</b>	<b>31</b>
<b>Figura 6. Modelo económico de oferta exportable .....</b>	<b>33</b>
<b>Figura 7. Modelo econométrico de regresión simple.....</b>	<b>38</b>
<b>Figura 8. Índice propuesto por Balassa .....</b>	<b>39</b>
<b>Figura 9. Oferta exportable del jugo de maracuyá periodo 2000 - 2016 .....</b>	<b>48</b>
<b>Figura 10. Precio unitario del jugo de maracuyá en EE.UU periodo 2000 – 2016.....</b>	<b>49</b>
<b>Figura 11. Precio unitario del jugo de maracuyá en Puerto Rico periodo 2000 – 2016...50</b>	
<b>Figura 12. Precio unitario del jugo de maracuyá en Holanda periodo 2000 – 2016 .....</b>	<b>51</b>
<b>Figura 13. Tipo de cambio bancario del periodo 2000 - 2016.....</b>	<b>52</b>
<b>Figura 14. Comportamiento del costo del flete por las exportaciones de jugo de maracuyá periodo 2000 – 2011.....</b>	<b>53</b>
<b>Figura 15. Índice de balassa del Perú respecto al producto jugo de maracuyá periodo 2000 – 2016.....</b>	<b>54</b>
<b>Figura 16. Comportamiento de la oferta exportable de jugo de maracuyá de una empresa peruana AIB periodo 2000 – 2016.....</b>	<b>55</b>
<b>Figura 17. Precio unitario de Estados Unidos con respecto a la oferta exportable del jugo de maracuyá en el periodo del año 2000 – 2016 .....</b>	<b>56</b>
<b>Figura 18. Precio unitario de Holanda con respecto a la oferta exportable del jugo de maracuyá en el periodo 2000 – 2016.....</b>	<b>57</b>
<b>Figura 19. Precio unitario de Puerto Rico con respecto a la oferta exportable del jugo de maracuyá en el periodo del año 2000 – 2016 .....</b>	<b>58</b>
<b>Figura 20. Tipo de cambio bancario con respecto a la oferta exportable del jugo de maracuyá en el periodo del año 2000 - 2016.....</b>	<b>59</b>
<b>Figura 21. Índice de Balassa con respecto a la oferta exportable del jugo de maracuyá en el periodo del año 2000 – 2016 .....</b>	<b>60</b>
<b>Figura 22. Costo del flete estadounidense con respecto a la oferta exportable del jugo de maracuyá en el periodo del año 2000 – 2016 .....</b>	<b>61</b>
<b>Figura 23. Oferta exportable de jugo de maracuyá de una empresa peruana AIB con respecto a la oferta exportable del jugo de maracuyá en el periodo del año 2000 -2016 .62</b>	

## I. Introducción

En los últimos años, el grado de evolución de la exportación de maracuyá en Lambayeque ha ido creciendo, sus exportaciones crecieron 103.8% en valor hasta US\$ 15.8 millones y 87.6% en volumen en el año 2009. (MAXIMIXE 2010)

La oferta exportable del jugo de maracuyá en el Perú, pueden ser determinados por diversos factores económicos, como tales son el precio en valor fob, flete, competencia, entre otros factores que intervienen para realizar su exportación a sus lugares de destino.

Las exportaciones de productos nacionales, como es el jugo de maracuyá, hacia el exterior, cada vez deben someterse a obstáculos con relación a las barreras que establecen países de destino de exportación como son: calidad del producto ingresado, llámense controles de calidad, de color, de plaguicidas, de peso, niveles de azúcar y otros. Los mercados como el Norte Americano y los pertenecientes a la Unión Europea establecen cada vez más barreras rigurosas en cuanto a las características que deben cumplir los alimentos que se desean ingresar.

Pero no solo se mide la calidad de la fruta, sino también los procesos externos a los cuales es sometido y además las condiciones de higiene en las que se desenvuelven quienes están a cargo de su manipulación y proceso. Justo por esas nuevas exigencias se hace imperiosa la búsqueda de tecnologías para aplicarlas en el procesamiento de las frutas de exportación, para que estas sean una de las garantías de calidad que distingan a las empresas nacionales y así lograr poner la mayor cantidad de sus productos en los mercados internacionales, incluido el Norte Americano, que es otro de los que posee las más exigentes normas, sobre todo a lo referente a la higiene en la manipulación de estos. Y para lograr vender más es necesario aplicar lo mejor que ofrece la modernidad.

Ahora nuestra problemática está centrada en:

¿Cuáles son las variables económicas determinantes de la oferta exportable del jugo de maracuyá en el Perú del periodo 2000 – 2016?

Como hipótesis afirmamos que las variables económicas determinantes de la oferta exportable del jugo de maracuyá en el Perú del periodo 2000 – 2016, son el precio unitario en valor FOB de los principales países a donde el Perú exporta, los cuales son Estados Unidos, Puerto Rico y Holanda; volumen exportable, competencia nacional,

tipo de cambio nominal, índice propuesto por Balassa y el flete. Por lo que se espera identificar las variables con mayor influencia en la oferta exportable, de esta manera presentar una propuesta para el exportador lo cual le permitirá tener un panorama a corto y largo plazo para medir la cantidad a exportar en un periodo de tiempo determinado.

Con esta hipótesis se proyecta llegar a nuestro objetivo general el cual es identificar las variables económicas determinantes de la oferta exportable del jugo de maracuyá en el Perú. Entre los objetivos específicos se identificará el comportamiento del precio y volumen de exportación del jugo de maracuyá en el Perú del periodo 2000 – 2016 y se determinará el índice de Balassa aplicado para el Perú en relación al jugo de maracuyá del periodo 2000 – 2016.

La presente investigación servirá de aporte para instituciones nacionales e internacionales que fomentan el comercio exterior dando a conocer las variables que se deben manejar para incentivar la producción, la competitividad de las empresas a nivel nacional y puedan acceder a los mercados internacionales.

Así mismo esta investigación permitirá aportar datos a las empresas peruanas del sector exportador de jugo de maracuyá, ya que servirá de apoyo para realizar una mejor toma de decisiones al momento de invertir en la comercialización del producto y tener un enfoque claro de cómo se comportara la oferta y la demanda futura dentro del mercado nacional e internacional, pues se tiene claro que es un producto rico por sus favorables condiciones climáticas y con miras a un mercado internacional ya establecido las cuales han tenido temporadas ascendentes durante la última década.

Teniendo en cuenta que existen modelos de organización de la oferta exportable de otros productos, más no del producto que tratamos en esta investigación. Existe una falta de investigación genética, así como de mejores métodos de conservación y procesamiento. Es importante recalcar que solo mediante informes o boletines que proporcionan las diferentes entidades ligadas a este sector agrícola, se tiene información de cómo es el comportamiento de este producto, mas no se realiza una investigación profunda para identificar los factores determinantes de la oferta exportable.

Con esta investigación podemos sentar la base para muchos otros estudios con lo que con respecta a la oferta exportable del jugo de maracuyá y otros productos agrícolas de la región y el país, debido a la falta de investigaciones y financiamiento para el mismo,

apropiada para el caso peruano y mucho menos para la región Lambayeque, sólo información adaptada de investigaciones realizadas para otros productos u otros estudios con información básica pero no profundizada.

Resulta importante identificar las variables económicas determinantes de la oferta exportable del jugo de maracuyá en el Perú, pues de esta manera se presenta una propuesta de desarrollo de la cadena productiva y comercializadora orientada al mercado internacional y de esta manera realizar una mejor toma de decisiones en la comercialización del producto y saber actuar ante malestares que se presenten en algunos de los factores que influyen en la oferta exportable del producto ya mencionado.

## II. Marco teórico

### 2.1. Antecedentes

Según Gómez M., Gómez L. y Schwentesius (1995), en su estudio La Producción y el Mercado Mundial del Maracuyá, mencionan que el maracuyá en Perú comienza a producir entre los 7 a 12 meses después de la siembra, dependiendo de la zona de producción y la temperatura presentada. El periodo de cosecha es diverso, en el caso de la costa norte esta ocurre todo el año; mientras que en la costa central ocurre solo de 6 a 8 meses en el año. Los rendimientos varían dependiendo del lugar, sistema de cultivo y año de producción, así en la costa central, el primer año es posible obtener 15T, para el segundo y tercer año 30T, mientras que en el cuarto es de 25T. En el caso de la zona Ceja de Selva los rendimientos son menores, teniendo así 13 toneladas en el primer año, 15 y 12 toneladas en el segundo y tercer año sin existir un cuarto año de producción ya que los rendimientos son muy bajos, siendo necesario cambiar la plantación.

De acuerdo con el autor, con la información que proporciona se debe tomar en cuenta que la recolección de la cosecha se realiza una o dos veces por semanas aunque en periodo de lluvias se realiza más frecuente para evitar pudrición y pérdida de peso del fruto. Es por ello que si se desea sembrar en mayor proporción este cultivo dentro de la Ceja de selva, se debe realizar investigaciones previas de cómo se comportara dicho cultivo en estas tierras considerando que en este sector del país, llueve con mucha frecuencia y si en caso no es factible realizar más siembras en esta localidad, ver que sectores pueden estar acondicionados para la siembra de maracuyá.

Las exportaciones de productos nacionales, especialmente hortofrutícolas, donde se incluye la maracuyá, hacia los diversos mercados extranjeros cada vez deben sortear numerosos obstáculos con relación a la calidad del producto ingresado, llámense controles de calidad, de color, de plaguicidas, de peso, de niveles de azúcar y otros. Mercados como el Norte Americano y los pertenecientes a la Unión Europea, son cada vez más rigurosas en cuanto a las características que deben cumplir los alimentos que se desean ingresar. Pero no solo se mide la calidad intrínseca de la fruta, sino también los procesos a los cuales es sometido y además las condiciones de higiene en las que se desenvuelven quienes están encargados de manipularla y procesarla. (Malca 2000)

Acorde con lo que menciona el autor, en la actualidad los mercados extranjeros piden nuevas exigencias las cuales son necesarias la demanda de nuevas tecnologías para ser aplicadas en el procesamiento de las frutas de exportación y de esta manera sean una garantía de calidad con la cual se distingan a las empresas nacionales, y así lograr poner la mayor cantidad de productos en mercados internacionales, incluido el Norte Americano, que es uno de los sectores que posee las más exigentes normas, sobre todo a lo referente a la higiene en la manipulación del producto. Y para lograr vender más es necesario aplicar lo mejor que ofrece la modernidad.

MAXIMIXE (Consultoría Económica) menciona en un informe presentado en el primer semestre del 2010 que las exportaciones del jugo de maracuyá crecieron 103.8% en valor hasta US\$ 15.8 millones y 87.6% en volumen. El fuerte crecimiento de las exportaciones de jugo de maracuyá esta explicado por la mayor demanda de EE.UU (220.3% de crec. En el volumen exportado en el primer semestre del 2010), Holanda (124.9% de crec.), Chile (120.2%), Sudáfrica (100.0%) y Puerto Rico (8.9%), cabe mencionar que Holanda es el principal mercado y concentro el 77.4% de la oferta exportable peruana del producto.

Según el AMPEX en el boletín informativo estadístico presentado en el periodo Enero – Marzo del 2011, menciona que se registraron un valor FOB de US\$ 3.6 millones, con un volumen aproximado a 1,130 TM. En el período analizado el mes con mayores ventas fue Enero, con envíos FOB por US\$ 1.3 millones (456 TM), mientras que el mes con el menor número de envíos fue Febrero, con envíos superiores a US\$ 1 millón en 329 TM. La variación en el período Enero – Marzo fue negativa en 29% dado que en 2010 el valor total exportado fue de US\$ 5.1 millones a comparación del 2011 que disminuyó a US\$ 3.6 millones. Pese a ello, el volumen total exportado en el mismo período mostró un aumento del 30%, pasando de 867.7 TM en 2010 a 1,130 TM en 2011.

Con la información presentada se percibe que en valor total exportado hubo una decaída de un 29% a comparación del año anterior, sin embargo también cabe resaltar que el volumen exportado fue mayor al periodo pasado, tomando en cuenta que de las empresas exportadoras de jugo maracuyá la que tiene mayor participación en un 54% en envió es Quicornac S.A.C. con lo cual las otras empresas exportadoras deben aumentar su oferta exportable y tener mayor participación dentro del mercado

internacional para así abrirse más fronteras dentro del mismo y obtener mayores beneficios en general.

En un informe presentado por PROMPERÚ (2008), acerca del perfil del producto en el mercado de Estados Unidos donde da a conocer la producción de nuestro país en el departamento de Lambayeque, en el distrito de Olmos, donde existen alrededor de mil hectáreas de plantaciones de maracuyá. Se estima que estas incrementarían a tres mil hectáreas, lo cual permitirá abastecer a una planta de procesamiento que se construyó como resultado de una inversión Ecuatoriana – Colombiana, la cual asciende a medio millón de dólares. En el 2008, las exportaciones de jugo de maracuyá hacia Estados Unidos sumaron US\$ 0.6 millones, lo que significó un descenso de 10.7% respecto al año anterior. Este descenso estuvo asociado a la caída del consumo que afectó al mercado norteamericano durante el año mencionado. Cabe indicar que durante enero – octubre del 2009, los envíos hacia Estados Unidos sumaron US\$ 0.9 millones, lo que significó un incremento de 57.1% respecto al mismo periodo del año anterior. Esto como resultado de mejores precios en el mercado dado que los volúmenes exportados durante dicho periodo fueron menores a los registrados en 2008.

## **2.2. Bases Teóricas – Científicas**

### **2.2.1. Modelo de determinación de la Oferta Exportable**

En la ciudad de Ancash se realizó un modelo para determinar la oferta exportable de la localidad, el cual consistió en la elaboración de un Catálogo de oferta exportable de la región donde se analiza y determina los principales productos con viabilidad de exportación de acuerdo con la información técnica y estadística disponible. A través de un análisis de la información técnica y estadística disponible se ha determinado la oferta exportable con viabilidad de exportación de la región, así como la matriz de especialización, identificando cuatro categorías: productos de éxito, productos de esperanza, productos de añoranza y productos sin éxito.

El modelo se trabajó por medio de un Índice de Ventajas Comparativas Reveladas Dinámicas (VCRD). En el cual este indicador se calculó relacionando el Coeficiente de Especialización exportadora de un año determinado, con respecto al

del año anterior en términos porcentuales, y muestra la ganancia, pérdida o mantenimiento de las ventajas comparativas.

Así mismo para el mejor análisis de la competitividad de un producto se combinarán los coeficientes de Especialización Exportadora y los índices de Ventajas Comparativas Reveladas Dinámicas obteniéndose una Matriz de Especialización con la siguiente categorización:

Productos sin éxito. Productos los cuales no están aptos para exportación.

Tabla 1.

*Productos sin éxito*

<b>Agropecuario</b>	Azúcar, flores frescas, verduras frescas, frijolito fresco y cebolla fresca.
<b>Minería</b>	Molibdeno y oro.
<b>Pesca</b>	Conservas de pescado, mariscos congelados (puede llegar a ser considerado un producto esperanza), calamar y pota congelada.
<b>Manufactura No Primaria</b>	Maquinarias y equipos, muebles y adornos de madera, derivados de metal (puede llegar a ser considerado un producto de esperanza).

*Fuente: Zúñiga, 2008*

- a. Productos de añoranza. Productos que tienen la posibilidad de ser considerados como productos de esperanza.

Tabla 2.

*Productos de añoranza*

<b>Agropecuario</b>	Arvejas frescas (puede llegar a ser considerado un producto de esperanza).
<b>Pesca</b>	Harina de pescado, conchas de abanico.
<b>Manufactura no Primaria</b>	Productos siderúrgicos.

*Fuente: Zúñiga, 2008*

- b. Productos de Esperanza. Productos que con mayor potencialidad en su producción estarían aptos para la exportación.

Tabla 3.

*Productos de esperanza*

<b>Agropecuario</b>	Espárragos congelados, lechugas frescas, mango fresco y congelado, oleorina de Marigold, camote, limón fresco (pueden llegar a ser considerados productos de éxito).
<b>Minería</b>	Zinc (puede llegar a ser considerado un producto de éxito)
<b>Pesca</b>	Aceite de pescado

Fuente: Zúñiga, 2008

- c. Productos de Éxito. Productos aptos para exportación, con gran acogida en los mercados internacionales.

Tabla 4.

*Productos de éxito*

<b>Agropecuario</b>	Paprika, Tara, Espárragos frescos
<b>Minería</b>	Cobre
<b>Pesca</b>	Pescado congelado, preparaciones y conservas.

Fuente: Zúñiga, 2008

La matriz de Especialización puede ilustrarse de la siguiente forma:

Tabla 5.

*Matriz de especialización*

	<b>CEE &lt; 20%</b>	<b>CEE &gt; 20%</b>
<b>VCRD &lt; 10%</b>	Producto sin Éxito	Producto de Añoranza
<b>VCRD &gt; 10%</b>	Producto de Esperanza	Producto de Éxito

Fuente: Zúñiga, 2008

El resultado de esta evaluación es presentado como cartera de productos potenciales de exportación. En este sentido, la oferta exportable de la región Ancash deberá estar compuesta de los productos de éxito y esperanza. Fuente: Estudio para la elaboración de un catálogo para la oferta exportable de Ancash. (Zúñiga 2008)

### **2.2.2. Modelo Conceptual: Un modelo integrador de la influencia de las variables del entorno externo**

Este modelo es aplicado en Brasil con la intención de determinar la oferta exportable aplicada a 389 empresas manufactureras, fueron 11 los indicadores escogidos inicialmente para representar los tres aspectos económicos; entre las variables que se encuentran en dichos grupos tenemos a la distancia, ventaja comparativa, barreras en los países, tamaño de la empresa, precios, grado de internacionalización entre otros.

El modelo consiste en el cruce de variables en 7 modelos distintos de análisis, como son el análisis factorial exploratorio y discusión conceptual.

El modelo explica el 76,6% de la varianza de los ingresos por exportaciones y el 40,1% de la varianza de la rentabilidad de las exportaciones. Sin embargo, dada la multi-colinealidad entre las dos dimensiones del desempeño de las exportaciones y entre las dos variables explicativas (estado de la actividad exportadora y la sistematización de la planificación de las exportaciones), así como la alta correlación entre los indicadores, la distancia psíquica y los indicadores del nivel de desarrollo deben de ser revisadas cuidadosamente.

La rentabilidad de las exportaciones mostro una fuerte asociación positiva con la sistematización de la planificación de las exportaciones y una moderada asociación negativa con la distancia psíquica y con barreras en el país anfitrión. Contrariamente a lo esperado, la distancia de negocio no mostro ningún efecto significativo en los ingresos de exportación o de la rentabilidad. (Carneiro 2011)

### **2.2.3. Modelo de Panel de datos: Estimaciones de la oferta y la demanda**

Este modelo fue aplicado en Sudáfrica con el fin de determinar la oferta exportable de las empresas manufacturera, para esto se construyó un panel de datos de 28 sectores de fabricación, durante un periodo de 1970 – 2002.

Para investigar los factores determinantes de las exportaciones de las empresas manufactureras de Sudáfrica, se realizaron estimaciones de la demanda de exportación y las relaciones de suministro utilizando un panel de datos de las

industrias. El análisis de extiende el trabajo empírico existente en Sudáfrica, de dos maneras.

