



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**“PRECIOS DE VENTA INTERNACIONAL DE LOS ESPÁRRAGOS
FRESCOS Y LA EXPORTACIÓN PERUANA, 2011 – 2016”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTOR:

MORANTE MOSCOSO, CHRISTIAN DANIEL

ASESOR:

DR. GOICOCHEA ESPINOZA, LUCIO MANUEL

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA-PERÚ

2018



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
DICTAMEN DE SUSTENTACIÓN DE DESARROLLO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
N° 58- 2018/EP-NI-DPI

El presidente y los miembros del Jurado Evaluador designado con Resolución Directoral N° 171-2018-UCV- LN/EP-NI-DPI de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales acuerdan:

PRIMERO:

Aprobar por unanimidad ()
Aprobar por mayoría ()
Desaprobar ()

El Desarrollo de Proyecto de Tesis presentado por el (la) estudiante: MORANTE MOSCOSO CHRISTIAN DANIEL, denominado:

**““PRECIOS DE VENTA INTERNACIONAL DE LOS ESPÁRRAGOS
FRESCOS Y LA EXPORTACIÓN PERUANA, 2011 – 2016””**

SEGUNDO: Al culminar la sustentación, el (la) estudiante obtuvo el siguiente calificativo:

NÚMERO	LETRAS	CONDICION
14	CATORCE	APROBAR POR UNANIMIDAD

Presidente MAESTRO: GUERRA BENDEZU, CARLOS ANDRES

Firma

Secretario MAESTRO: MALDONADO CUEVA, PERCY DAVID

Firma

Vocal MAESTRO: BERTA HINOSTROZA, MIKE PAUL

Firma

Los Olivos, miércoles, 11 de Julio de 2018

DEDICATORIA

Dedicado a mi familia, la cual fue quien me apoyó desde el principio con mis estudios, inculcaron en mí los valores más importantes, también a mi esposa e hijo quienes son mis motivos para ser cada vez mejor.

AGRADECIMIENTO

Agradecimientos a mis profesores por compartir sus conocimientos, a mis asesores por su dedicación y paciencia.

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo Christian Daniel Morante Moscoso con DNI N° 70552877, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

_____ Lima, 04 de junio del 2018

Christian Daniel Morante Moscoso

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de las Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Precios de venta internacionales de los espárragos frescos y la exportación peruana, 2011 – 2016”. Fue elaborada con el objetivo de determinar los factores influyentes para la variabilidad en la exportación de espárragos, uno de los productos banderas del Perú, y de esta forma asegurar siempre contar con un buen índice de exportación.

Esta tesis será muy importante para quienes deseen determinar ¿Qué relación existe entre el precio de venta internacional y la exportación de espárragos en el Perú, 2011 - 2016?

Christian Daniel Morante Moscoso

INDICE

I. INTRODUCCIÓN	13
1.1 Realidad problemática	13
1.2 Trabajos Previos	14
1.2.1 Antecedentes Nacionales	14
1.2.2 Antecedentes Internacionales	15
1.3 Teorías relacionadas al tema	16
1.3.1 Precio de Venta Internacional	16
1.3.2 Exportación:	19
1.4 Formulación del Problema	21
1.4.1 Problema General:	21
1.4.2 Problemas específicos:	21
1.5 Justificación del estudio	21
1.6 Hipótesis	21
1.6.1 General	21
1.6.2 Específicas	21
1.7 Objetivos	21
1.7.1 General	21
1.7.2 Específicos	22
II. METODO	22
2.1 Diseño de investigación	22
2.2 Variables, operacionalización	23
2.3 Población y muestra	24
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	24
2.5 Métodos de análisis de datos	24
2.6 Aspectos Éticos	25
III. RESULTADOS	26
3.1 Resultados de indicadores	26
3.1.1 Resultados de precios de venta internacional del espárrago fresco en Estados Unidos	26
3.1.2 Resultados de precios de venta internacional del espárrago fresco en Alemania	27