En primer lugar, una especificación más completa donde se estima la relación de la oferta exportable y en segundo lugar, hay el carácter endógeno de los volúmenes de exportación y los precios de exportación en donde se debe de tener cuidado.

Se usó una variante del modelo de sustitución imperfecta; este modelo se representa como un sistema de ecuaciones de oferta de exportaciones y la demanda de exportaciones, que en la práctica al mismo tiempo determina los precios de exportación y la cantidad.

La demanda de exportaciones a largo plazo y la oferta, las relaciones están dada por las siguientes estructuras:

$$X^d = \delta_0 - \delta_1 P_x + \delta_2 e + \delta_3 P^* + \delta_4 Y^*, \delta_1 > 0$$

$$X^s = \delta_0 + \delta_1 P_x - \delta_2 P + \delta_3 C + \Psi Z, \alpha_1 > 0$$

*Figura 1.* Relaciones de la demanda de exportaciones a largo plazo y la oferta

Fuente: Lawrence & Phil, 2005

Donde (todas las variables están en logaritmos):

X= el volumen de las exportaciones

Y\*= Ingreso de divisas de los precios reales internos extranjeros

P\*= Precio interno extranjero

Px= Precio interno de las exportaciones nacionales y extranjera

P= Índice de precios interno

C= Costo de variable nominal

Z= Vector de otras variables que influyen en la oferta exportable.

El estudio concluye con que la demanda de exportaciones extranjeras en términos de acceso al mercado no es un obstáculo para el crecimiento de las exportaciones. Para sus exportaciones Sudáfrica en la mayoría de las empresas manufactureras se guían del precio en el mercado internacional y se enfrentan a una demanda sin fin para sus productos. (Lawrence and Phil 2005)

#### **2.2.4. Fichas de Requisitos Técnicos de Acceso al mercado de EE.UU.**

El néctar de maracuyá es un producto constituido por pulpa de fruta finamente tamizada, agua potable, azúcar, ácido cítrico, preservante químico y estabilizador. Además, el néctar debe recibir un tratamiento térmico adecuado que asegure su conservación en envases herméticos (RTA 2009)

Todos los productos alimenticios que se comercializan en los EE.UU. deben cumplir con los patrones de salud y seguridad de los alimentos establecidos bajo la Ley Federal de Alimentos, Drogas y Cosméticos (Federal Food, Drug, and Cosmetic Act - FD&C Act). En EE.UU., la normativa relacionada con la importación de productos agroindustriales procesados no se encuentra centralizada en una sola entidad sino en diferentes organismos

Los productos que ingresan a EE.UU. son generalmente inspeccionados a su arribo al puerto. Los pasos que la autoridad sanitaria realiza al ingreso de los alimentos están regulados por la Food and Drug Administration (FDA) y puede considerar realizar un examen físico, un examen en el muelle, o un examen de muestras. La decisión sobre coleccionar una muestra y enviarla al laboratorio para confirmar que el producto cumple con la Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos (FD&C) está basada en la naturaleza del producto, las prioridades del FDA y la historia previa del producto.

##### **A. Requisitos físicos, químicos, microbiológicos y sensoriales**

No existen requisitos físicos, químicos, microbiológicos ni sensoriales obligatorios para el ingreso del néctar de maracuyá a los Estados Unidos. Los requisitos que debe cumplir el producto se basarán en lo indicado en el contrato o solicitud de compra.

Sin embargo, se pueden considerar los requisitos especificados por el Codex Alimentarius en la “Norma general para Zumos (Jugos) y Néctares de Frutas”, los cuales se indican a continuación:

Los zumos (jugos) y néctares de frutas deberán tener el color, aroma y sabor característicos del zumo (jugo) del mismo tipo de fruta de la que proceden.

También tienen que acogerse al nivel mínimo de grados brix para zumo (jugo) reconstituido y puré reconstituido y contenido mínimo de zumo (jugo) y/o puré en néctares de fruta (% v/v) a 20.

## **B. Requisitos relativos a colorantes, aditivos, acidificación y control del permiso de emergencia**

### Colorantes

Los colores permitidos para ser utilizados en los alimentos se clasifican como certificados y exentos de certificación. Los colorantes certificados son colores artificiales, manufacturados sintéticamente, por lo que cada lote debe ser ensayado por el fabricante y la FDA para estar seguros de que reúnen las reglas y especificaciones de pureza. Los colorantes exentos de certificación, incluyen los pigmentos derivados de fuentes naturales tales como vegetales, minerales o animales. La mayor parte de los colores exentos de certificación también deben cumplir con ciertas normas legales de discernimiento de especificaciones y pureza.

### Aditivos

Si una sustancia es añadida a un alimento con un propósito específico, por ejemplo saborizantes, es considerada un aditivo directo. Muchos aditivos directos son identificados en la etiqueta de ingredientes de los alimentos.

## **C. Buenas prácticas de manufactura**

Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM por sus siglas en español o GMP por las siglas en inglés de “Good Manufacturing Practices”) establecen condiciones básicas y actividades necesarias para mantener un ambiente higiénico durante la

producción, manipulación y provisión, con el fin de preparar alimentos inocuos para el consumo humano.

FDA le exige a los procesadores de alimentos, tanto locales como a aquellos que deseen exportar sus productos al mercado de los EE.UU., que apliquen BPM.

#### **D. Sistema de análisis de peligros y de puntos de control crítico (HACCP)**

Actualmente, el Sistema de HACCP es obligatorio sólo para productos hidrobiológicos para jugos que se fabrican y comercializan en los EE.UU.

En el Perú, la séptima disposición complementaria del D.S 007-98 establece que el plazo establecido para los fabricantes de alimentos y bebidas para elaborar su plan HACCP no es de aplicación a la pequeña y a la microempresa alimentaria actualmente.

#### **Ley contra el Bioterrorismo**

La Ley contra el Bioterrorismo comenzó a regir en los EE.UU. a partir del 2003 y se encuentra destinada a proteger la producción, distribución y venta de alimentos de origen norteamericano e importado, en contra de posibles atentados terroristas. El procedimiento para la aplicación de la presente Ley considera las siguientes etapas:

- a. Registro de instalaciones alimenticias
- b. Notificación previa de alimentos importados
- c. Detención administrativa
- d. Norma final de establecimiento y mantenimiento de registros

#### **2.2.5. Requisitos Sanitarios. Guía de exportación de alimentos a la UE**

La Guía de exportación de alimentos a la Unión Europea. Requisitos Sanitarios es una herramienta que facilitará a los exportadores y potenciales exportadores el ingreso de sus productos a la mayor comunidad comercial del mundo donde se han visto parámetros de etiquetado, empaquetado y envasado, pesticidas,

contaminantes, normas específicas como alimentos transgénicos, alimentos nuevos (novel foods), alimentos orgánicos, entre otros. (PROMPERU 2009)

#### Requisitos generales

La norma de etiquetado de Estados Unidos no es la misma que su similar de la Unión Europea. Las disposiciones generales de etiquetado, la presentación y publicidad de los productos alimenticios comercializados en la UE se establecen en la directiva del Parlamento Europeo y en la

Directiva 2000/13/EC del Consejo. No solo se aplica a los productos alimenticios destinados a la venta para el consumidor final, sino también para proveer a los restaurantes, hospitales y colectividades similares

#### Información obligatoria

- ✓ El nombre con el cual se vende el producto.
- ✓ La lista de los ingredientes, en orden descendente por peso.

Las excepciones importantes incluyen la adición de agua en los alimentos reconstituyentes para los concentrados; y el queso, que tiene reglas especiales. Los siguientes ingredientes requieren de una determinada declaración en la etiqueta: los alimentos transgénicos, los gases empaçados, los edulcorantes, el aspartame y los polioles, la cafeína y la quinina, los fitoesteroles y fitoestanoles, y el regaliz (*Glycyrrhiza glabra*).

#### Aditivos

Estas se deben designar por el nombre de su categoría, seguido de su nombre específico o el número EEC. Las categorías son las siguientes: color, preservantes, anti-oxidantes, emulsificantes, espesantes, agentes gelificantes, estabilizadores, potenciadores de sabor, ácidos, reguladores de acidez, agentes antiaglomerantes, almidones modificados, edulcorantes, levaduras, agentes antiespuma, agentes de glaseado, sales emulsificantes, agentes de tratamiento de la harina, agentes afirmantes, humectantes, aglutinante, gas propelente.

### Saborizantes

En un primer intento de armonizar el uso de los saborizantes en la UE, la Comisión Europea recopiló un registro de todas las sustancias saborizantes autorizadas en sus diferentes países miembros. Las sustancias que están sujetas a medidas restrictivas o prohibitivas en ciertos países asociados tienen que estar marcadas.

### Pesticidas

El marketing y el uso de los productos fitosanitarios se encuentra regulado por la Directiva 91/414/EEC del Consejo. Esta Directiva define una lista de sustancias activas, que han sido revisadas y solo pueden ser usadas en productos fitosanitarios en la UE. Las iniciativas legislativas sobre el uso de pesticidas, que están siendo armonizadas con las leyes nacionales de cada país miembro, han causado una drástica reducción del número de sustancias activas y de sus límites máximos de residuos (LMRs).

### Transgénicos (alimentos genéticamente modificados)

Todos los productos alimenticios que contengan transgénicos (producidos de alimentos o ingredientes genéticamente modificados) deben estar etiquetados aún si ellos ya no tuvieran rastros transgénicos detectables. El nivel presente permitido de adventicio para las variedades de transgénicos aprobadas por la Unión Europea es 0.9%. Por encima de este nivel, todos los productos deben estar etiquetados. La norma provisional que permitió un nivel de presencia de adventicio del 0.5% para las variedades de alimentos genéticamente modificados, que recibieron una evaluación de riesgo positivo de la UE pero que no fue aprobada formalmente, venció en abril de 2007.

### Alimentos Nuevos (Novel Foods)

La Regulación 258/97 sobre los Alimentos Nuevos (Novel Foods) regula la autorización de los nuevos alimentos y nuevos ingredientes alimenticios, incluyendo aquellos que contengan o deriven de transgénicos. Se define a los Alimentos Nuevos como los alimentos o ingredientes alimenticios que no han sido usados en un grado importante en la Unión Europea, antes del 15 de mayo de 1997.

La nueva legislación sobre los alimentos transgénicos brinda la posibilidad de regular sus autorizaciones y de rastrear a los nuevos alimentos e ingredientes alimenticios que contengan en su composición o se deriven de transgénicos. La pre-aprobación del mercado de los nuevos alimentos no transgénicos continuará siendo controlado por el Parlamento Europeo y la Regulación 258/97 del Consejo.

Las categorías de no transgénicos de los nuevos productos depende de la naturaleza de los alimentos o sus ingredientes:

Con una nueva estructura molecular modificada intencionalmente.

Aquellos que han sido aislados de microorganismos, hongos o algas.

Aquellos que han sido aislados de plantas o animales, con excepción de los alimentos e ingredientes obtenidos mediante reproducción tradicional con una historia de uso seguro.

Aquellos en los cuales su proceso de producción no se haya usado aplicado en la actualidad, y en donde ese proceso cambie la composición o estructura de los alimentos o ingredientes de manera significativa.

#### **2.2.6. Modelo de Ventaja Comparativa Revelada**

En el presente estudio (Heredia 2010), se analiza la competitividad del Espárrago peruana entre el periodo 1980 a 2007. En el cual se calcula el índice de ventaja comparativa revelada en función del tiempo por medio del índice de Balassa y un modelo estructural de la ventaja comparativa y la ecuación de gravedad.

Los resultados muestran con respecto a los modelos utilizado los siguientes datos:

Ventaja Comparativa Revelada, modelos 1 y 2

## Modelo 1

El índice de las ventajas comparativas reveladas que propone Balassa para este modelo es el siguiente:

$$IVCR = \left( \frac{X_a^i}{X_w^i} \right) / \left( \frac{X_a^t}{X_w^t} \right)$$

Figura 2. Índice de las ventajas comparativas reveladas modelo 1

Fuente: Balassa

Dónde:

X: Representa las exportaciones.

i = Un producto identificado por su código arancelario.

a = El país sujeto de análisis.

t = Total de productos exportados por dicho país.

w = Un conjunto de países, siendo generalmente utilizado el mundo.

Por lo tanto:

$X_a^i$  = Las exportaciones de un producto (i) por parte del país (a).

$X_w^i$  = Las exportaciones de un producto (i) por parte del mundo (w).

$X_a^t$  = Las exportaciones totales (t) por parte del país (a).

$X_w^t$  = Total de exportaciones totales (t) por parte del mundo (w)

Modelo 2:

El índice de las ventajas comparativas reveladas (VCR) es el siguiente:

$$VCR_a^i = VCE_a^i - VCI_a^i$$

*Figura 3.* Índice de las ventajas comparativas reveladas modelo 2

Fuente: Balassa

Donde VCE es la ventaja comparativa revelada de las exportaciones y VCI es la ventaja comparativa de las importaciones:

$$VCE_a^i = \ln[(X_a^i/X_n^i)/(X_a^r/X_n^r)]$$

$$VCI_a^i = \ln[(M_a^i/M_n^i)/(M_a^r/M_n^r)]$$

*Figura 4.* VCE Y VCI

Fuente: Balassa

Donde X y M son las exportaciones e importaciones respectivamente; la r se refiere al mundo menos el país en análisis, mientras que la n se refiere al comercio de todas las mercancías menos la mercancía a.

### 2.2.7. Modelo Económico

En un artículo presentado en el año 2011 del instituto del FMI por un economista acerca de economía moderna se menciona que un modelo económico es una descripción simplificada de la realidad, concebido para ofrecer hipótesis sobre conductas económicas que pueden comprobarse. Una de sus características importantes es su diseño necesariamente subjetivo, ya que no existen mediciones

objetivas de los resultados económicos; en general los modelos económicos pueden ser teóricos o empíricos, los teóricos buscan implicaciones verificables sobre el comportamiento económico bajo el supuesto de que los agentes maximizan objetivos específicos sometidos a restricciones bien definidas en el modelo, en cambio, los modelos empíricos tratan de verificar las predicciones cualitativas de los modelos teóricos y transformarlas en resultados precisos y numéricos. (Ouliaris 2011)

Un modelo económico explica por medio de la investigación a través de estadística u otras herramientas para presentar una propuesta ante un problema en la realidad, la cual se realiza con el fin de presentar un resultado comprobado previamente para ser aplicado y dar soluciones ante una situación.

Es una teoría que representa el proceso económico bajo determinadas variables y estableciendo una secuencia lógica, de eso se espera que resulte un proceso bajo condiciones ideales; estos se desarrollan bajo suposiciones y técnicas matemáticas que permiten saber cómo responderá la economía ante un escenario determinado, sin embargo se debe de tomar en cuenta que son idealizados y por lo tanto todos los resultados obtenidos no va a ser la respuesta esperada.

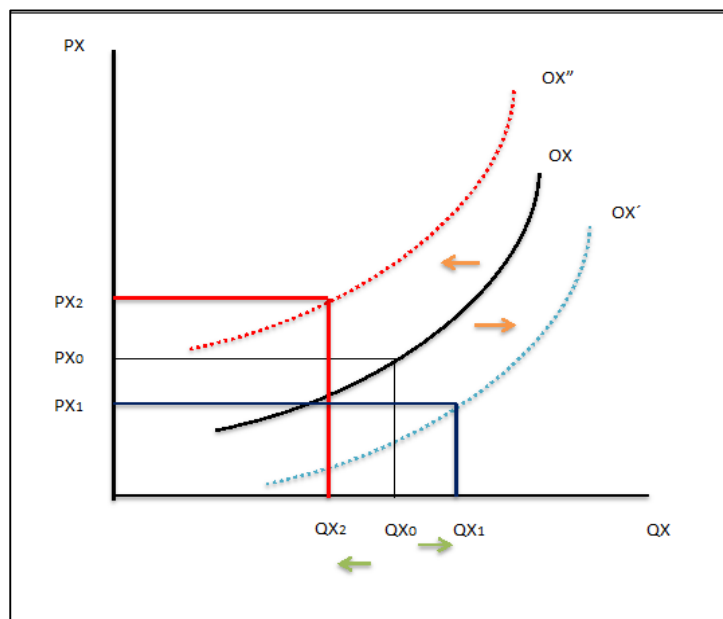
Entre los tipos de modelos económicos que podemos señalar están los siguientes:

**Cuantitativos.** Son aquellos modelos económicos en donde se utiliza variables económicas basadas en datos estadísticos los cuales permiten apoyarse en ellos para obtener una hipótesis.

**Cualitativos.** Son todos aquellos modelos económicos que están basadas en la teoría económica, y no utilizan estadística para realizar supuestos.

Existen muchos países que utilizan modelos económicos con el fin de salir de crisis o tal vez para surgir en su economía, teniendo en cuenta antecedentes de modelos económicos con el fin de no recaer con los errores que se tuvieron.

Un modelo económico de oferta expresado en un diagrama a través de la curva de oferta utilizando las variables económicas bases ante un aumento o disminución, que influencia repercute dentro de la oferta económica se puede mostrar de la siguiente manera:



*Figura 5. Curva de oferta*

Fuente: Elaboración propia

$$Ox = f(Px, \text{Costos de Producción}, \text{Tecnología}, \text{Clima}, \text{etc})$$

Cuando los precios suben:

Ante un aumento en los costos de producción el precio aumentara debido a que también aumentaron los precios de los insumos que implican la elaboración del producto final por lo cual puede traer consigo que no se pueda ofertar la misma cantidad es por ello que la curva de oferta se desplaza hacia la izquierda (O'') y por lo tanto la tendencia es a que se reduzca la cantidad ofertada.

Ante un cambio en el clima y este perjudique la producción, se dañaría la cantidad que se pretende ofertar es por ello que en el grafico se percibe que la curva de oferta se desplace hacia la izquierda (O'') debido a que se echa a perder ante cambios climáticos por lo cual habrá escasez del producto y traerá consigo que los precios aumenten y por lo mencionado anteriormente la cantidad en el mercado se reducirá.

Cuando los precios bajan:

Ante una reducción en los costos de producción la tendencia del precio es hacia la baja debido a que se podrá comprar más insumos para la elaboración de productos por ende también se podrán elaborar más cantidad de productos es por ello que la producción aumentara y al haber mayor demanda en el mercado los precios tienden a reducirse es por ello que se percibe que la curva de la oferta se desplaza hacia la derecha ( $O^{\wedge}$ ).

Ante la compra de maquinaria tecnológica para la elaboración de los productos esto permitirá que la calidad aumente y el proceso de producción sea más eficiente y rápido por lo cual la cantidad producida aumentara, es por ello que se tienden a reducir el precio del producto como se puede percibir en el grafico la curva de oferta se desplaza hacia la derecha ( $O^{\wedge}$ ).

#### **2.2.8. Modelo Económico de Oferta Exportable**

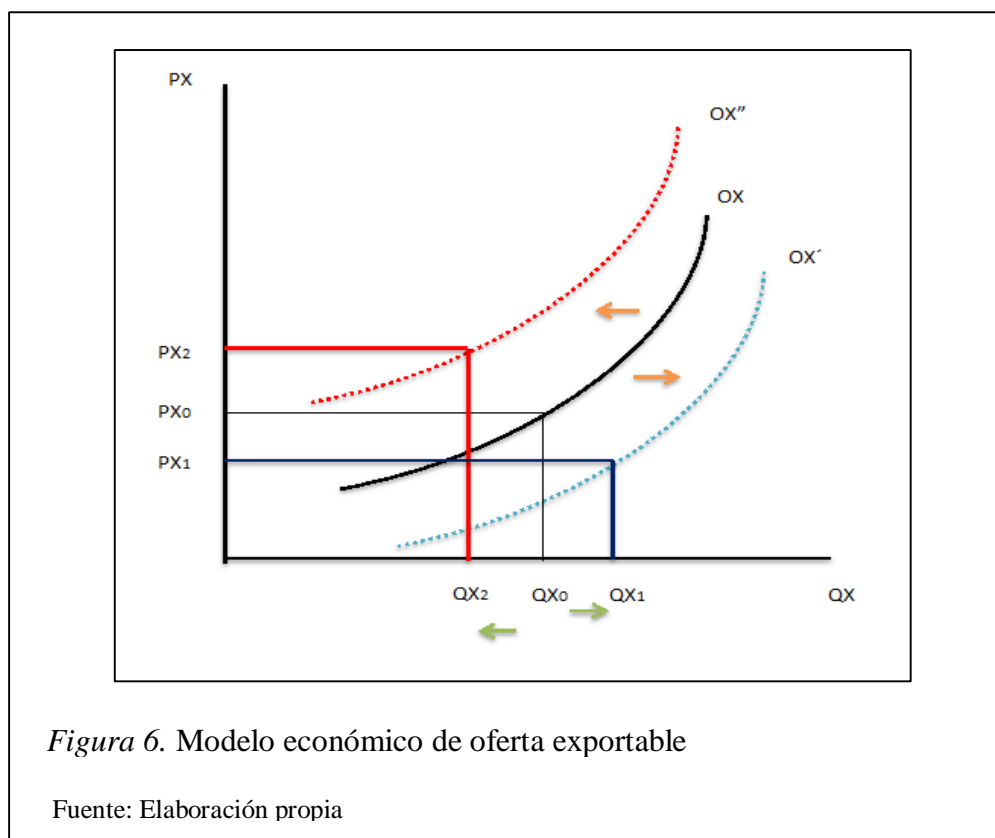
Los modelos económicos de oferta exportable son propuestos para explicar el comportamiento de la oferta de un bien o servicio en el mercado internacional y por otro lado permite realizar predicciones sobre hechos, determinar los efectos y/o tomar decisiones sobre los mismos.

Los modelos económicos de oferta exportable se utilizan principalmente para obtener información de las variables económicas influyentes dentro de la cantidad a exportar de un determinado producto o como una propuesta para ser aplicada en las exportaciones de un bien con el fin de aumentar el volumen exportado en un determinado periodo.

En el Perú se han realizado modelos económicos de oferta exportable cualitativos en la mayoría de casos con el fin de fomentar las exportaciones peruanas en el mercado mundial, exponiendo las diversificación de productos que tiene nuestro país y hacia los países donde se dirige; en otros casos se realiza catálogos pero basados en estadísticas para que los importadores tengan información de cotizaciones y volúmenes de exportación de un determinado producto y de su lugar de origen.

Un modelo económico de oferta exportable expresado en un diagrama a través de la curva de oferta exportable utilizando las variables económicas que se utilizaran en esta investigación, se desea plantear un enfoque que ante un aumento o disminución de las variables económicas, que influencia repercute dentro de la oferta exportable, se puede mostrar de la siguiente manera:

$$O_x = f(PU1USA, PU2H, PU2PR, COMN, TCN, FUSA.IB)$$



Cuando la cantidad exportada aumenta:

Ante una baja en los precios unitarios por kilogramo de jugo de maracuyá la cantidad exportada tiende a aumentar debido a que los importadores podrán comprar una mayor cantidad de jugo de maracuyá por la reducción de precios es por ello que nuestra oferta exportable total de jugo de maracuyá aumentaría  $Ox'$  y por ende la curva se desplazaría hacia la derecha.

Ante un aumento en la cantidad exportable de la principal empresa exportadora del Perú, que en este caso es A&B la cantidad exportable total de jugo de maracuyá de nuestro país también aumentaría  $Ox'$  debido al aporte que hizo A&B a la oferta exportable.

Ante una reducción en el flete la cantidad exportable tiende a aumentar debido a que el importador pagaría menos por el transporte de su mercadería lo que le permitiría demandar mayor kilogramos de jugo de maracuyá es por ello que la oferta exportable aumenta  $Ox'$ .

Ante un aumento en el índice de balassa el cual mide la ventaja comparativa que tiene el Perú en relación con otros países con respecto al producto de jugo de maracuyá, la cantidad exportada aumentaría debido a que tendríamos mayor participación en el mercado y por ende la cantidad de jugo de maracuyá total que exportamos aumentaría  $Ox'$ .

Cuando la cantidad exportada baja:

Ante un aumento en los precios unitarios por kilogramo de jugo de maracuyá la cantidad exportada tiende a reducirse debido que los importadores no podrán comprar una mayor cantidad de jugo de maracuyá por el aumento de precios es por ello que nuestra oferta exportable total de jugo de maracuyá se reduciría y por ende la curva se desplazaría hacia la izquierda  $Ox''$ .

Ante una reducción en la cantidad exportable de la principal empresa exportadora del Perú, que en este caso es A&B la cantidad exportable total de jugo de maracuyá de nuestro país también se reduce debido a la exportación que hizo A&B no aporta a la oferta exportable total  $Ox''$ .

Ante un aumento en el precio del flete la cantidad exportable tiende a reducirse debido a que el importador pagaría más por el transporte de su mercadería lo que le permitiría demandar menor kilogramos de jugo de maracuyá es por ello que la oferta exportable se reduce  $Ox''$ .

Ante una reducción en el índice de balassa el cual mide la ventaja comparativa que tiene el Perú en relación con otros países con respecto al producto de jugo de maracuyá, la cantidad exportada disminuiría debido a que tendríamos menor participación en el mercado y por ende la cantidad de jugo de maracuyá total que exportamos podría reducirse  $Ox''$ .

En el caso del tipo de cambio ante cambios que se produzcan este no perjudicaría de ningún modo a la oferta exportable debido a que si existen cambios este se verá reflejado en el precio final del producto y como nosotros no exportamos el producto final tan solo el insumo principal para su diversidad de elaboraciones nuestra oferta exportable no se ve perjudicada.

#### **2.2.8.1. Precios de exportación**

Es el precio de un bien exportado en el punto de salida del país exportador, cargado en la nave o sobre otro medio de transporte según el destino y tipo de la mercancía el cual será llevado al país importador. (businesscol 2010)

Los precios de exportación en el Perú son medidos en valor FOB, y describen el valor de un bien o servicio en el mercado extranjero.

#### **2.2.8.2. Volumen de exportación**

Un volumen de exportación es considerado bueno para el país y su economía pues se traduce en más empleo a mayor demanda externa de productos nacionales. A mayor número de personas con empleo, más dinero en manos del consumidor que puede llevar un aumento de la actividad económica lo que al fin repercute en un aumento del PBI. (EFXTO 2009)

Por otro lado cabe resaltar que el volumen de exportación dentro del ámbito económico tradicional solo está basado en cantidad y precios, sin embargo el mercado internacional en la actualidad exige que intervengan muchas más variables económicas las cuales determinan la cantidad a exportar como son costo de fletes, procesos logísticos, calidad de la producción, precios de insumos entre otros factores.

### **2.2.8.3. Tipo de Cambio**

El tipo de cambio se establece de un país respecto a otro, es decir el valor de una moneda nacional respecto a una moneda extranjera, entre ellos existen dos tipos nominal y real. (Economic 2002)

El tipo de cambio dentro de una comercialización para algunos exportadores resulta de gran importancia, debido a que realizan sus transacciones por medio de moneda extranjera o como se pacte el contrato y en algunos casos existen situaciones en donde la moneda se aprecia o devalúa, es allí donde el exportador se satisface o perjudica.

### **2.2.8.4. Costo de Flete**

Es el pago realizado por el transporte de una mercadería desde un punto de salida hasta el puerto de embarque en donde se hace el desbordo de la mercadería para ser llevada hacia el almacén o donde se pactó el contrato, el valor de este será decidido dependiendo en los términos que se realizaron.

### **2.2.8.5. Índice de Balassa**

El índice de Balassa, es aquel indicador en el cual se calcula el índice de ventaja comparativa revelada en función del tiempo por medio del índice de Balassa y un modelo estructural de la ventaja comparativa y la ecuación de gravedad. (Heredia 2010)

## **2.2.9. Modelo económico de oferta exportable de jugo de maracuyá en el Perú**

### **2.2.9.1. Oferta Exportable de Jugo de Maracuyá en el Perú.**

En un boletín presentado por (PROEXPANSION 2007) menciona que, Perú posee condiciones climáticas favorables y la cosecha de maracuyá se realiza durante todo el año con mayor concentración entre los meses de abril a noviembre. El maracuyá crece a temperaturas promedio anual de 25°C y a una altitud entre 100 a 1500 m.s.n.m. y a comparación de otros países como Brasil y Colombia este cultivo tiene un ciclo de vida más largo.

El maracuyá en Perú comienza a producir entre los 7 a 12 meses después de la siembra, dependiendo de la zona de producción y la temperatura presentada. El periodo de cosecha es diverso, en el caso de la costa norte esta ocurre todo el año; mientras que en la costa central ocurre solo de 6 a 8 meses en el año. Los rendimientos varían dependiendo del lugar, sistema de cultivo y año de producción, así en la costa central, el primer año es posible obtener 15T, para el segundo y tercer año 30T, mientras que en el cuarto es de 25T. En el caso de la zona Ceja de Selva los rendimientos son menores, teniendo así 13 toneladas en el primer año, 15 y 12 toneladas en el segundo y tercer año sin existir un cuarto año de producción ya que los rendimientos son muy bajos, siendo necesario cambiar la plantación.

En la actualidad la oferta exportable de jugo de maracuyá sufrió incrementos y reducciones debido a factores como fue la crisis económica que a nuestro país nos golpeó con menor magnitud a comparación de otros países, sin embargo este producto no fue ajeno a esta situación debido a que las exportaciones durante esa temporada se redujeron en un 10.7%, posteriormente el año siguiente volvió a surgir con un incremento de 57.1%; resalto este punto porque a mi percepción la situación en la que el Perú se encuentra actualmente debe ser aprovechada por los productores y empresas exportadoras debido a que tenemos una marca que está ganando una posición en el mundo y los mismos avances tecnológicos nos permiten tener un producto con mayor estándares de calidad y herramientas las cuales nos proporcionen facilidad para tener una cadena productiva y comercializadora completamente eficiente.

#### **2.2.9.2. Modelo Económico de Oferta Exportable de Jugo de Maracuyá: Modelo de Regresión Simple (MCO)**

Un modelo de regresión simple nos explicara el comportamiento de las variables económicas a utilizar en este modelo, por lo cual los datos son recolectados de la base de datos de las diferentes instituciones como son: Promperú, SUNAT, SIICEX, BCRP, USDA entre otras entidades relacionadas al tema. Para realizar la investigación es necesario utilizar un modelo econométrico de regresión simple, teniendo las variables explicativas y la variable explicada, y con los datos se espera diseñar la siguiente función:

$$Ox_i = \beta_0 + \beta_1 PU1USA + \beta_2 PU2H + \beta_3 PU2PR + \beta_4 COMNA + \beta_5 TCN + \beta_6 FUSA + \beta_7 IB + u_i$$

*Figura 7.* Modelo econométrico de regresión simple

Fuente: Elaboración propia

$Ox$  = Volumen total exportado de jugo de maracuyá por nuestro país a los mercados extranjeros.

$PU1USA$ = Precio unitario de exportación medidas en valor FOB, la cual será medida entre la división del precio en valor fob mensual entre el peso neto mensual del mercado Estadounidense.

$PU2H$ = Precio unitario de exportación medidas en valor FOB, la cual será medida entre la división del precio en valor fob mensual entre el peso neto mensual del mercado Holandés.

$PU3PR$ = Precio unitario de exportación medidas en valor FOB, la cual será medida entre la división del precio en valor fob mensual entre el peso neto mensual del mercado Puertorriqueño.

$Cn$ = Volumen exportable de la competencia, se tomara solo la principal empresa exportadora de jugo de maracuyá del país (AIB) en datos mensuales.

$TCN$ = Índice con el cual al sufrir alteraciones como se reflejara en el valor que tomara la cantidad a exportar a un determinado país.

$FUSA$ = Diferencia entre el precio en valor cif unitario estadounidense y el precios en valor fob unitario de nuestro país.

$IB$ : Indicador que cuantificara si el Perú tiene ventaja comparativa en relación a los países donde exporta sus productos.

De esta forma es como se desea obtener cuál de las o variables o variable explicativas, tiene mayor repercusión en cambios en la oferta exportable del jugo de maracuyá hacia los mercados extranjeros. Se aplicara modelo de regresión simple porque se desea obtener la relación entre variables y en cuanto perjudica el cambio de una variable en el tiempo.

Índice propuesto por Balassa:

$$\frac{\frac{X_a^i}{X_w^i}}{\frac{X_a^t}{X_w^t}}$$

Figura 8. Índice propuesto por Balassa

Fuente: Elaboración propia

Dónde:

X: Representa las exportaciones.

i = Región sujeta a análisis.

a = Producto (maracuyá).

t = País de destino que también exporta jugo de maracuyá.

w = Total de exportaciones.

Por lo tanto:

$X_a^i$  = Las exportaciones de un producto por parte de nuestro país.

$X_w^i$  = Las exportaciones de un producto por parte del mundo.

$X_a^t$  = Las exportaciones totales por parte de nuestro país.

$X_w^t$  = Total de exportaciones por parte del mundo.

Con el índice propuesto por Balassa se busca cuantificar si el Perú tiene ventaja comparativa en relación a los países de destino donde exporta sus productos.

### **2.2.9.3. Precios de exportación de jugo de maracuyá en el Perú**

Los precios de exportación en el Perú son medidos en valor FOB, con lo que respecta a los precios de jugo de maracuyá va acorde al comportamiento que tiene el volumen de exportación, y en este estudio será tomado como precios unitarios de los mercados de Estados Unidos, Holanda y Puerto Rico, extraído de la base de datos de la página web de la SUNAT.

### **2.2.9.4. Volumen de exportación de jugo de maracuyá en el Perú**

El volumen de exportación dentro del ámbito económico tradicional solo está basado en cantidad y precios, sin embargo en la actualidad la cantidad exportada se ve influida por otros factores o variables como son, costos, precios de insumos, competencia de mercado u otros. Para el presente estudio el volumen de exportación será medido por kilogramos enviados a los mercados de Estados Unidos, Holanda y Puerto Rico.

### **2.2.9.5. Costo de Flete de Jugo de Maracuyá**

Es el pago realizado por el transporte de jugo de maracuyá hacia los diferentes mercados de destino, en este caso se tomara el flete Estadounidense como referencia, debido a la falta de información por las instituciones acerca de los costos de flete de los diferentes mercados presentados en dicha investigación.

### **2.2.9.6. Índice de Balassa: Jugo de Maracuyá**

El índice de Balassa es un indicador que cuantificara si el Perú tiene ventaja comparativa en relación a los países donde exporta el jugo de maracuyá.

Índice propuesto por Balassa expresado en la figura 8:

$$\frac{\frac{X_a^i}{X_w^i}}{\frac{X_a^t}{X_w^t}}$$

Dónde:

X: Representa las exportaciones.

i = Región sujeta a análisis.

a = Jugo de Maracuyá

t = País de destino que también exporta jugo de maracuyá.

w = Total de exportaciones.

Por lo tanto:

$X_a^i$  = Las exportaciones de Jugo de Maracuyá por parte de nuestro país.

$X_w^i$  = Las exportaciones de Jugo de Maracuyá por parte del mundo.

$X_a^t$  = Las exportaciones totales por parte de nuestro país.

$X_w^t$  = Total de exportaciones por parte del mundo.

Con el índice propuesto por Balassa se busca cuantificar si el Perú tiene ventaja comparativa en relación a los países de destino donde exporta Jugo de Maracuyá.

### **III. Metodología**

Se explica cómo se hizo la investigación. Comprende: diseño de investigación; población, muestra y muestreo; métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos; técnicas de procesamiento de datos (organización de la información). Con suficiente detalle que permita reproducir la investigación y juzgar la calidad del estudio. Escribir en tiempo pasado. En experimentos: criterios de inclusión y de exclusión; así como también las normas éticas.

#### **3.1. Diseño de Investigación**

La presente investigación es descriptiva, debido a que se busca analizar y medir las variables propuestas o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Nuestra meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre estas variables para lo cual se recogerán datos sobre la base de una hipótesis o teoría, luego se analizarán minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan a la identificación de las variables económicas determinantes de la oferta exportable de jugo de maracuyá en el Perú del periodo 2000 – 2016.

#### **3.2. Población, muestra de estudio y muestreo**

Según un informe de la SUNAT en la actualidad, nuestro país cuenta con 9 empresas que se dedican a la exportación de jugo de maracuyá, repartidos en las ciudades de Lambayeque, Lima y Piura, punto de donde se partirá nuestro primer dato como población.

A través de este dato, es obligatorio obtener los datos de exportación de las empresas que se encuentran en nuestro país para realizar un conglomerado de las exportaciones, debido a que son las únicas empresas exportadoras de nuestro país.

#### **3.3. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos**

A través de un análisis de contenido se procederá la recopilación de datos mensuales, cuyo propósito principal se centra en la obtención de las variables principales, precio en valor fob y el volumen exportable del producto (jugo de maracuyá), competencia nacional, flete, exportaciones totales, tipo de cambio

bancario que se obtendrán de la información que recopilemos de los diferentes medios de búsqueda como son Promperu, Ampex, Sunat, entre otras entidades.

Basados en estudios anteriores sobre oferta exportable en otros países, es donde tomo como base para realizar el presente estudio, teniendo en cuenta las variables utilizadas en dichas investigaciones y los tipos de metodología utilizados.

Los datos son de suma importancia dentro de la investigación, porque a través de ellos, se podrá generar un modelo econométrico, para poder identificar cuáles son las variables económicas con mayor influencia en la oferta exportable del jugo de maracuyá en el Perú.

Se aplicara el modelo MCO para identificar la relación entre las variables independientes de la dependiente, y cuan significativas son en relación a la variable explicada, de esta manera se obtendrá cual es la variable con mayor influencia en la variable predicha y por ende también se obtendrá que variable independiente es no significativa en el modelo.

Los resultados serán apoyados por entrevistas realizadas al ex Jefe de Comercio Exterior de Quicornac S.A. Cesar Farías, Mónica Benavidez Coordinadora Comercial de ADEX y el Director de Comercio Exterior Eduardo Elera del DIRCETUR, con el fin de fortalecer la explicación de los resultados obtenidos a través del modelo MCO.