3.1.3	Resultados de precios de venta internacional del espárrago fresco en el Reino Unido	28
3.1.4	Resultados de los volúmenes de exportación del espárrago fresco en el mercado estadounidense.	30
3.1.5	Resultados de los volúmenes de exportación del espárrago fresco en el mercado alemán	31
3.1.6	Resultados de los volúmenes de exportación del espárrago fresco en el Reino Unido	32
3.2	Resultados de correlación	34
3.2.1	Resultado de correlación entre el precio de venta internacional y la exportación de los espárragos frescos al mercado estadounidense	34
3.2.2	Resultado de correlación entre el precio de venta internacional y la exportación de los espárragos frescos al mercado alemán	34
3.2.3	Resultado de correlación entre el precio de venta internacional y la exportación de los espárragos frescos al mercado del Reino Unido	35
IV.	DISCUSIÓN	36
V.	CONCLUSIÓN	37
VI.	RECOMENDACIONES	38
VII.	REFERENCIA BIBLIOGRAFICA	39
	ANEXOS	43

INDICE DE TABLAS

TABLA 1: <i>Operacionalización de variables</i>	24
TABLA 2: <i>Precio de venta internacional del espárrago peruano en Estados Unidos, 2011 - 2016</i>	26
TABLA 3: <i>Precio de venta internacional del espárrago peruano en Alemania, 2011 - 2016</i>	27
TABLA 4: <i>Precio de venta internacional del espárrago peruano en el Reino Unido, 2011 - 2016</i>	29
TABLA 5: Volúmenes de exportación de espárragos a Estados Unidos, 2011 - 2016	30
TABLA 6: Volúmenes de exportación de espárragos a Alemania, 2011 - 2016	31
TABLA 7: Volúmenes de exportación de espárragos en el Reino Unido, 2011 - 2016	33
TABLA 8: Correlación entre el volumen exportado y el precio de venta Internacional de espárragos al mercado estadounidense, 2011 - 2016	34
TABLA 9: Correlación entre el volumen exportado y el precio de venta Internacional de espárragos al mercado alemán, 2011 - 2016	34
TABLA 10: Correlación entre el volumen exportado y el precio de venta Internacional de espárragos al Reino Unido, 2011 - 2016	35

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Precio de venta internacional del espárrago peruano en Estados Unidos, 2011 - 2016	26
Figura 2: Precio de venta internacional del espárrago peruano en Alemania, 2011 - 2016	28
Figura 3: Precio de venta internacional del espárrago peruano en El Reino Unido, 2011 - 2016	29
Figura 4: Volúmenes de exportación de espárragos a Estados Unidos, 2011 - 2016	30
Figura 5: Volúmenes de exportación de espárragos a Alemania, 2011 - 2016	31
Figura 6: Volúmenes de exportación de espárragos en el Reino Unido, 2011 - 2016	33

RESUMEN

La presente investigación fue elaborada con la finalidad de afirmar la relación que existe entre el precio de venta internacional y la exportación de espárragos frescos, 2011 - 2016.

En la investigación se implementó el diseño no experimental o también llamado ex post-facto, debido a que solo se recopilaron datos ya estudiados de fuentes que aportan al estudio. Se evaluaron las variables precio de venta internacional y exportación del espárrago fresco. Se busca correlacionar y determinar la relación existente del precio de venta internacional y la exportación de este modo dar conocimiento de las variaciones en los volúmenes de exportación de espárragos frescos.

Por último, mediante el análisis de los detalles recogidos y correlacionados se llega a la conclusión que la investigación resulta positiva, existe relación entre el precio de venta internacional del espárrago fresco y la exportación en volumen de este producto.

Mediante el uso de gráficos y tablas nos basaremos para la medición de los indicadores los cuales son el precio de venta internacional y el volumen exportado en los años 2011-2016.

Palabras clave: Precio de venta internacional, Exportación. Comercio Internacional, Espárragos Frescos

ABSTRACT

The present investigation was elaborated with the purpose of affirming the relationship that exists between the international sale price and the export of fresh asparagus, 2011 - 2016. In the research, the non-experimental design or also called ex post-fact was implemented, because only data already studied were collected from sources that contribute to the study. The variables of international sales price and export of fresh asparagus were evaluated. The aim is to correlate and determine the existing relationship of the international sales price and the export in this way to inform about the variation in export volumes of fresh asparagus. Finally, by analyzing the details collected and correlated, it is concluded that the research is positive, there is a relationship between the international sales price of fresh asparagus and the export volume of this product.