### **3.4. Modelo de Regresión Simple**

Principalmente se trabajara con los datos recogidos de la base de datos de las diferentes instituciones como son: Promperú, SUNAT, entre otras entidades relacionadas al tema. Para realizar la investigación es necesario utilizar un modelo econométrico de regresión simple, teniendo las variables explicativas y la variable explicada, y con los datos se espera diseñar la siguiente función:

$$Ox_i = \beta_0 + \beta_1 PU1USA + \beta_2 PU2H + \beta_3 PU2PR + \beta_4 COMNA + \beta_5 TCN + \beta_6 FUSA + \beta_7 IB + u_i$$

Ox = Volumen total exportado de jugo de maracuyá por nuestro país a los mercados extranjeros.

PU1USA= Precio unitario de exportación medidas en valor FOB, la cual será medida entre la división del precio en valor fob mensual entre el peso neto mensual del mercado Estadounidense.

PU2H= Precio unitario de exportación medidas en valor FOB, la cual será medida entre la división del precio en valor fob mensual entre el peso neto mensual del mercado Holandés.

PU3PR= Precio unitario de exportación medidas en valor FOB, la cual será medida entre la división del precio en valor fob mensual entre el peso neto mensual del mercado Puertorriqueño.

Cn= Volumen exportable de la competencia, se tomara solo la principal empresa exportadora de jugo de maracuyá del país (AIB) en datos mensuales.

TCN= Índice con el cual al sufrir alteraciones como se reflejara en el valor que tomara la cantidad a exportar a un determinado país.

FUSA= Diferencia entre el precio en valor cif unitario estadounidense y el precios en valor fob unitario de nuestro país.

IB: Indicador que cuantificara si el Perú tiene ventaja comparativa en relación a las exportaciones de dicho producto en el mundo.

De esta forma es como se desea obtener cuál de las variables o variable explicativas, tiene mayor repercusión en cambios en la oferta exportable del jugo de maracuyá hacia los mercados extranjeros. Se aplicara modelo de regresión simple porque se desea obtener la relación entre variables y en cuanto perjudica el cambio de una variable en el tiempo.

Índice propuesto por Balassa:

$$\frac{\frac{X_a^i}{X_w^i}}{\frac{X_a^t}{X_w^t}}$$

Dónde:

X: Representa las exportaciones.

i = Región sujeta a análisis.

a = Producto (maracuyá).

t = País de destino que también exporta jugo de maracuyá.

w = Total de exportaciones.

Por lo tanto:

$X_a^i$  = Las exportaciones de un producto por parte de nuestro país.

$X_w^i$  = Las exportaciones de un producto por parte del mundo.

$X_a^t$  = Las exportaciones totales por parte de nuestro país.

$X_w^t$  = Total de exportaciones por parte del mundo.

Con el índice propuesto por Balassa se busca cuantificar si el Perú tiene ventaja comparativa en relación a los países de destino donde exporta sus productos.

### **3.5. Plan de procesamiento para el análisis de datos**

Esta investigación es un trabajo de recolección de datos a través de un análisis de contenido estadístico de las empresas exportadoras de jugo de maracuyá del país las cuales se encuentran dentro del ámbito del estudio, los datos serán capturados en la computadora con la instalación de Microsoft Excel 2016, para su posterior análisis, en el que se desarrollaran tablas y gráficos, para fácil visualización y comprensión de indicadores económicos, de variables cualitativas y cuantitativas, para su posterior análisis del cruce de datos. También se hará uso del programa EVIEWS 8 que nos ayudara a realizar nuestro modelo econométrico de regresión simple y predicciones correspondientes, llegando a cumplir nuestros objetivos.

## IV. Resultados y Discusión

### 4.1. Modelo MCO

$$Ox_i = \beta_0 + \beta_1 PU1USA + \beta_2 PU2H + \beta_3 PU2PR + \beta_4 COMNA + \beta_5 TCN + \beta_6 FUSA + \beta_7 IB + u_i$$

$Ox$  = Volumen total exportado de jugo de maracuyá por nuestro país a los mercados extranjeros.

$PU1USA$ = Precio unitario de exportación medidas en valor FOB, la cual será medida entre la división del precio en valor fob mensual entre el peso neto mensual del mercado Estadounidense.

$PU2H$ = Precio unitario de exportación medidas en valor FOB, la cual será medida entre la división del precio en valor fob mensual entre el peso neto mensual del mercado Holandés.

$PU3PR$ = Precio unitario de exportación medidas en valor FOB, la cual será medida entre la división del precio en valor fob mensual entre el peso neto mensual del mercado Puertorriqueño.

$Cn$ = Volumen exportable de la competencia, se tomara solo la principal empresa exportadora de jugo de maracuyá del país (AIB) en datos mensuales.

$TCN$ = Índice con el cual al sufrir alteraciones como se reflejara en el valor que tomara la cantidad a exportar a un determinado país.

$FUSA$ = Diferencia entre el precio en valor cif unitario estadounidense y el precios en valor fob unitario de nuestro país.

$IB$ : Indicador que cuantificara si el Perú tiene ventaja comparativa en relación a los países donde exporta sus productos.

## 4.2. Resultados

Tabla 6.

### *Estimación de ecuación*

Dependent Variable: OFERTAEXP

Method: Least Squares

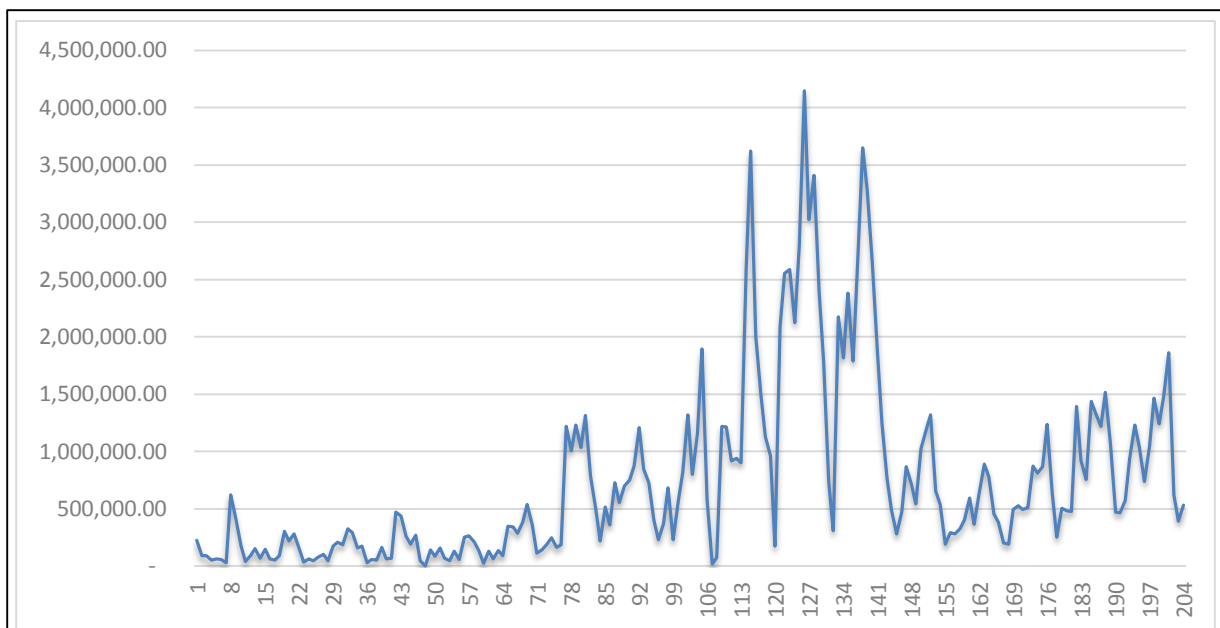
Sample: 1 144

Included observations: 204

<b>Variable</b>	<b>Coefficient</b>	<b>Std. Error</b>	<b>t-Statistic</b>	<b>Prob.</b>
<b>PU1USA</b>	6551.456	28771.58	0.23	0.82
<b>PU2PUERTORICO</b>	124588.1	94988.15	1.31	0.191
<b>PU3HOLANDA</b>	138174.1	47030.1	2.94	0.004
<b>TCBANCARIO</b>	-159756.6	51531.61	-3.1	0.002
<b>COMPNA</b>	0.2458836	0.3275784	0.75	0.454
<b>FLETEUSA</b>	275.8721	112.9861	2.44	0.016
<b>IB</b>	0.1343366	0.1577012	0.85	0.395
<b>R-squared</b>	0.6626	<b>Prob(F-statistic)</b>		0.000000
<b>Adjusted R-squared</b>	0.6489	<b>F-statistic</b>		48.12
<b>Model</b>	1.606	<b>Residual</b>		8.177

*Fuente: Elaboración propia*

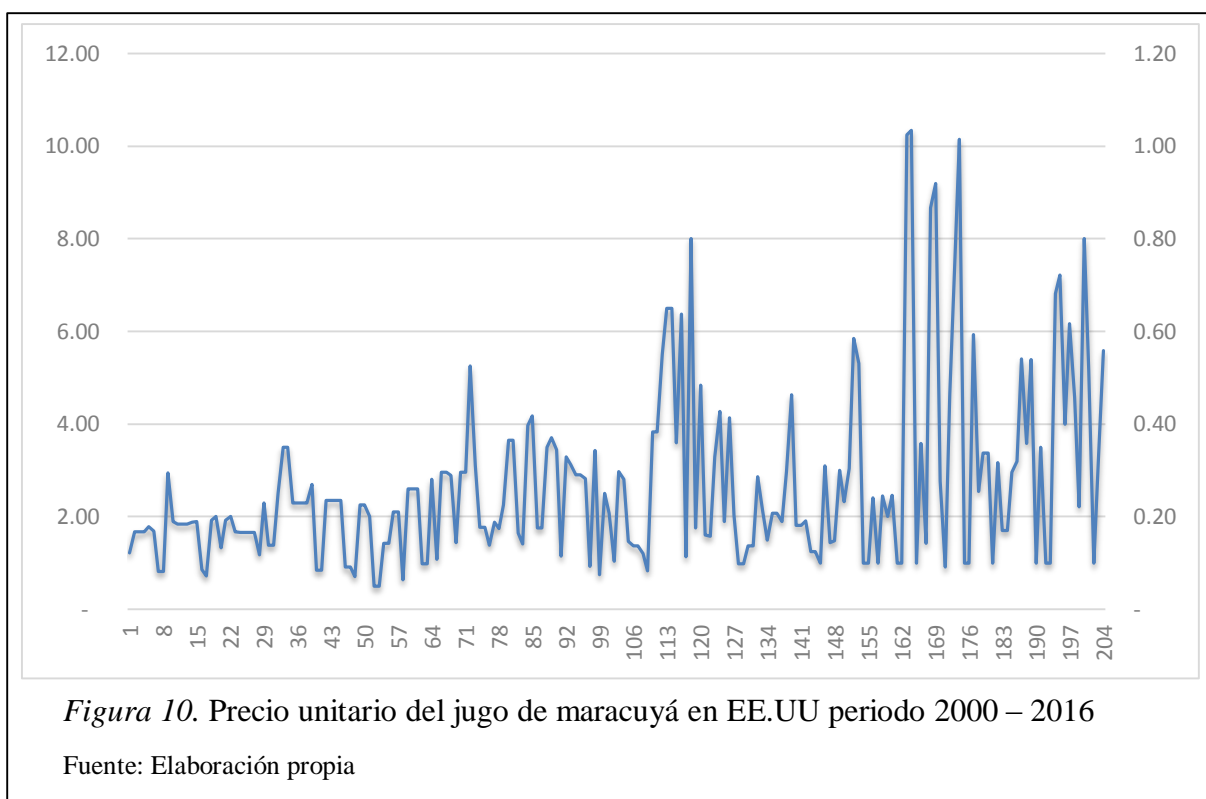
La tabla 6 refleja que las presentes variables explican con un 64.89% de ajuste el modelo con respecto a la oferta exportable, la estimación de los parámetros PU1USA, PU3HOLANDA, FLETEUSA, COMPNA, IB, muestran una relación directa entre dichas variables y Oferta exportable, en el caso del PU2PUERTORICO ya está corregida mediante la estimación de precios con tendencia y es una variable significativa por la cual ya tiene relación directa con la oferta exportable; con respecto a la variable de TCBANCARIO muestra una relación inversa respecto a la variable de oferta exportable.



*Figura 9.* Oferta exportable del jugo de maracuyá periodo 2000 - 2016

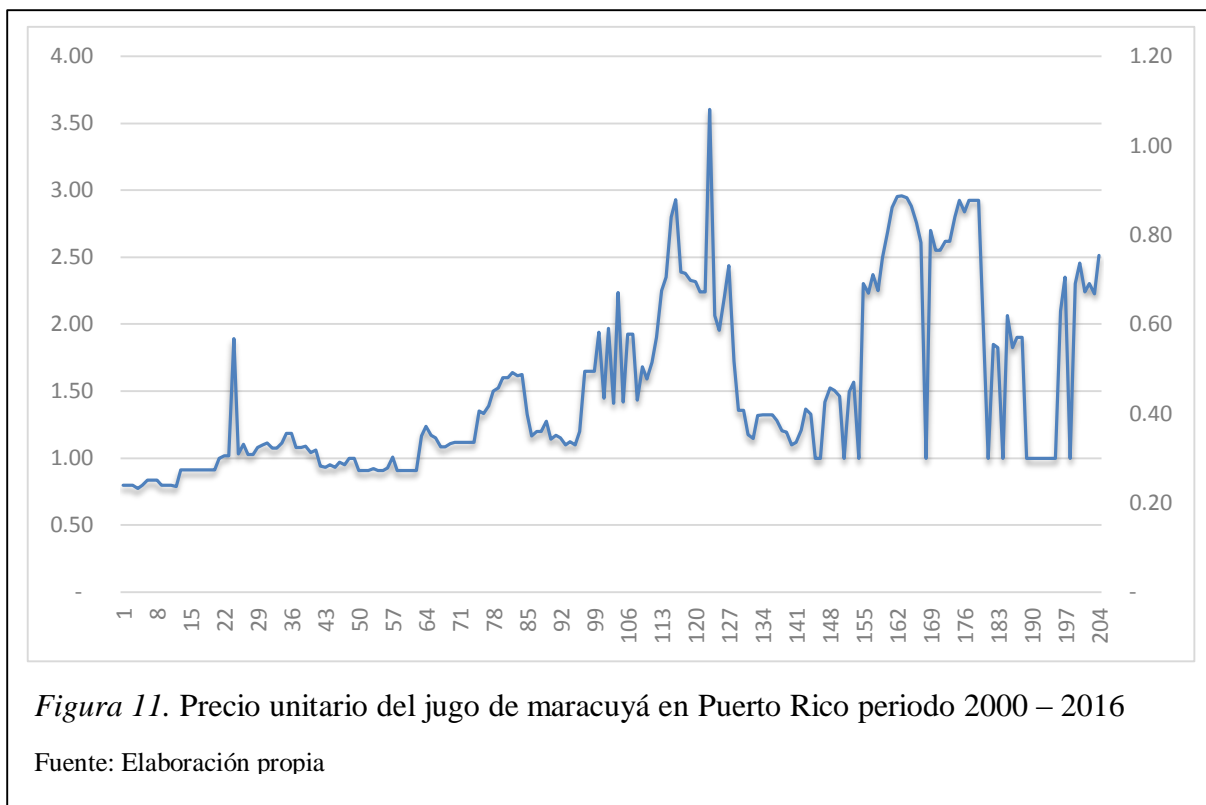
Fuente: Elaboración propia

La figura 9 muestra la oferta exportable del jugo de maracuyá en el periodo del año 2000 – 2016 en datos mensuales medidos en cantidades totales en kg., que conforman un total de 204 datos, el cual tiene un comportamiento constante desde el dato inicial hasta el dato 108 a partir de ese dato hasta el dato 204 muestra estacionalidad, pues solo en meses como son de enero a marzo y entre los meses de agosto a octubre existe mayor demanda por los mercados extranjeros respecto al producto de jugo de maracuyá debido a las estaciones del año que son diferentes a la de nuestro país y en otros casos a que es tiempo de cosecha y las empresas exportadoras prefieren cosechar en esas temporadas debido a la demanda que se presenta.



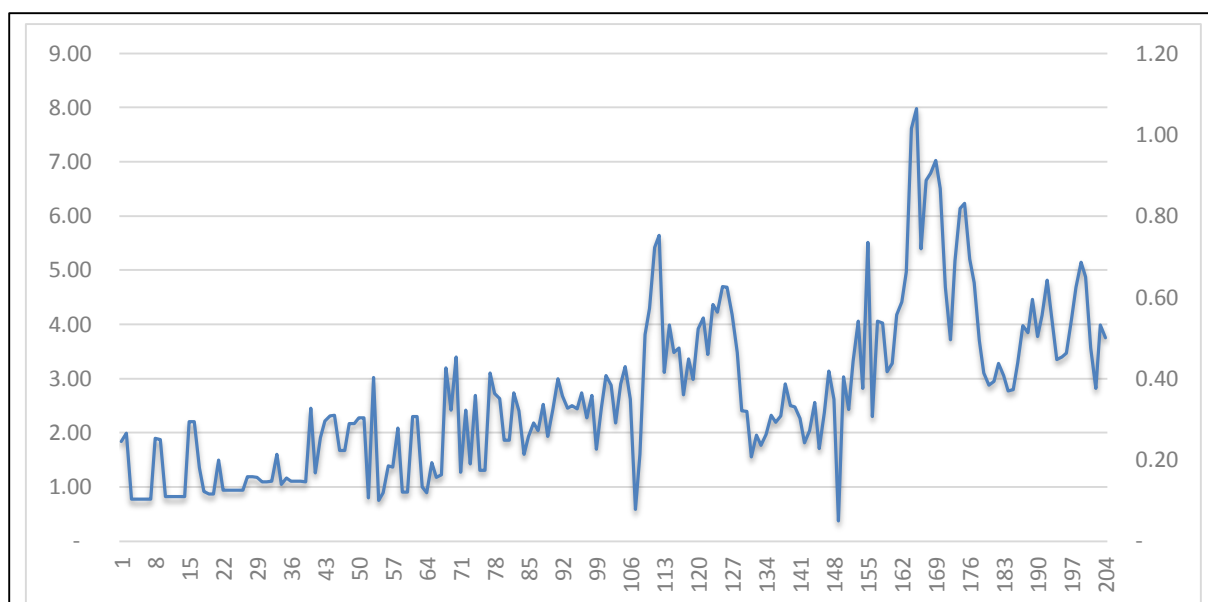
*Figura 10. Precio unitario del jugo de maracuyá en EE.UU periodo 2000 – 2016*

La figura 10 muestra el precio Unitario del jugo de maracuyá unitario en EE.UU del periodo del año 2000 – 2016 en datos mensuales, el cual presenta un comportamiento constante hasta el dato 118 en donde muestra una volatilidad teniendo una tendencia constante hasta el dato 204. Los cambios de precios se deben a que la oferta exportada es menor en los meses de abril a mayo y noviembre y diciembre por lo cual al haber escases de producción el precio unitario tiene aumentar, por ende, en los siguientes meses donde existe mayor producción por economía de escala permitirá que el precio unitario sea menor; en otro caso el cambio del precio se pueden producir antes situaciones imprevistas, como la crisis económica u otro caso.