Through the use of graphs and tables we will base ourselves for the measurement of the indicators, which are the international sales price and the volume exported in the years 2011-2016.

Keywords: International sale price, Exportation. International Trade, Fresh Asparagus

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

El subsector agro es uno de los más dinámicos de las exportaciones peruanas que ha mostrado crecimientos en el 2016, en las que se destaca productos como las paltas y por otra parte uno de nuestros emblemáticos productos como los espárragos han caído en valor de exportación.

El espárrago cuyo nombre científico *Asparagus officinalis* de la familia *Asparagaceae* y subpartida arancelaria 0709200000 es importante dentro de nuestra canasta exportadora en los últimos años al punto de ser hoy ser líderes mundiales.

El espárrago es una planta herbácea perenne (es una planta que vive durante más de dos años), de follaje muy ramificado y aspecto plumoso. Su cultivo dura bastante tiempo en el suelo, del orden de 8 a 10 años, desde el punto de vista de vida económica rentable.

El producto es una espectacular fuente de fibra y de ácido fólico, lo que significa que al consumirlo mantiene la piel más saludable y resistente. Tienen además cromo, oligoelementos que mejoran la circulación de la sangre y como si fuera poco, vitaminas A, C, E y K. Previenen el cáncer y son un diurético natural.

Los mayores consumidores e importadores de este producto a nivel global serían Alemania, Estados Unidos, Japón, Francia, Suecia.

Otros países con menor demanda en términos de importaciones son España, Dinamarca, Países Bajos, Bélgica, entre otros.

En el Perú se producen espárragos cumpliendo los estándares internacionales de calidad, los cuales son altamente demandados por comensales extranjeros, en cualquiera de sus tres presentaciones: frescos o refrigerados, cocidos en agua o vapor, congelados, y preparados o conservados sin congelar. La presentación más requerida es el espárrago fresco.

El comercio exterior peruano sigue creciendo y dinamizando la economía del país. En octubre de 2017, las exportaciones e importaciones aumentaron por lo que entre los meses de enero y octubre del presente año el comercio exterior superó los US\$ 68,000 millones, creciendo en un buen porcentaje, similar al anterior período del 2016.

Se prevé que las exportaciones superarían los US\$ 44 mil millones hacia fin de año con un mayor porcentaje que en 2016. El crecimiento de las exportaciones obedece al aumento de los volúmenes exportados de sectores como la pesca y los hidrocarburos, y la mejora de los precios internacionales.

Estados Unidos es uno de los países que recibe más porcentaje del total de nuestros envíos al exterior. En segundo lugar, se encuentran los Países Bajos, con US\$ 23 millones y un valor de crecimiento respecto al primer semestre del año pasado. En tercer lugar, hallamos al Reino Unido, con un valor de US\$ 9 millones. En dicho periodo, las principales empresas exportadoras fueron Complejo Agroindustrial Beta S.A., con un monto de US\$ 15 millones y; Camposol S.A. US\$ 12 millones, Danper Trujillo S.A.C. US\$ 8 millones y Global Fresh S.A.C. US\$ 7 millones.

En el periodo de enero-mayo, se produjeron 159 millones de kilos de espárragos, un porcentaje mayor que lo producido el año pasado en ese periodo. Es preciso destacar que entre los principales departamentos donde se cosecha este producto se encuentran La libertad, Ica y Lima, los cuales se presenta más producción nacional, respectivamente.

Estudios sobre los precios de octubre del año 2017, realizado por la Gerencia Regional de Agricultura - La Libertad, se verifica un promedio de s/.3.18 con un máximo de S/.4.50 y un mínimo de S/.2.00 el kilo de espárragos blanco, y un promedio de S/.4.36, con un máximo de S/.7.00 y un mínimo de S/.2.50 el kilo de espárragos verdes.

La caída de exportaciones del espárrago y volatilidad de los precios internacionales por mercado nos obliga a conocer las tendencias de precios para saber si se están atendiendo los mercados de forma estratégica. Motivo por el cual la presente investigación pretende conocer la relación entre los precios y exportaciones por mercado para evaluar su rentabilidad y proyección.