*Figura 11. Precio unitario del jugo de maracuyá en Puerto Rico periodo 2000 – 2016*

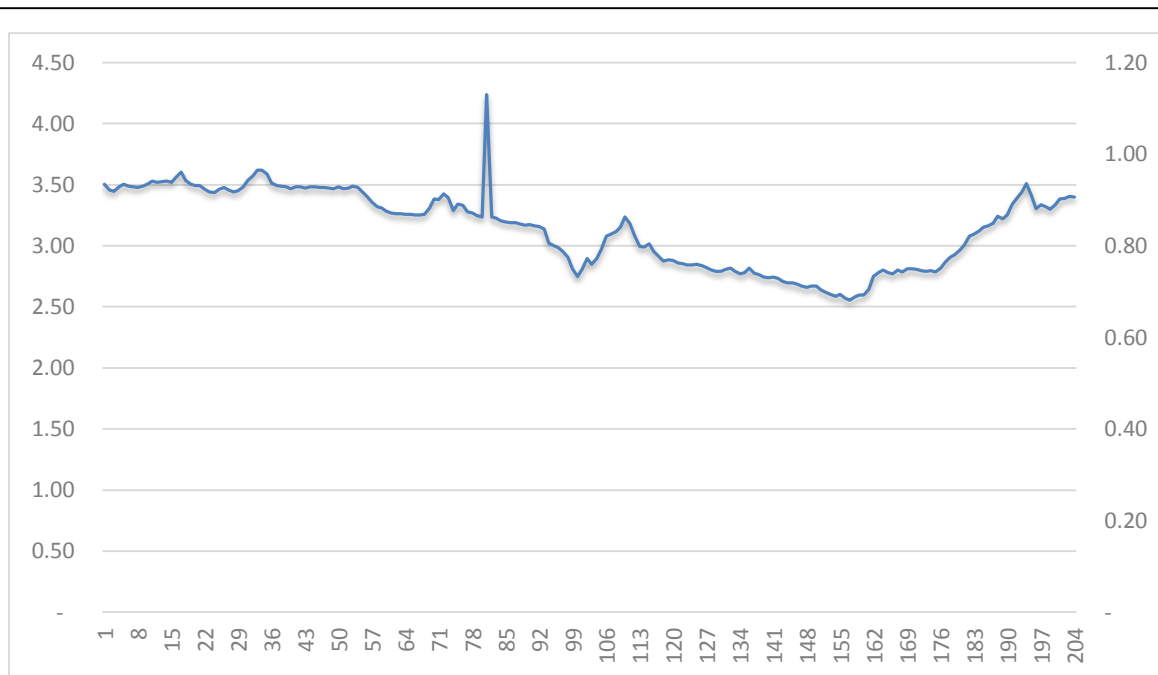
La figura 11 muestra el precio Unitario del jugo de maracuyá unitario en Puerto Rico del periodo del año 2000 – 2016 en datos mensuales, dicha variable presenta un quiebre a partir del dato 125 y posteriormente presenta una tendencia decreciente hasta el dato 144, y a partir del dato 155 hasta el 204 el precio unitario muestra un comportamiento creciente y solo en algunos meses recae nuevamente, esto se debe que entre los meses de abril y mayo tiende a elevarse el precio unitario del jugo de maracuyá debido a que era temporada de cosecha y hubo escasas de oferta exportable, en lo que respecta a los demás meses se empezó con un precio unitario menor debido a que el costo de flete era menor por la cercanía del puerto de destino y por estrategias de métodos de entrada del producto hacia al país, tuvo que influir también mucho el crecimiento económico de Puerto Rico que le proporciona al país tener mayor disponibilidad para importar productos.



*Figura 12.* Precio unitario del jugo de maracuyá en Holanda periodo 2000 – 2016

Fuente: Elaboración propia

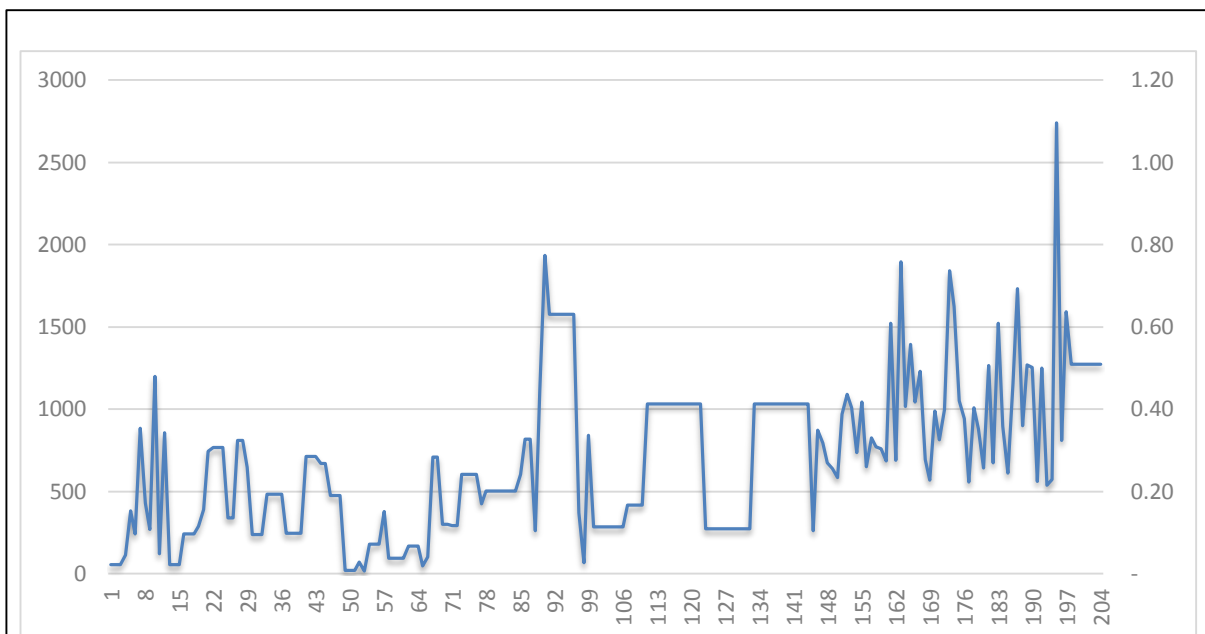
La figura 12 muestra el precio unitario del jugo de maracuyá en Holanda del periodo del año 2000 – 2016 en datos mensuales por lo que se percibe que tiene un comportamiento constante desde el dato inicial, estacionalidad en la mayoría de datos y puntos de quiebres estructurales notorios en los datos 107 y 150, para luego mostrar un comportamiento constante hasta el dato 204, esto se debe a que en el mes de noviembre del 2008 y mayo del 2012 existió una oferta exportable superior por lo que el precio cayó para luego recuperarse constantemente y llegar hasta su máximo precio unitario en el mes de octubre del año 2013 debido a que se fue temporada de cosecha y las cantidad exportada de jugo de maracuyá se redujo; este mercado es uno de los más atractivos debido a que en esa zona se encuentra uno de los principales puertos de Europa por lo que le permite realizar gran comercialización a nivel mundial.



*Figura 13.* Tipo de cambio bancario del periodo 2000 - 2016

Fuente: Elaboración propia

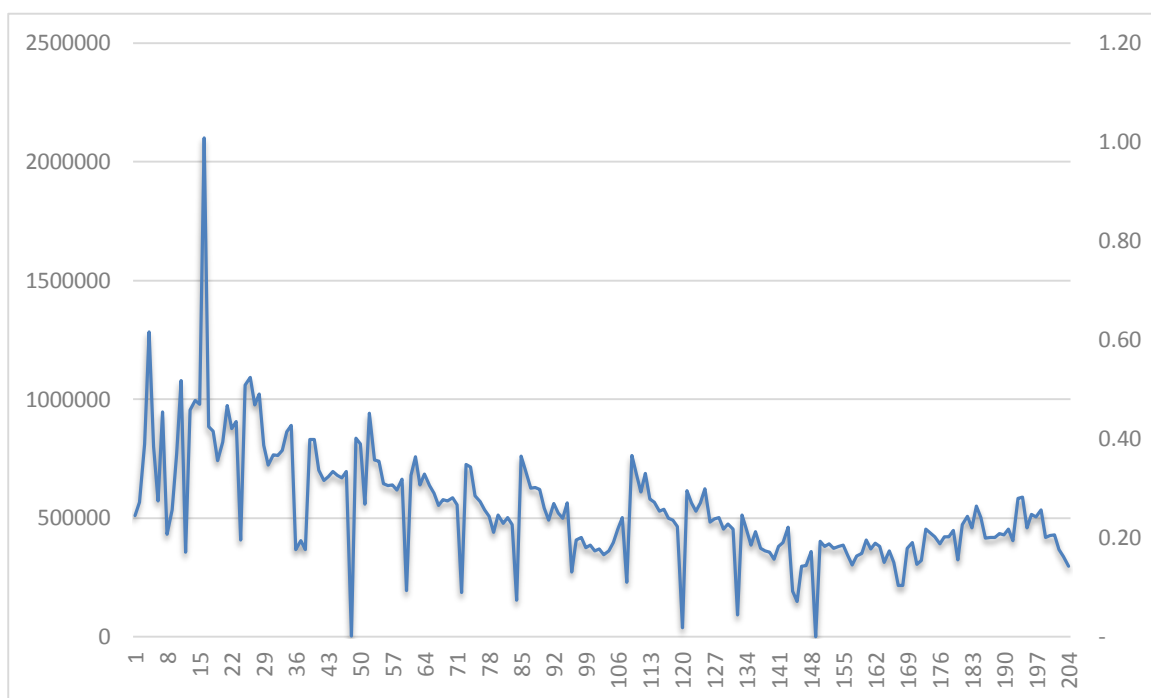
La figura 13 nos presenta el tipo de cambio bancario del periodo del año 2000 – 2016 en datos mensuales donde se muestra el comportamiento constante con tendencia a la disminución hasta el dato 75, entre el dato 75 hasta el 81 muestra un notorio cambio tendencial debido a que en ese mes se deprecia la moneda local y a partir del dato 93 presenta una tendencia a la disminución por lo que la moneda nacional se tiende a apreciar con respecto a la moneda extranjera. A partir de Julio del 2014 el tipo de cambio tiene un comportamiento creciente y se mantiene constante.



*Figura 14.* Comportamiento del costo del flete americano por las exportaciones de jugo de maracuyá periodo 2000 – 2016

Fuente: Elaboración propia

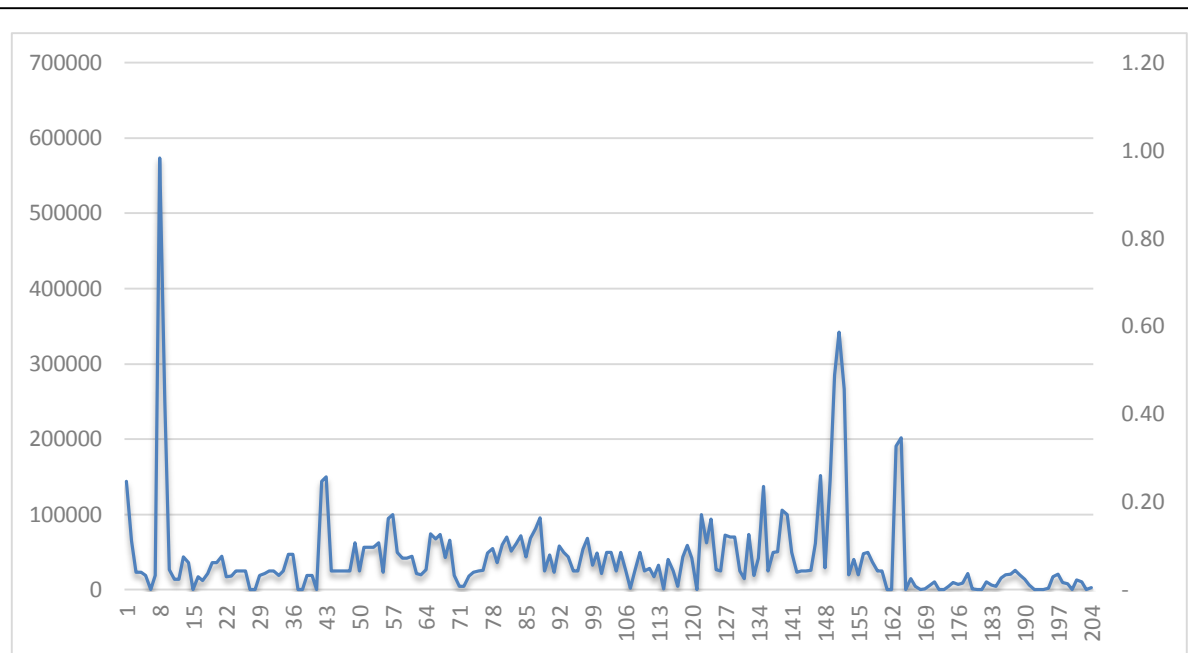
La figura 14 nos muestra el comportamiento del costo del flete por las exportaciones de jugo de maracuyá del periodo del año 2000 – 2016 en datos mensuales en donde se percibe un quiebre estructural a partir del dato 100 con un comportamiento volátil en el transcurso de dicho periodo, a partir de agosto del 2012 hasta la actualidad el costo de flete aumento debido al aumento del precio de combustible y políticas de las navieras.



*Figura 15.* Índice de balassa del Perú respecto al producto jugo de maracuyá periodo 2000 – 2016

Fuente: Elaboración propia

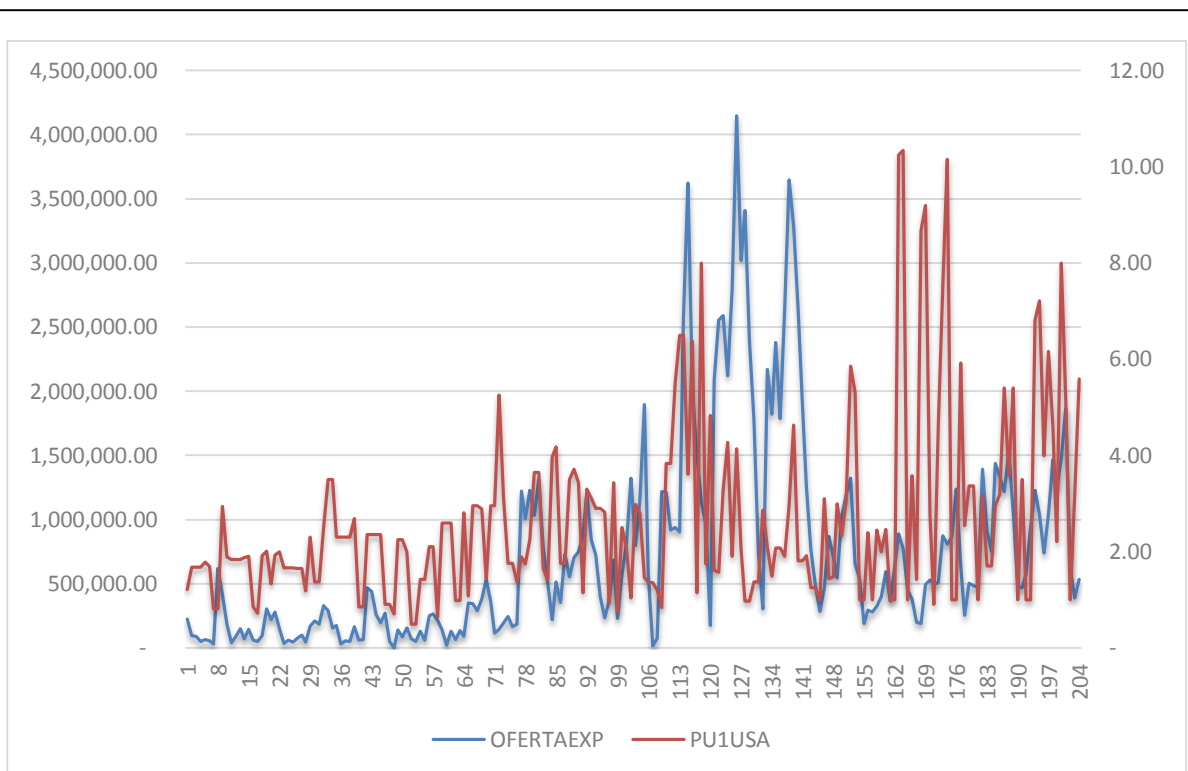
La figura 15 nos presenta el Índice de Balassa el cual es un indicador que cuantificara si el Perú tiene ventaja comparativa en relación al mundo con respecto al producto de jugo de maracuyá del periodo del año 2000 – 2016 en datos mensuales y se denota que existe un quiebre estructural hasta el dato 50, a partir de ese dato hacia el dato 204 muestra una tendencia a la disminución, por lo que se identifica de que el Perú no tiene ventaja comparativa y competitiva en el mercado mundial con respecto al jugo de maracuyá esto se debe a que existen otros mercados más competitivos y con mayor participación en el mercado mundial de jugo de maracuyá por lo cual tendrá una mayor oferta exportable como por ejemplo el país ecuatoriano.



*Figura 16.* Comportamiento de la oferta exportable de jugo de maracuyá de una empresa peruana AIB periodo 2000 – 2016

Fuente: Elaboración propia

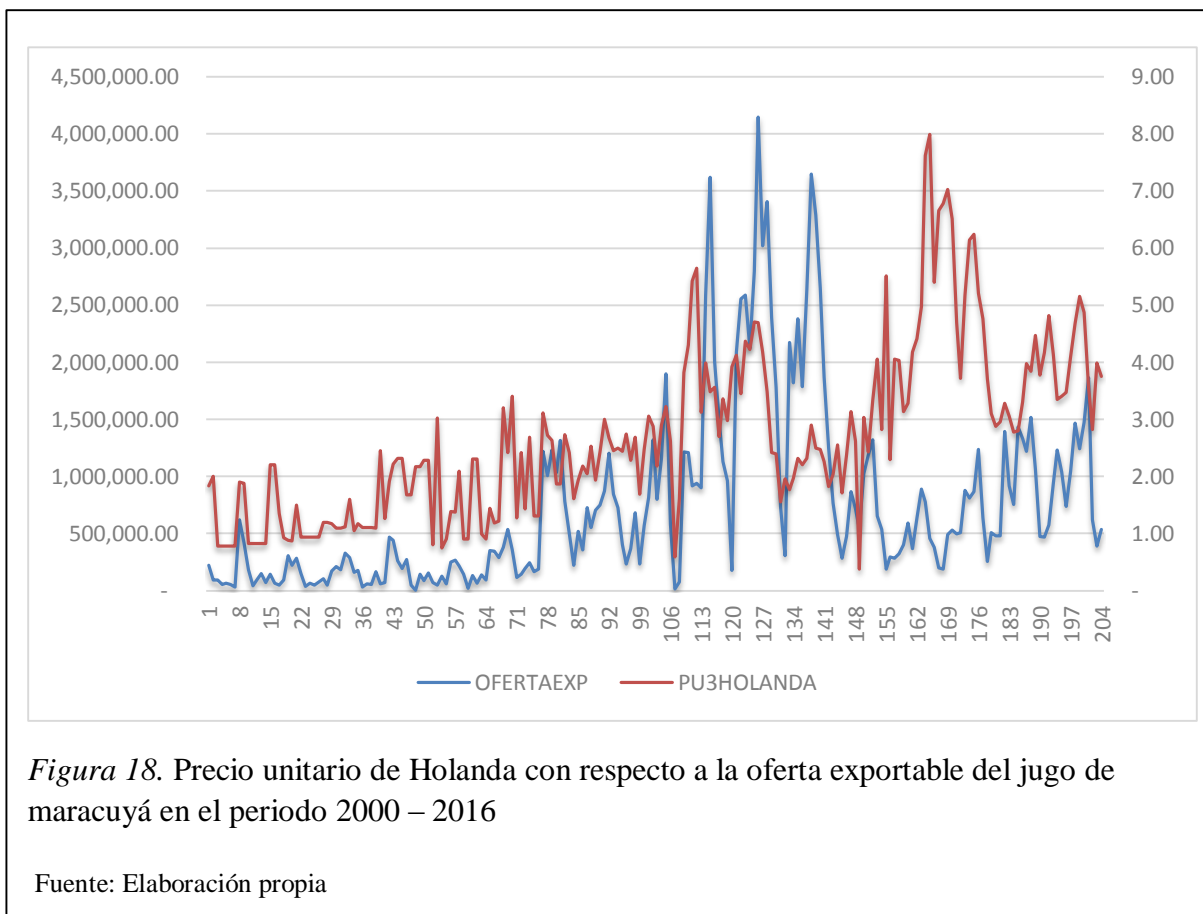
La figura 16 nos muestra el comportamiento de la oferta exportable de jugo de maracuyá de una empresa peruana AIB del periodo del año 2000 – 2016 en datos mensuales donde percibimos un quiebre estructural notorio en el dato, debido a que en el mes de agosto del 2013 la cantidad que exporto hacia el mercado Holandés fue superior esto fue debido a que en esa época los agricultores fueron capacitados por lo que se generó capital humano eficiente y la producción fue mayor, posteriormente las exportaciones de AIB respecto al producto en mención tuvo un comportamiento decreciente y esto se debe a su menor grado de participación y al presencia de otras empresas exportadoras con mayor participación como es el caso de Corporación LINDEY S.A. y Frutos Tongorrape S.A..



*Figura 17.* Precio unitario de Estados Unidos con respecto a la oferta exportable del jugo de maracuyá en el periodo 2000 – 2016

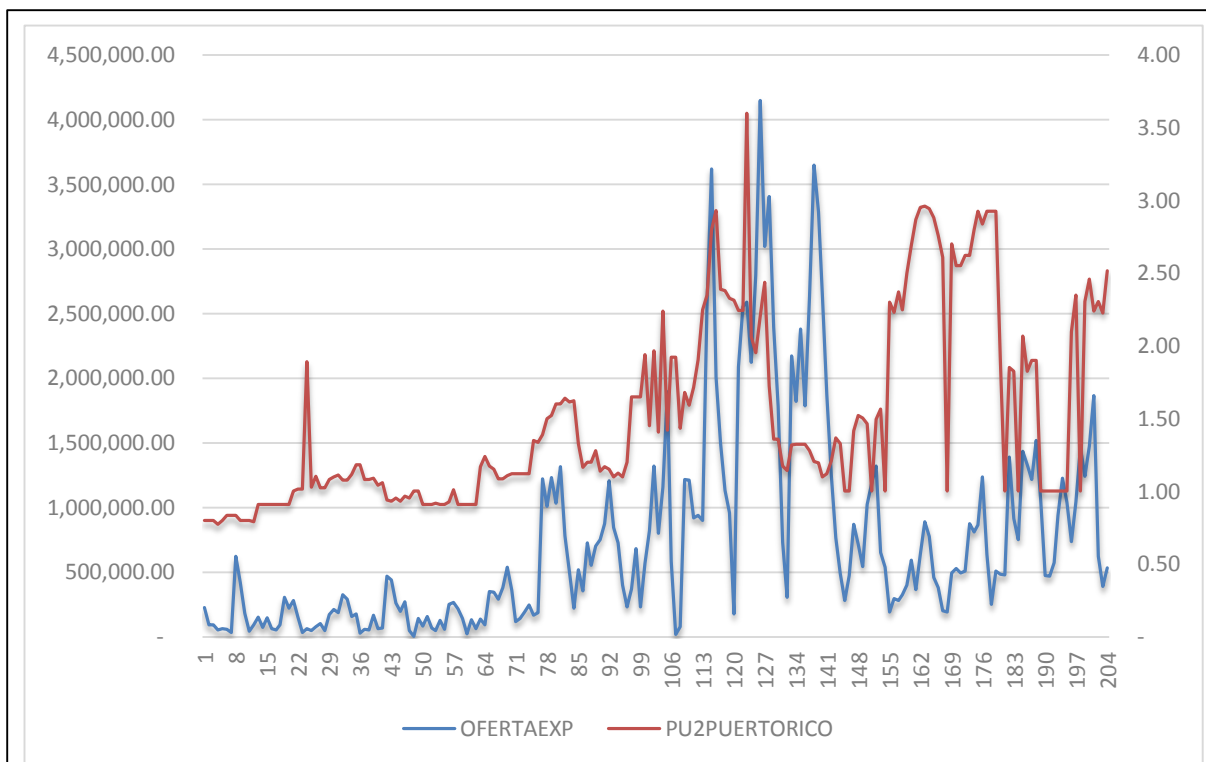
Fuente: Elaboración propia

La figura 17 muestra el precio unitario de Estados Unidos con respecto a la oferta exportable del jugo de maracuyá en el periodo del año 2000 – 2016 en datos mensuales medidos en cantidades totales en kg., que conforman un total de 204, de lo cual se denota que tienen una relación directa debido a que Estados Unidos es uno de nuestros principales importadores y es uno de los países a donde la mayor oferta exportable del jugo de maracuyá se dirige por lo que aporta en grandes cantidades a nuestra oferta exportable total, excepto lo vivido en la crisis económica de estados unidos perjudico nuestras exportaciones.



*Figura 18. Precio unitario de Holanda con respecto a la oferta exportable del jugo de maracuyá en el periodo 2000 – 2016*

La figura 18 muestra el precio unitario de Holanda con respecto a la oferta exportable del jugo de maracuyá en el periodo del año 2000 – 2016 en datos mensuales medidos en cantidades totales en kg., que conforman un total de 204 datos; de lo cual se denota que tienen una relación directa debido a que Holanda es nuestro principal país importador y es el país a donde se destina la mayor oferta exportable del jugo de maracuyá, por otro lado en esa zona se encuentra uno de los principales puertos de Europa por lo que le permite realizar gran comercialización a nivel mundial.

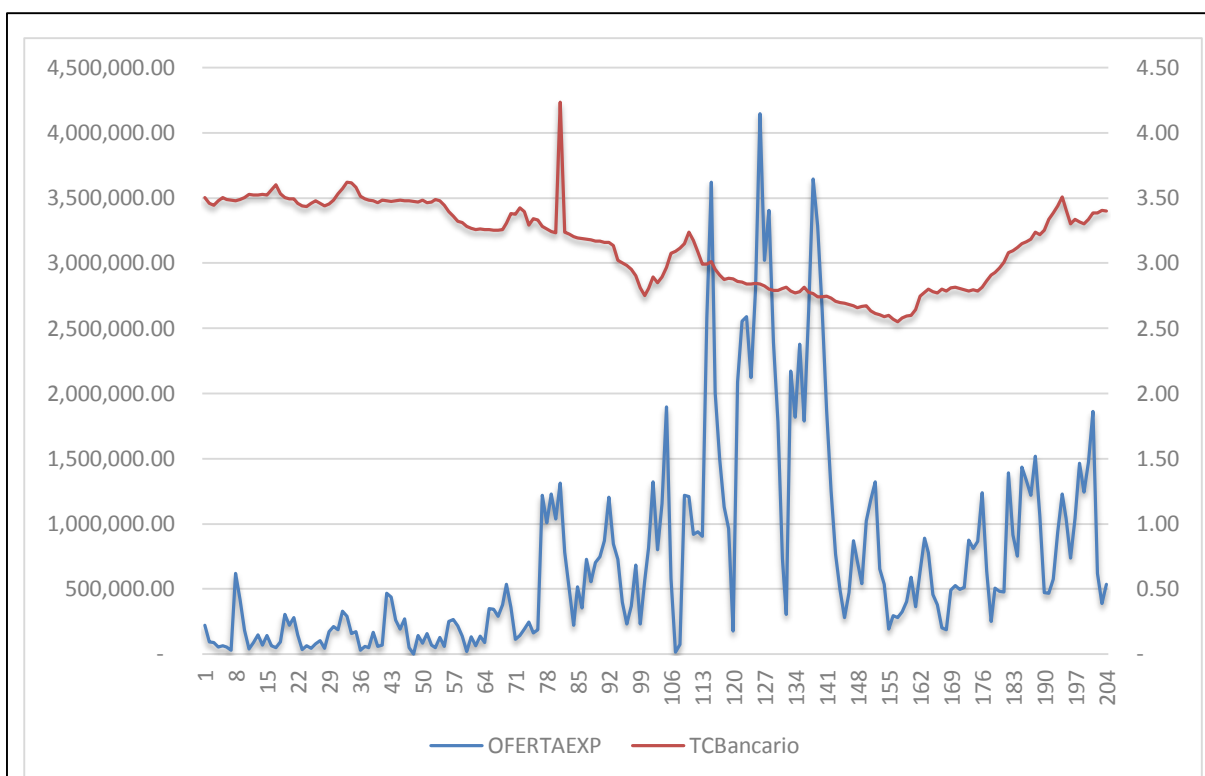


*Figura 19.* Precio unitario de Puerto Rico con respecto a la oferta exportable del jugo de maracuyá en el periodo 2000 – 2016

Fuente: Elaboración propia

*Figura 19.* Precio unitario de Puerto Rico con respecto a la oferta exportable del jugo de maracuyá en el periodo del año 2000 – 2016

La figura 18 muestra el precio unitario de Puerto Rico con respecto a la oferta exportable del jugo de maracuyá en el periodo del año 2000 – 2016 en datos mensuales medidos en cantidades totales en kg., que conforman un total de 204, por lo que se observa de que tiene una relación directa pero a pesar de mostrarlo es un parámetro poco significativo por lo que se debe corregir con estimación de precios con tendencia, debido a que la oferta exportable total en meses como son de enero a marzo y entre los meses de agosto a octubre existe mayor demanda por los mercados extranjeros respecto al producto de jugo de maracuyá debido a que el costo de flete era menor por la cercanía del puerto de destino y por estrategias de métodos de entrada del producto hacia al país, tuvo que influir también mucho el crecimiento económico de Puerto Rico que le proporciona al país tener mayor disponibilidad para importar productos.

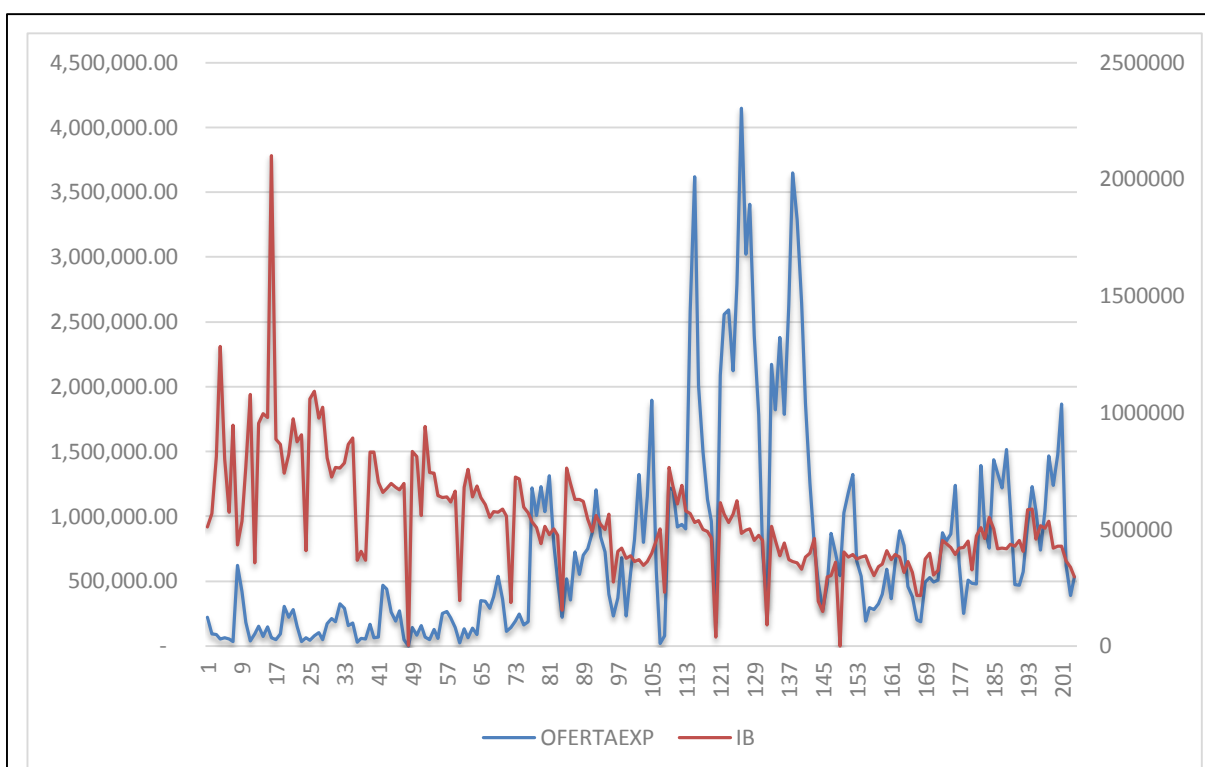


*Figura 20.* Tipo de cambio bancario con respecto a la oferta exportable del jugo de maracuyá en el periodo del año 2000 - 2016

Fuente: Elaboración propia

La figura 20 muestra el tipo de cambio bancario con respecto a la oferta exportable del jugo de maracuyá en el periodo del año 2000 – 2016 en datos mensuales medidos en cantidades totales en kg., que conforman un total de 204, con lo cual se muestra una relación inversa con respecto a la variable de oferta exportable, por lo que se deduce que para las empresas exportadores de jugo de maracuyá no es muy relevante la depreciación del dólar por lo que no influye en las cantidades exportadas, teniendo una contradicción con lo mencionado en la entrevista con el profesor Cesar Farías por lo que se llega a la discusión que en la realidad las empresas toman al tipo de cambio un factor económico con gran influencia en la cantidad exportable.

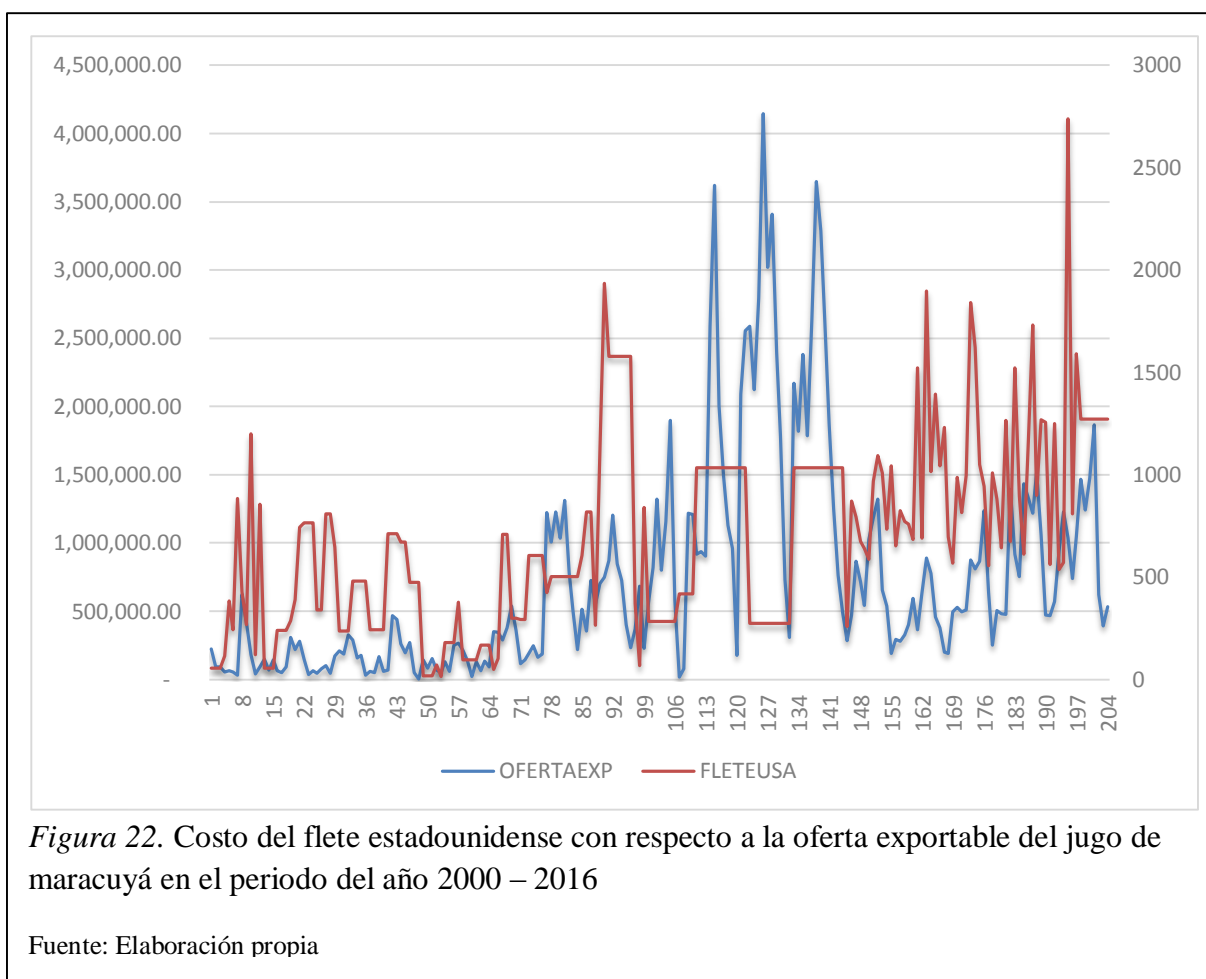
Sin dejar de reconocer que una apreciación excesiva de la moneda nacional podría tener un efecto negativo sobre la competitividad de las exportaciones; la realidad es que los productores nacionales se han enfocado más en fortalecer las ventajas que otorga la calidad y no tanto el precio, lo que han contribuido adicionalmente a la expansión de las ventas externas a pesar del fortalecimiento de la moneda.