1.2 Trabajos Previos

1.2.1 Antecedentes Nacionales

En una investigación por Zamorano, el director ejecutivo del Instituto Peruano del Espárrago y Hortalizas (IPEH), sobre "Las estrategias de marketing de los principales gremios Agroexportadores" concluye que, gracias a la constante producción de espárragos en el Perú y la variación de la demanda, podría contrarrestarse con promociones en precios.

Indica que no existe una estrategia conjunta, como gremio, de marketing en el exterior, Desde este punto opina que, aunque el Perú sea uno de los principales exportadores de esta hortaliza, se debería trabajar con los productores de espárragos de Estados Unidos, México y Alemania, entre otros países para promocionar el consumo de espárragos en Estados Unidos y Europa.

Al respecto, apuntó que debería realizarse un análisis por cada estado de las épocas en que se consume menos espárragos. "Teniendo el Perú la posibilidad de producir todo el año esta hortaliza, sí se podría trabajar temas de promoción."

Según Gonzales (2012) en su tesis llamada "Efectos de la Restitución Arancelaria (Drawback) en la Cantidad exportada de Espárrago hacia Estados Unidos: El caso peruano período junio de 1995 - setiembre de 2010", en el cual los objetivos son: 1) plantear un modelo económico que explique la dinámica de la exportación del espárrago fresco hacia su principal destino: Estados Unidos; 2) Hacer uso de una metodología econométrica alternativa para el desarrollo de un modelo teórico en la exportación de este producto; y 3) Dar a conocer los principales factores que influencia en la exportación del espárrago peruano hacia Estados Unidos. Se llegó a la conclusión que los distintos factores que influyan al precio del producto pueden influenciar en la cantidad demandada y exportada de este.

Según Blanco (et. al p. 77) en el proyecto de exportación de espárragos a Florida, manifiesta que respecto a las importaciones de espárragos verde fresco de Estados Unidos, estas se han incrementado en 20% aproximadamente en los últimos 5 años, siendo Perú el principal abastecedor con una participación del 60% en el 2004, seguido de México con 37%.

Según Izquierdo (2016) en su tesis de titulación para la Universidad César Vallejo, "El precio y su efecto en las exportaciones peruanas de oro y cobre, período 2010-2015". De enfoque cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental. Con el objetivo de analizar la variación de los precios y su efecto en las exportaciones peruanas de oro y cobre, período 2010 - 2015. Concluyó que: "La variación de precios del oro sí tiene relación con el volumen exportado peruano".

1.2.2 Antecedentes Internacionales

En la tesis realizada por Carrera (2002, p.53), Titulada "Análisis de los Mercados Potenciales para Espárrago producido en la zona de Zapotal, Península de Santa Elena", el cual tiene como objetivo de investigación determinar los compradores potenciales para el espárrago, concluye que los mayores importadores son Alemania, Estados Unidos, Japón, Francia y Suecia.

Según el Reporte Sectorial - Banco Wiese Sudameris con el tema "Espárragos, busca consolidarse como el primer exportador mundial" se afirma lo siguiente: Nuestro país

mantiene considerables ventajas competitivas, tales como: bajos costos de mano de obra, los más altos rendimientos del mundo, producción en contra-estación y condiciones climáticas favorables, que le han permitido mantenerse en un lugar de preponderancia a nivel mundial. Con lo que concluimos que la variación del precio es importante.

Según Bravo (2007, p. 37) con su tesis Creación de una empresa de producción de espárragos para su comercialización en los Estados Unidos, realizado en Quito para la obtención de Masters en administración de empresas MBA manifiesta que el Perú destina la mayor parte de su producción a la exportación, tiene muy poco consumo interno. Perú es el país que más ha crecido en materia productiva en la última década. Su producción, entre 1994 y 2004, se incrementó un 44 por ciento, con una notable preponderancia de su rendimiento, lo cual lo coloca como el principal exportador de espárragos a nivel mundial.

También como menciona Carrera (2002, p. 24) en su tesis de grado, "Análisis de los mercados Potenciales para Espárrago", los cuales tiene como objetivos: 1.-Cuantificar la producción de dicha área, 2.- Determinar el flujo Post- Cosecha y la Cadena de Comercialización para el espárrago (*Asparagus officinalis*) de acuerdo al mercado de consumo. 3.- Analizar los requerimientos de los diferentes mercados internacionales, indica en algunos de sus análisis que algunas empresas cuya actividad principal solía ser únicamente la comercialización de espárrago, han dejado de comprar a los productores nacionales, ya que han optado por la importación de esta Liliaciae desde el Perú, lugar donde se siembran grandes extensiones de espárrago, con mayores rendimientos por las condiciones climáticas y precios más baratos en los costos de producción.

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Precio de Venta Internacional

Según Díaz, I., Rondán, F., Díez, E., (2013) En definitiva, el precio de venta representa, desde el punto de vista del comprador, la cantidad de recursos (expresada normalmente en dinero, aunque también podría consistir en productos y servicios) que es necesario sacrificar o entregar para adquirir la propiedad o el derecho de uso y disfrute de un producto y/o servicio, y desde el punto de vista de vendedor, la cantidad de recursos (dinero, productos y/o servicios) obtenidos por la venta de un producto y/o servicio. El precio posee una naturaleza fundamentalmente económica, y representa el sacrificio monetario que es preciso realizar para obtener un determinado producto.

También como lo menciona Gonzales (2009) “la fijación de precio es el proceso de determinar la cantidad de dinero por la cual se venderá el producto, basada en los costos de producción y comercialización de ese producto, equilibrándola con respecto a la que el mercado pueda aceptar”.

Se trata de economías en las que las exportaciones son principalmente las de bienes manufacturados con una larga cadena de valor (etapas de producción y empleo correspondiente). O sea, cuando aumenta la exportación “arrastra” directa e indirectamente el incremento de la producción y el empleo de casi todas las actividades económicas.

Kurtz (2012, p. 648) indica que el FOB es una forma de cotización de precios que no contiene cobros de envío.

Según Gómez (1994, p.32 - 33) menciona que:

La determinación de precios en las frutas y vegetales frescos es un proceso muy dinámico y que el precio es fijado teniendo en cuenta las condiciones de mercado de destino en términos de la disponibilidad del producto en volumen y calidad.

Según el Minagri los precios de Espárrago pagados a productor en enero del 2002 fueron de S/. 1.88 por Kg. y en diciembre del 2006 subió a S/. 2.62 por Kg. Registrándose un crecimiento con variaciones constantes mes a mes; en estos dos últimos años los precios del espárrago fueron muy fluctuantes.

Gracias a Trademap, podemos verificar la cantidad de exportaciones y el valor de estos. VER ANEXO 3, 4 y 5

1.3.1.1 Precio de venta para el mercado estadounidense

Lo que sabemos de los consumidores estadounidenses es que han cambiado a partir de la crisis mundial, esto aumentó la sensibilidad a los precios de los consumidores estadounidenses, lo que les llevó a cambiar las marcas habituales por algunas menos costosas, creando una nueva tendencia. También se ha tomado más importancia al medio ambiente, y sobre todo a la alimentación ya que se está consumiendo más productos naturales.

El consumidor estadounidense puede realizar los pagos necesarios para adquirir productos naturales, y sobre todo en el tiempo solicitado, o sea se requiere de una buena

logística. Por eso, el consumidor está dispuesto a probar nuevos productos del extranjero, pero son exigentes al estar siempre bien informados, es por eso que los productos novedosos, eco amigable, orgánico, etc. serán valorados por su calidad y no por su precio.

Según la agencia Andina, la Asociación Peruana de Importadores de Espárragos (APIE) realizó una encuesta para identificar áreas de oportunidad para el mercado de espárragos, y así ayudar a la industria, se trató temas de hábitos de consumo, evaluación de soluciones de valor agregado, observación de la elección del consumidor, entre otros, y se dio con la conclusión que los minoristas en EEUU prefieren consumir espárragos frescos cultivados en Perú.