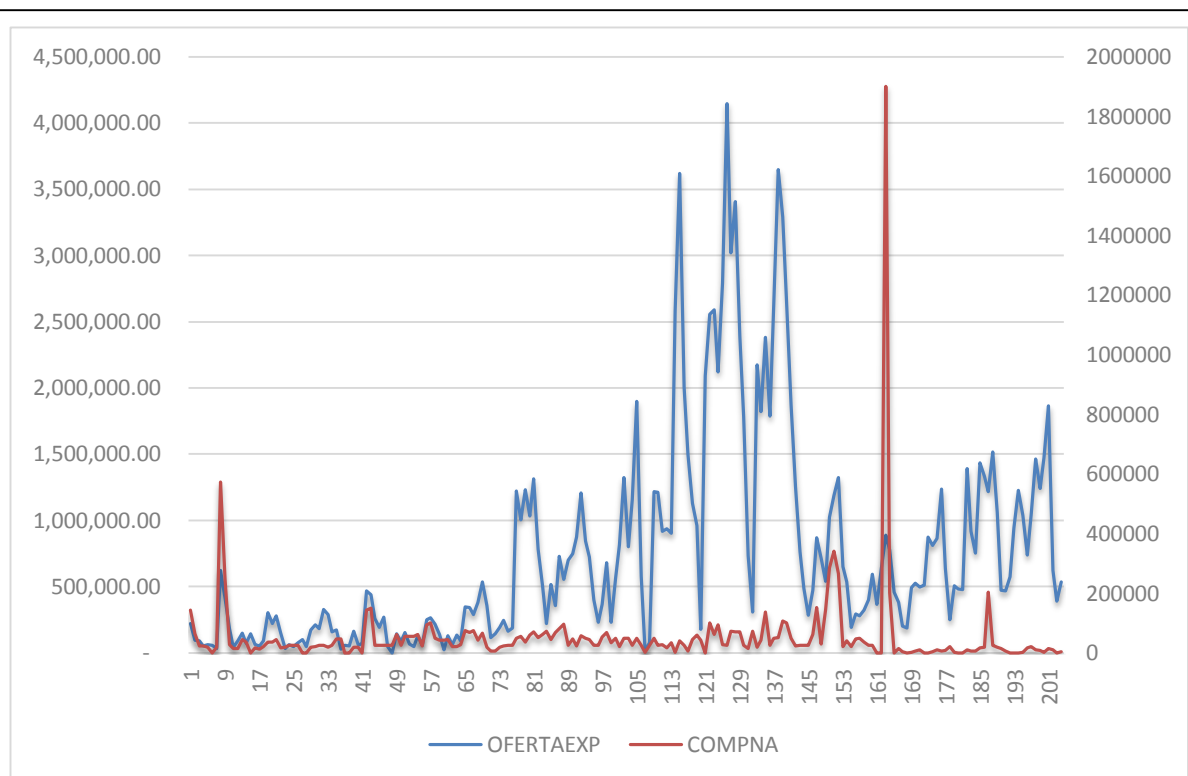
*Figura 21.* Índice de Balassa con respecto a la oferta exportable del jugo de maracuyá en el periodo del año 2000 – 2016

Fuente: Elaboración propia

La figura 21 muestra Índice de Balassa con respecto a la oferta exportable del jugo de maracuyá en el periodo del año 2000 – 2016 en datos mensual medidos en cantidades totales en kg., que conforman un total de 204, y se puede observar que tienen relación directa debido a que se mueven en la misma frecuencia y son afectados por los mismo cambios sin embargo el comportamiento es diferente pues se tiene mayor oferta exportable sin embargo la ventaja comparativa y competitiva por parte de nuestro país en el mundo tiende a disminuir, esto se da debido a la competencia como Ecuador que es nuestro principal competidor a nivel mundial el cual nos lleva ventaja en participación en el mercado internacional.



La figura 22 muestra el costo de flete Estadounidense con respecto a la oferta exportable del jugo de maracuyá en el periodo del año 2000 – 2016 en datos mensual medidos en cantidades totales en kg., que conforman un total de 204, de lo cual se denota que tienen una relación directa debido a que Estados Unidos es nuestro principal país importador y es uno de los países a donde la mayor oferta exportable del jugo de maracuyá se dirige, sin embargo muestra también un comportamiento constante en determinados periodos, lo que nos da entender que el flete es un factor determinante directo de la oferta exportable por lo que ante un aumento o reducción siempre ira a la par porque los productores guían la cantidad que exportan respecto a los costos de transporte.



*Figura 23.* Oferta exportable de jugo de maracuyá de una empresa peruana AIB con respecto a la oferta exportable del jugo de maracuyá en el periodo del año 2000 -2016

Fuente: Elaboración propia

La figura 23 muestra la oferta exportable de jugo de maracuyá de una empresa peruana AIB con respecto a la oferta exportable del jugo de maracuyá en el periodo del año 2000 – 2016 en datos mensual medidos en cantidades totales en kg., que conforman un total de 204, de lo cual se denota que tienen una relación directa debido a que la empresa AIB aporta en grandes cantidades a nuestra oferta exportable total y tuvo un gran posicionamiento y participación hasta agosto del 2013, por lo cual muestra un comportamiento homogéneo, posteriormente las exportaciones de AIB respecto al producto en mención tuvo un comportamiento decreciente y esto se debe a su menor grado de participación y al presencia de otras empresas exportadoras con mayor participación como es el caso de Corporación LINDEY S.A. y Frutos Tongorrape S.A..

### 4.3. Discusión

- ✓ El presente proyecto de investigación resulta de gran importancia recalcar cuales son las variables económicas determinantes de la oferta exportable de jugo de maracuyá debido que se tiene una idea tradicional al referirse solamente a oferta exportable en base a cantidad y precios dejando de lado a variables económicas con gran influencia dentro del volumen exportado a los distintos mercados a nivel mundial.
- ✓ Otro punto importante que se debe mencionar es que para un gran número de empresarios y productores el tipo de cambio influye en su volumen exportable debido a que sus transacciones las realizan por moneda extranjera que en este caso es el dólar y en nuestro país en la actualidad su valor se redujo, sin embargo los resultados del modelo MCO aplicado para el producto de jugo de maracuyá muestra lo contrario, al indicar que el tipo de cambio no tiene relación con la oferta exportable y se mantiene constante en el tiempo, por lo que referimos a que esto se debe a que por vender un producto procesado y no un producto final los encargados de aumentar o reducir los precios y cantidades de los productos son los importadores, pues ellos son los que llegan al consumidor final.
- ✓ Finalizo mencionando que se debe de tomar en cuenta este tipo de investigaciones que son escasas en nuestras región y país, por lo que fomentara la investigación de la diversidad de productos que exporta el Perú y su comportamiento en el mercado internación, por otro lado un mayor interés de las instituciones y empresas al tener apoyo de proyectos de investigación para tener un mayor conocimiento e información en el proceso de producción y comercialización de sus productos exportados.

## V. Conclusiones

- ✓ Las variables económicas determinantes de la oferta exportable de jugo de maracuyá del Perú durante el periodo 2000 – 2016, tomadas en cuentas como candidatas para variables económicas determinantes aplicadas al modelo econométrico MCO explican con un 64.89% de ajuste el modelo con respecto a la oferta exportable, la estimación de los parámetro de los precios unitarios de Estados Unidos y Holanda, flete Estadounidense, Competencia Nacional, Competencia nacional, muestran una relación directa entre dichas variables y Oferta exportable esto se debe a que los principales mercados de destino del producto de jugo de maracuyá son los mencionados, en el caso del precio unitario de Puerto Rico ya está corregida mediante la estimación de precios con tendencia y es una variable significativa por la cual ya tiene relación directa con la oferta exportable pues es un mercado cercano y hay facilidades de transporte; con respecto a la variable de tipo de cambio muestra una relación inversa con respecto a la variable de oferta exportable, debido a que para las empresas exportadores de jugo de maracuyá no es muy relevante la depreciación del dólar por lo que no influye en las cantidades exportadas.
- ✓ El comportamiento de la oferta exportable del jugo de maracuyá en el periodo del año 2000 – 2016 en datos mensual medidos en cantidades totales en kg., que conforman un total de 204 datos, el cual tiene un comportamiento constante y en otro periodo muestra estacionalidad, pues solo en meses como son de enero a marzo y entre los meses de agosto a octubre existe mayor demanda por los mercados extranjeros respecto al producto de jugo de maracuyá debido a las estaciones del año que son diferentes a la de nuestro país y en otros casos a que es tiempo de cosecha y las empresas exportadoras prefieren cosechar en esas temporadas debido a la demanda que se presente.; respecto a los precios unitarios de cada país tomados en cuenta para este estudio, Estados Unidos presenta un comportamiento constante hasta el dato 118 en donde muestra una volatilidad teniendo una tendencia constante hasta el dato 204. Los cambios de precios se debe a que la oferta exportada es menor en los meses de abril a mayo y noviembre y diciembre por lo cual al haber una escases de producción el precio unitario tiene aumentar, por ende en los siguientes meses donde existe mayor producción por economía de escala permitirá que el precio unitario sea menor en otro caso el cambio del precio se pueden producir antes situaciones imprevistas, como la crisis económica u otro caso; en el caso de Puerto Rico presenta un quiebre y luego presenta una tendencia

decreciente, esto se debe a que entre el mes de mayo al 2009 hasta el mes de abril del año 2010 se elevó el precio unitario del jugo de maracuyá debido a que era temporada de cosecha y hubo escasas de oferta exportable, en lo que respecta a los demás meses se empezó con un precio unitario menor debido a que el costo de flete era menor por la cercanía del puerto de destino y por estrategias de métodos de entrada del producto hacia al país respectivamente, también tuvo que influir también mucho el crecimiento económico de Puerto Rico que le proporciona al país tener mayor disponibilidad para importar productos; y por último en el caso de Holanda se percibe que tiene un comportamiento constante desde el dato inicial, estacionalidad en la mayoría de datos y puntos de quiebres estructurales notorios en los datos en el mes de noviembre del 2008 existió una oferta exportable superior por lo que el precio cayó para luego recuperarse constantemente y llegar hasta su máximo precio unitario en el mes de octubre del año 2013 debido a que se fue temporada de cosecha y las cantidad exportada de jugo de maracuyá se redujo, es importante recalcar que este mercado es uno de los más atractivos debido a que se en esa zona se encuentra uno de los principales puertos de Europa por lo que le permite realizar gran comercialización a nivel mundial.

- ✓ La variable de Índice de Balassa el cual es un indicador que cuantificara si el Perú tiene ventaja comparativa en relación al mundo con respecto al producto de jugo de maracuyá del periodo del año 2000 – 2016 en datos mensuales y se denota que existe un quiebre estructural y una tendencia a la disminución, por lo que se identifica de que el Perú no tiene ventaja comparativa y competitiva en el mercado mundial con respecto al jugo de maracuyá esto se debe a que existen otros mercados más competitivos y con mayor participación en el mercado mundial de jugo de maracuyá por lo cual tendrá una mayor oferta exportable como por ejemplo el país ecuatoriano, respecto a la oferta exportable se puede observar que tienen relación directa debido a que se mueven en la misma frecuencia y son afectados por los mismo cambios sin embargo el comportamiento es diferente pues se tiene mayor oferta exportable sin embargo la ventaja comparativa y competitiva por parte de nuestro país en el mundo tiene a disminuir.

## VI. Recomendaciones

- ✓ Con la presente investigación se recomienda tener contacto con empresarios, inversionistas, instituciones públicas y privadas con el fin de proporcionar un modelo económico de oferta exportable de jugo de maracuyá el cual explica la grado de significancia que tienen las variables económicas utilizadas en la oferta exportable de dicho producto con el fin de tener un panorama claro del comportamiento de cada variable y de la oferta exportable total, de esta manera empresarios e inversionistas dedicados a este rubro podrán realizar una mejor toma de decisiones al comercializar este bien en los diferentes mercados internacionales.
- ✓ En la presente investigación se debe tomar en cuenta un punto muy importante que resalta en la teoría acerca de los certificados de calidad de nuestros principales importadores, en donde se resalta las condiciones y exigencias de calidad que nos imponen con el fin de realizar una comercialización exitosa.
- ✓ El estudio recomienda ser una base de investigación para realizarse teniendo en cuenta la variedad de productos que tiene el Perú, con el fin de obtener resultados claros y precisos del comportamiento de la oferta exportable de cualquier producto y sus variables económicas determinantes que fijan dicha oferta.
- ✓ Se recomienda tener en cuenta el presente estudio por parte de las empresas exportadoras de jugo de maracuyá del Perú, Instituciones y entidades, con el fin de tener una visión clara del comportamiento de las exportaciones de jugo de maracuyá en nuestro país respecto a sus tendencias a corto y largo plazo, por lo mismo se debe de tener en cuenta las variables económicas determinantes propuestas en la presente investigación para identificar cual tienen mayor relevancia en una exportación de este producto y que variable aporta a que se tenga un control en la cadena productiva y comercializadora.

## VII. Lista de referencias

- ADEX, Asociación de exportadores (2009). *ADEX*. Lima, Perú. Recuperado de: <http://www.adexperu.org.pe/>
- AMPEX. (2011). *Boletín Informativo Estadístico*. p. 28 – 29.
- ANDINA (2009, 18 de febrero). Inversionistas ecuatorianos y colombianos construyen planta de jugo de maracuyá en Olmos. *Andina*. Recuperado de: <https://andina.pe/agencia/noticia.aspx?id=218952>
- Baillo, A. (2009). Estadística. Recuperado de: [http://www.uam.es/personal\\_pdi/ciencias/abaillo/AmbEst/Tema3.pdf](http://www.uam.es/personal_pdi/ciencias/abaillo/AmbEst/Tema3.pdf)
- Bureau, V. (16 de diciembre de 2008). Nueva versión de la Norma ISO 9001. *Bureau veritas*. Recuperado de: [https://www.bureauveritas.com.ar/home/news/latest-news/nueva+version+iso+9001+2008+-+certificacion?presentationtemplate=bv\\_master\\_v2/news\\_full\\_story\\_presentation\\_v2](https://www.bureauveritas.com.ar/home/news/latest-news/nueva+version+iso+9001+2008+-+certificacion?presentationtemplate=bv_master_v2/news_full_story_presentation_v2)
- BusinessCol (2010). *www.businesscol.com*. Colombia. Recuperado de: <http://www.businesscol.com>.
- Carneiro, J. (2011) Determinants of Export Performance: a Study of Large Brazilian Manufacturing Firms. *Scielo Brazil*, 8(2), 107-132. Recuperado de: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1807-76922011000200002&script=sci\\_abstract](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1807-76922011000200002&script=sci_abstract)
- E-conomic.es (2002). Tipo de cambio. *E-conomic*. Recuperado de: <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-tipo-de-cambio>.
- Efxto. (2009). ¿Qué son las exportaciones?. *Efxto*. Recuperado de: <http://www.efxto.com/diccionario/e/3698-exportaciones>
- Gómez, M., Gómez L. & Schwentesius. (1995). *La producción y el mercado mundial del maracuyá*. En *La producción y el mercado mundial del maracuyá*.
- Heredia, J. (2010). *Determinantes de la Competitividad de las Empresas Agroindustriales del Espárrago*. Lambayeque, Perú.

- IICA. (2004). *Estrategia Boliviana para Acceder a Mercados Internacionales de Carne Bovina*.
- Indexmundi. (2011). Países Bajos Importaciones. *Indexmundi*. Recuperado de: [http://www.indexmundi.com/es/paises\\_bajos/importaciones.html](http://www.indexmundi.com/es/paises_bajos/importaciones.html)
- Lawrence & Phil. (2005). *South Africa's Export Performance: Determinants of Export supply. Africa Region*.
- Malassis. (1995). Cadena Productora. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/429/Definiciones%20de%20cadena%20productiva.htm>.
- Malca, O. (2000). *Seminario de Agronegocios - Maracuya*. Lima, Perú..
- MAXIMIXE. (2010). Exportaciones de jugo de maracuyá registran fuerte crecimiento. *MAXIMIXE*. Recuperado de: [/www.maximixe.com](http://www.maximixe.com).
- Mayorga, M. (2000). La técnica de datos de panel una guía para su uso e interpretación. *División Económica*.
- Ministerio de Agricultura. (2010). <http://www.minag.gob.pe>.
- Mora, V. (2008). *Análisis en la Elaboración de un Estudio de Mercado para realizar una operación de Exportación*. Recuperado de: [www.u-cursos.cl](http://www.u-cursos.cl).
- «Órgano Informativo de la Central de Abasto de Mexico.» *Revista Abasto de Mexico*, nº 18 (2005): 2.
- Ouliaris, S. (Junio de 2011). ¿Qué son los modelos económicos?. *Finanzas y Desarrollo*. Recuperado de: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2011/06/pdf/basics.pdf>.
- PENX. (2009). *Centro de Promoción y Distribución de Productos Peruanos en Brasil*.
- PROEXPANSION. (2007). *Maracuyá*. Recuperado de: [www.proexpansion.com](http://www.proexpansion.com).
- PROMPERU. (2009). *Requisitos sanitarios: Guía de Exportación de alimentos a la UE*.
- RTA, BID-ADEX. (2009). *Ficha de requisitos técnicos de acceso al mercado de ee.uu*.
- Zuñiga, J. (2008). *Estudio para la Elaboración de un Catálogo para la Oferta Exportable de Ancash*. MINCETUR. Ancash, Perú.

## VIII. Anexos

### Anexo 01: Panel fotográfico



Recolección del maracuyá fresco.



Capacitación de los productores de maracuyá del a zona Motupe – Olmos



Estudios genéticos del fruto para su posterior proceso en caso cumpla las condiciones sanitarias.



Presentaciones de jugo de maracuyá procesado para exportación de la empresa Quicornac S.A.



Ingenieros y Administradores encargados del funcionamiento de la empresa Quicornac S.A.



Empresa Agroindustrias AIB, ganador al Premio a la Excelencia Exportadora – Premio ADEX

## Anexo 02: Entrevistas

# Entrevista



Estimado Profesor Cesar Farías Soy estudiante de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo de la Escuela de Economía, el motivo por el cual me dirijo hacia su persona es para realizarle una entrevista acerca de su labor en una empresa exportadora de jugo de maracuyá Quicornac S.A., con la finalidad de aportar con la información que me proporcione a la realización de mi tesis que lleva por nombre, Análisis de Variables Económicas Determinantes de la Oferta Exportable del Jugo de Maracuyá en el Perú del periodo 2000 – 2011 para propuesta de Desarrollo de la cadena productiva y Comercialización orientada al Mercado Internacional, espero su apoyo y desde ya le agradezco su amabilidad.

### MODELO DE OFERTA EXPORTABLE

**1. ¿Qué entiende por oferta exportable?**

La oferta exportable es la cantidad que una empresa, productor o país envía a otro país con el fin de que sus productos sean comercializados en dicho mercado.

**2. ¿En alguna oportunidad utilizo un modelo de oferta exportable?**

No, pero sería interesante recibir un modelo de oferta exportable de los productos que exportamos.

**3. ¿Tiene entendido de algún modelo de oferta exportable acerca de un producto peruano?**

No, pero si he leído artículos para fomentar la oferta exportable de productos peruanos.

### OFERTA EXPORTABLE DE JUGO DE MARACUYÁ

**4. ¿Qué clase de maracuyá utiliza la empresa para procesar?**

Utilizamos dos tipos de maracuyá: Amarilla y morada para ser procesado en la empresa.