Según un informe publicado por Fresh Trends, el segmento que más consume espárragos en EE.UU. es el de personas con más de 59 años (41%), seguido muy de cerca por los de 40 a 49 (37%) y los consumidores de 21 a 39 años (32%).

Según el IPEH, los despachos por barco de espárragos verdes frescos a Estados Unidos representan entre el 10% y el 15% del total.

Según Gonzales, en cuanto al valor exportado, Perú también representa al mayor exportador en valores FOB. En año 2009, el país exportó un total de US\$ 150.8 millones de valor FOB, muy por encima de los US\$ 52,4 millones que exportó en el 2001. Es decir, el Perú es el principal exportador de espárrago fresco tanto en cantidad como en valor FOB.

1.3.1.2 Precio de venta para el mercado alemán

El mercado alemán es muy importante porque posee una gran diversidad de consumidores, ya que actualmente se está tomando muy en cuenta el consumo de productos naturales. Por lo mencionado el mercado alemán ofrece muy buenas oportunidades por su alta diversidad y segmentación.

Según Mondragón (2014), el consumo alemán para el año 2014 de hortalizas se cifra en más de 8 millones de toneladas con un consumo per cápita de 100 kilos. Mientras lo que refiere a hortalizas, el consumo se eleva a 7 millones de toneladas por consumo per cápita de 92 kilos.

En Alemania el consumo de espárragos es muy popular por una cuestión no solo de salud y buena alimentación, sino también por una cuestión de tradición, cada primavera despierta en los alemanes una pasión por los espárragos, llamándolos a estos "oro blanco".

Alemania es la cuarta economía mundial, este país podría tener la mayor cantidad de consumidores de Europa, tanto en tamaño como poder adquisitivo. El consumidor alemán de un nivel de vida elevado, para ellos al igual que los países con un índice elevado de vida, lo importantes son productos de calidad y buen precio. También son responsables con respecto al impacto ambiental, por lo que los productos orgánicos son importantes también.

1.3.1.3 Precio de venta para el mercado del Reino Unido

Según Prom Perú (2013, p.3), sobre las exportaciones peruanas al Reino Unido menciona que: Ascendieron a US\$ 570 millones en 2013 y han registrado un aumento de 24% en promedio anual en los últimos 5 años. Así mismo menciona, sobre los envíos no tradicionales, que representaron el 41% del total y, a diferencia de los envíos tradicionales, aumentaron en 30,4% para el periodo 2012 – 2013. Los mayores niveles de exportación se dieron principalmente en el sector agropecuario (79%)

Según Pablo, J, Giacinti M, Tassile, V, Saavedra L (2011, pág. 23) autores en la revista Cepal de "El negocio internacional de espárrago en el Perú", menciona que: Los beneficios para la salud derivados del consumo de vegetales, particularmente el espárrago en relación con los diabéticos, sostienen con fuerza su consumo en el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte. Por lo que podemos entender que para el consumidor del Reino Unido también es importante el consumo de productos saludables y naturales.

Según la Oficina Económica y Comercial de España en Londres (2017, pág.21) indica que el Reino Unido está desarrollando un marco regulatorio cada vez más favorable para la actividad empresarial.

Esto es beneficioso para los negocios en el Reino Unido, ya que facilita el comercio y genera mayores oportunidades para la exportación.

1.3.2 Exportación:

Definición:

Según el diccionario de economía política la exportación es la salida de mercancías, capitales y servicios con destino al mercado exterior. La exportación, como la importación, se halla condicionada para el desarrollo de la producción mercantil y por la división internacional del trabajo.

Según Rigoberto (p10) en su tesis "Empresas Familiares de producción artesanal de mates burilados de Huancayo", La estrategia del desarrollo económico de los gobiernos es la promoción de las exportaciones como elemento fundamental de la producción y el empleo e incremento del ingreso de divisas para lograr el superávit en la balanza comercial.

De acuerdo a la organización mundial del comercio 2005 la exportación consiste en la obtención de beneficios por la venta de productos y servicios a otros países de ahí que los exportadores gocen del privilegio de tener clientes fuera de sus fronteras y por supuesto se deben de tomar muy en cuenta las normas aplicables al mercado en cuestión.