**5. ¿Cuáles son las exigencias de calidad que cumple su producto?**

Cumple con las certificaciones de calidad: ISO 9001, Certificación BPM, BASC Y HACCP

**6. ¿Qué variables económica cree usted influye para que su cantidad a producir aumente o disminuya?**

La crisis mundial, la demanda y el tipo de cambio

**7. Cuando existe escases de producción, ¿A qué medio requiere para poder cumplir con la cantidad demandada en el mercado?**

Cuando se presentan estas situaciones recurrimos a productos sustitutos, como exportaciones de Puré de mango

**8. ¿En qué año fue en la que mayor producción tuvo y a que se debió?**

El año 2010 fue en el que mayor producción se dio debido a que la participación que se tuvo en el mercado fue de 33.5 de 8 empresas exportadoras, con envíos superiores a 2.3 millones de dólares valor FOB y un volumen de 1,455 toneladas; esto se debe a que se capacitaron 13 distritos de Olmos del Proyecto de Olmos-

Tinajones, en convenio con el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) para incrementar el rendimiento de cultivo en la región.

## **CADENA PRODUCTIVA Y COMERCIALIZADORA**

**9. ¿En qué parte de la cadena productiva y comercializadora se encontraba usted cuando laboro en la empresa exportadora de jugo de maracuyá?**

Jefe de Comercio Exterior

**10. ¿La empresa cuenta con sus propias tierras, si ese fuese el caso que volumen producía?**

Si, En 1 hectárea se cosechan 30 toneladas las cuales presentan un costo de 20 solares que dan un total de 600.00 dólares

**11. ¿En qué estaciones del año son las que mayor se cosecha y es preferencial sembrar para usted maracuyá?**

Por ser un producto que tiene condiciones climáticas favorables se puede realizar la cosecha durante todo el año, pero la realizamos cuando los frutos alcanzan su madurez, y esto se nota porque pesan del color verde al amarillento, la corteza del fruto pierde firmeza y brillo, se desprende fácilmente al presionar el pedúnculo.

**12. ¿Cuánto es el costo de flete promedio que ha pagado por exportar jugo de maracuyá?**

El costo promedio es de \$ 4000.00

**13. ¿El comportamiento del tipo de cambio influye en su monto a exportar?**

En la mayoría de casos influye muchas veces

**14. ¿El precio unitario por Kilogramo exportado en cuanto estaba valorado y hacia qué mercado se dirigía?**

Los precios en valor FOB han ido decayendo a comparación del año 2010 y esto es una preocupación tanto para empresarios como productores, en abril del año 2010 estaba valorizado en US\$/KGR 4.10 para pasar a octubre del año 2011 a US\$/KGR 1.98; los principales mercados para le empresa son Holanda y Estados Unidos.

## **MERCADOS INTERNACIONALES**

**15. ¿Quiénes son sus principales compradores?**

Holanda y Estados Unidos

**16. ¿Qué exigencias de calidad le exige el mercado internacional?**

Certificaciones de calidad: ISO 9001, Certificación BPM, BASC Y HACCP y el mercado europeo Certificación GLOBAL GAP 4.1

**17. ¿Para usted cual es el mercado más atractivo a nivel internacional para enviar este producto?**

En América Estados Unidos y en Europa Holanda.

**18. ¿En qué época del año se demanda mayor producción de maracuyá en el mercado internacional?**

Entre los meses de marzo a octubre.

**19. ¿En qué año las ventas de jugo de maracuyá se vieron más perjudicadas y a qué problema se debió?**

En el año 2011 se vieron perjudicadas las ventas debido a un exceso de demanda en la producción por lo cual el precio del jugo de maracuyá cayó.

# Entrevista



Estimada Mónica Benavidez perteneciente a la Institución ADEX, Soy estudiante de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo de la Escuela de Economía, el motivo por el cual me dirijo hacia su persona es para realizarle una entrevista para conocer su opinión sobre la oferta exportable regional , con la finalidad de aportar con la información que me proporcione a la realización de mi tesis que lleva por nombre, Análisis de Variables Económicas Determinantes de la Oferta Exportable del Jugo de Maracuyá en el Perú del periodo 2000 – 2011 para propuesta de Desarrollo de la cadena productiva y Comercialización orientada al Mercado Internacional, espero su apoyo y desde ya le agradezco su amabilidad.

## MODELO DE OFERTA EXPORTABLE

### 1. ¿Qué se entiende por oferta exportable en nuestra región?

La oferta exportable es la capacidad de una empresa de ofertar sus productos en el extranjero, teniendo en cuenta su disponibilidad económica y manejo de producción.

### 2. ¿Cuáles son las variables económicas que se deben de considerar en la oferta exportable?

Si hablamos de variables económicas es principal mencionar la capacidad económica y financiera, capacidad de gestión y sus volúmenes de producción.

### 3. ¿Cree usted que sería importante que exista análisis de datos estadísticos de la oferta exportable regional? ¿Porque?

Creo que si definitivamente con el tema de la globalización y hay más facilidades de contacto y siempre van a llegar instituciones tipo gremio y necesitaran contactos por lo cual es de gran necesidad tener una data estadística, por eso es de gran importancia y debería haber una información real desde la producción del agricultor para tener datos reales.

### 4. ¿Para qué agentes o instituciones sería importante información de oferta exportable?

Para todos, entre ellos están inversionistas, para instituciones como nosotros, estudiantes, entre otros lo cual le permitirá saber el comportamiento de los diferentes productos a nivel nacional por eso mismo nosotros damos herramientas a los exportadores para que pueda realizar sus comercializaciones.

### 5. ¿Cree usted que las empresas de la región analizan la oferta exportable de la cadena productiva a la que pertenecen?

Creo que no porque hace falta información, por ejemplo nosotros contamos con un software el cual nos permite obtener información de la cadena productiva de los diferentes productos, sin embargo la mayoría de las empresas de la región no cuenta con este tipo de herramientas que le permite estar actualizado del comportamiento de sus productos en el mercado exterior.

**6. ¿Cómo se da a conocer la oferta exportable de nuestra región?**

La oferta exportable de nuestra región gracias a las diferentes instituciones entre Adex, ampex, mincetur, dircetur para fomentar la comercialización de los diferentes productos unidos también con universidades como la USAT y Universidad de Lambayeque, entre otros entes que trabajando unidos nos permite realizar un mejor trabajo para poder dar a conocer la oferta exportable de nuestra región con datos reales y específicos.

**7. ¿En alguna oportunidad realizo o utilizo un modelo económico de oferta exportable?**

Sería cuestión de consultarlo en Lima porque tenemos un área de estudios económicos por lo cual debería manejar este tipo de investigaciones, pero también realizamos un directorio todos los años donde se detalla los diferentes productos con información detallada y general.

**8. Si analizamos la oferta exportable considerando variables económicas como precio, volumen, flete, tipo de cambio, competitividad, y ventaja comparativa ¿En qué cree usted que podría aportar este modelo de oferta exportable para su institución y exportadores del Perú?**

Creo que va afectar, el tema del volumen es algo importante y las demás variables también debido a que ante cambios en las variables económicas tendrán una influencia directa y tal vez en algunos casos esta sea significativa, en el caso del tema de los costos de flete si es de gran importancia ya que es un punto importante dentro de la comercialización y el cual te permitirá aumentar o reducir tu monto de exportar.

**9. ¿Tiene entendido de algún modelo de oferta exportable acerca de un producto peruano?**

Sería cuestión de conversar con el especialista del área de estudios económicos de Lima si contamos con algún modelo de oferta exportable, pero por el momento no conozco ninguno.

**10. ¿En qué cree usted que podría aportar un modelo de oferta exportable para su institución y exportadores del Perú?**

Sería interesante porque nos permitirá ver un mayor análisis de las diferentes variables, porque por ejemplo a nosotros llegan empresarios que desean este tipo de información y sería muy importante poder darles a nuestros socios un modelo de oferta exportable donde se le detalle todo lo deseado.

**11. ¿Sería de interés de la institución llevar a cabo análisis de información a través de Proyectos con nuestra Universidad? ¿De qué manera apoyaría la institución?**

Nosotros tenemos algunos socios por lo cual podríamos contactar con los empresarios para que les brinden información acerca de su producción porque las empresas son muy reservadas con ello y por otro lado si el empresario desea tener información de la oferta exportable de un producto se le podría contactar con el estudiante y se genere la relación.

## OFERTA EXPORTABLE DE JUGO DE MARACUYÁ

### 12. ¿Está informado de como es el comportamiento de la oferta exportable de jugo de maracuyá en la actualidad?

Justo Quicornac es uno de nuestros socios y por lo que tenemos entendido que hace 2 años promovieron el maracuyá por todo el norte por lo que hubo una sobreproducción y género que el precio se reduzca por lo cual se debe de medir el volumen de exportar.

### 13. ¿Está informado de las exigencias de calidad que cumple el jugo de maracuyá en el mercado internacional? ¿Cuál es su opinión?

Solo es importante conocer hacia qué mercado va, debido a que todos los mercados no son homogéneos, por ejemplo nosotros en nuestra página web contamos con información de los requisitos de calidad que te va a pedir cada mercado.

### 14. ¿Qué variables económicas cree usted influyen para que la cantidad a producir de jugo de maracuyá aumente o disminuya?

Precio, la promoción que se hace al producto, cuando trabaje en Agroindustrias A & B y se promovió la oferta pero también es importante que la empresa tenga su propias tierras lo cual le permitirá tener una oferta segura y no confiarse de los productores.

### 15. Cuando existe escases de producción, ¿A qué medio se puede recurrir para poder cumplir con la cantidad demandada en el mercado?

Lo que se hace es tener la siembra propia y sería bueno tener una radio de acción para poder irse a otros campos para traer producción y poder cumplir con la cantidad demandada.

## CADENA PRODUCTIVA Y COMERCIALIZADORA

### 16. ¿Qué se entiende por cadena productiva?

Es conocer los todos los actores que intervienen en el proceso de producción de un producto.

### 17. ¿Qué parte de la cadena productiva y comercializadora es la más importante a su perspectiva?

El cliente, porque siempre que vas a tener un enfoque de demanda en donde estarán todos tus compradores.

### 18. ¿Conoce de empresas exportadoras de jugo de maracuyá? ¿Cuáles?

Quicornac, agroindustrias A&B, Gandules, entre otras.

### 19. ¿Cómo cree usted que un modelo económico de oferta exportable aportaría a la cadena productiva y comercializadora de un producto?

Con la identificación de las variables que repercuten con gran significancia en la oferta, como por ejemplo si aumenta el costo de flete o el del tipo de cambio en cuanto varia la oferta exportable.

**20. ¿Cree usted que la cadena productiva y comercializadora de la diversidad de productos de la región es eficiente? ¿Por qué?**

No aun no, nos falta tener mayor información, tener más acceso a la información real que proporcionan las empresas.

## **MERCADOS INTERNACIONALES**

**21. ¿Qué exigencias de calidad le exige el mercado internacional?**

Existen muchas exigencias de calidad por lo que cada vez nos piden más certificados de calidad, por lo que contamos con nuestra página web contamos con información de los requisitos de calidad que te va a pedir cada mercado.

**22. ¿Para usted cual es el mercado más atractivo a nivel internacional para enviar este producto?**

En la actualidad el mercado latinoamericano es uno de los más atractivos para enviar este tipo de productos, debido a que Europa está en crisis, Estados Unidos aún no está estable, Canadá es un mercado muy atractivo pero pide demasiadas exigencias de calidad.

**23. ¿En qué época del año cree usted se demanda mayor producción de maracuyá en el mercado internacional?**

En las épocas de verano.

# Entrevista



Estimado Eduardo Elera perteneciente a la Institución Dircetur, Soy estudiante de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo de la Escuela de Economía, el motivo por el cual me dirijo hacia su persona es para realizarle una entrevista para conocer su opinión sobre la oferta exportable regional, con la finalidad de aportar con la información que me proporcione a la realización de mi tesis que lleva por nombre, Análisis de Variables Económicas Determinantes de la Oferta Exportable del Jugo de Maracuyá en el Perú del periodo 2000 – 2011 para propuesta de Desarrollo de la cadena productiva y Comercialización orientada al Mercado Internacional, espero su apoyo y desde ya le agradezco su amabilidad.

## MODELO DE OFERTA EXPORTABLE

### 1. ¿Qué se entiende por oferta exportable en nuestra región?

La oferta exportable es asegurar y disponer los productos que demandan tus clientes en el exterior, lo cual va a permitir que se cumpla no solo para una sola operación sino estar permanente en el tiempo.

### 2. ¿Cuáles son las variables económicas que se deben de considerar en la oferta exportable?

Son muchas, si hablamos de volumen exportable, mencionamos también calidad de insumos, de precios, diversificación de productos, eso vendría a ser lo principal pero también vendrían a intervenir otras variables como la logística.

### 3. ¿Cree usted que sería importante que exista análisis de datos estadísticos de la oferta exportable regional? ¿Porque?

Es de gran importancia porque ello nos va a permitir tomar decisiones, ver el comportamiento de un producto durante el tiempo, permite elaborar planes de negocios, también hacia qué zonas podremos diversificar nuestros productos.

### 4. ¿Para qué agentes o instituciones sería importante información de oferta exportable?

Para todos pero en especial a mi punto de vista es para los inversionistas, ya en segundo plano vendrían a intervenir nuestros agricultores para que tengan información pues ellos son la principal fuente motivadora.

### 5. ¿Cree usted que las empresas de la región analizan la oferta exportable de la cadena productiva a la que pertenecen?

Las empresas exportadoras si, conozco a empresas que conocen de todo acerca de su cadena productiva.

### 6. ¿Cómo se da a conocer la oferta exportable de nuestra región?

La oferta exportable de nuestra región se da a conocer mediante catálogos o ferias internacionales las cuales le permite a los empresarios dar a conocer sus productos en el mercado mundial.

### 7. ¿En alguna oportunidad realizo o utilizo un modelo económico de oferta exportable?

Realizamos solo un catálogo de oferta exportable fomentando las exportaciones de nuestra región con información completa, pero no un modelo económico en sí.

**8. Si analizamos la oferta exportable considerando variables económicas como precio, volumen, flete, tipo de cambio, competitividad, y ventaja comparativa ¿En qué cree usted que podría aportar este modelo de oferta exportable para su institución y exportadores del Perú?**

Para mí lo principal es que sean competitivos, si no son competitivos desde una buena gestión comercial pienso que no habría una buena oferta exportable.

**9. ¿Tiene entendido de algún modelo de oferta exportable acerca de un producto peruano?**

No, solo de catálogos que se realizan con el fin de incentivar la oferta exportable.

**10. ¿En qué cree usted que podría aportar un modelo de oferta exportable para su institución y exportadores del Perú?**

En que un modelo de oferta exportable podría servir para tener información de cómo se comportaría la oferta en los mercados internacionales y por parte de los exportadores tendrían una mayor seguridad para la toma de sus decisiones al instante de comercializar.

**11. ¿Sería de interés de la institución llevar a cabo análisis de información a través de Proyectos con nuestra Universidad? ¿De qué manera apoyaría la institución?**

Somos una institución que promueve las exportaciones en Lambayeque, por lo que apoyo económico no lo damos, sin embargo por ser institución del estado apoyamos con información y datos que permitan el desarrollo de las investigaciones.

## **OFERTA EXPORTABLE DE JUGO DE MARACUYÁ**

**12. ¿Está informado de como es el comportamiento de la oferta exportable de jugo de maracuyá en la actualidad?**

Si por lo que tengo entendido ha ido incrementando su participación el mercado internacional y que sus exportaciones varían dependiendo la cantidad demandada por los principales importadores.

**13. ¿Está informado de las exigencias de calidad que cumple el jugo de maracuyá en el mercado internacional? ¿Cuál es su opinión?**

En los mercados europeos y americanos son exigentes en lo que respecta a salubridad y calidad del producto.

**14. ¿Qué variables económicas cree usted influyen para que la cantidad a producir de jugo de maracuyá aumente o disminuya?**

La competitividad.

**15. Cuando existe escases de producción, ¿A qué medio se puede recurrir para poder cumplir con la cantidad demandada en el mercado?**

Son decisiones que le competen a cada empresa, pero desde mi punto de vista el exportador debe estar seguro de su cantidad segura a exportar y no esperanzarse a otros productores.

## **CADENA PRODUCTIVA Y COMERCIALIZADORA**

### **16. ¿Qué se entiende por cadena productiva?**

Son todos los actores que intervienen en la producción y comercialización de un producto.

### **17. ¿Qué parte de la cadena productiva y comercializadora es la más importante a su perspectiva?**

El productor porque el resto ya va agregando poco a poco a la comercialización.

### **18. ¿Conoce de empresas exportadoras de jugo de maracuyá? ¿Cuáles?**

Las principales son Quicornac, agroindustrias A&B, Gandules y hay varias.

### **19. ¿Cómo cree usted que un modelo económico de oferta exportable aportaría a la cadena productiva y comercializadora de un producto?**

El inversionista estaría más informado lo cual le permitiría realizar mejor toma de decisiones sobre su producto.

### **20. ¿Cree usted que la cadena productiva y comercializadora de la diversidad de productos de la región es eficiente? ¿Por qué?**

Se tendría que analizar diferentes aspectos, porque tendríamos que analizar la cadena de la distribución física internacional y en algunos casos existen deficiencias ante equipos u otros aspectos.

## **MERCADOS INTERNACIONALES**

### **21. ¿Qué exigencias de calidad le exige el mercado internacional?**

La tendencia en la actualidad es a lo GREEN que se entiende por eso a los productos saludables, como productos orgánicos.

### **22. ¿Para usted cual es el mercado más atractivo a nivel internacional para enviar este producto?**

Se tendría que analizar el tipo de producto y a los mercados donde se podría ofertar dicho producto.

### **23. ¿En qué época del año cree usted se demanda mayor producción de maracuyá en el mercado internacional?**

En las épocas de verano.

### Anexo 03: Normas de presentación del informe de tesis

1. **FORMATO:** Papel A-4, blanco, letra Belwe Lt Bt 12 para el texto. Letra Belwe Lt Bt 10 *cursiva*, para las transcripciones de las declaraciones de los entrevistados.
2. **MARGEN:** Izquierda y superior 3.5 cm. Derecha e inferior 3 cm.
3. **ESPACIO:** Espacio y medio (1.5) para el texto. Espacio simple para las transcripciones y bibliografía.
4. **PÁGINA:** Todas las hojas del trabajo, a partir de la carátula deben ser contadas, más no numeradas. La numeración es a partir de la primera hoja de la parte textual (I. Información General), en la parte superior derecha con número arábico.
5. **ABREVIATURA EN SIGLAS:** Cuando aparecen por primera vez, se denotan por extenso y luego sólo abreviatura o la sigla entre paréntesis.
6. **FIGURAS:** Identificación en la parte inferior seguida de su número arábico y su título. Si fuera tablas, identificación en la parte superior, seguida de su número arábico y su título. Debe ser colocado lo más próximo al párrafo referido.
7. **PIE DE PÁGINA:** se utilizará para aclarar términos (abreviaturas).
8. **BIBLIOGRAFIA:** El estilo para citar autores será APA.

*NOTA: La impresión del impreso original debe ser de buena calidad: láser o tinta de inyección.*