Para Peng (2012) la exportación es definida como vender en el extranjero y ésta actividad se hace más importante cuando los mercados locales experimentan algún cambio. Implica aprovechar las oportunidades del exterior para convertirlas en utilidades y beneficios para la empresa. (p. 310)

Dimensiones de exportación

Para medir en términos contables el ingreso para una empresa exportadora. se toma en cuenta el volumen exportado y el precio FOB. Y es por esto que para un mayor ingreso es importante maximizar el volumen exportado y los precios de retorno.

Según Sánchez, las exportaciones generan ingresos para el país vendedor, por lo que son fuente de riqueza. Además, la exportación es una forma de incursionar en los mercados internacionales, siendo una de las maneras más usadas para varias compañías

La exportación es de vital importancia para el crecimiento económico de las empresas y las economías de los países. Las diversas estrategias para la exportación ayudarán al mejoramiento de los resultados. Las empresas por lo general se dividen en mercados grandes y la venta de alto volúmenes con bajo precio y otras con mercados pequeños más selectivos y a mayor precio.

Para las dimensiones se considera como indicadores la exportación en volumen y los principales mercados a los cuales se exporta.

1.4 Formulación del Problema

1.4.1 Problema General:

- ¿Qué relación tiene la variación de precios con la cantidad demandada, exportada y rentabilidad del espárrago en Perú, 2011 - 2016?

1.4.2 Problemas específicos:

- ¿Qué relación existe entre los precios FOB y los volúmenes exportados en los años 2011 al 2016?

1.5 Justificación del estudio

El presente trabajo tiene una justificación teórica y metodológica, a continuación.

Justificación Teórica: La presente investigación permitirá a los exportadores de espárragos en el Perú afinar sus proyecciones de precios de los mercados internacionales en función a los resultados obtenidos. Además, ayudarán a aquellos que busquen comenzar con las exportaciones de espárragos a los mercados internacionales, y ser más competitivos.

Justificación metodológica: Las teorías utilizadas sobre las variables precios de venta internacional y exportaciones son de gran relevancia en el mundo académico de los negocios internacionales.

A nivel social permitirá una mejor sostenibilidad de los productores de espárragos en la costa y sierra de nuestro país.

1.6 Hipótesis

1.6.1 General

- Existe una relación significativa entre los precios de venta internacional de los espárragos frescos y la exportación peruana en los años 2011 – 2016.

1.6.2 Específicas

- Existe una relación significativa entre los precios de venta internacional de los espárragos frescos y los volúmenes exportados en los años 2011-2016.

1.7 Objetivos

1.7.1 General

Determinar la relación entre los precios de venta internacional de los espárragos frescos y la exportación peruana en los años 2011-2016.

1.7.2 Específicos

- Determinar la relación que existe entre los precios FOB y los volúmenes exportados en los años 2011 al 2016.

II. METODO

2.1 Diseño de investigación

El enfoque que se tomará en esta investigación es cuantitativo ya que se busca probar la teoría de los precios internacional del espárrago fresco y su influencia en el nivel de exportación peruano. Para ello contamos con estadísticas de las exportaciones desde el año 2011 al 2016.

Como nos lo explica Edelmira (1995) dice que para que exista una metodología cuantitativa debe haber claridad entre los elementos de investigación desde donde se inicia hasta donde termina.

De acuerdo con Hernández (2010, et. al) manifiestan que usan la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

El diseño que se aplicará es el no experimental, ya que no hay manipulación de variables. Como lo señala Hernández (2007) Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

Del mismo modo pertenecerá al sub diseño transversal - correlacional ya que se realizará en un período de tiempo como son los años 2011 - 2016 y se estudiará cómo son las variables precio de venta internacional y exportaciones.

2.2 Variables, operacionalización

TABLA 1: *Operacionalización de variables*

Variables	Indicadores
Precio de venta internacional	Precio de venta internacional al mercado estadounidense, 2011-2016
	Precio de venta internacional al mercado alemán, 2011-2016

Precio de venta internacional al mercado
del Reino Unido, 2011-2016

Exportación en volumen al mercado
estadounidense, 2011-2016

Exportación

Exportación en volumen al mercado
alemán, 2011-2016

Exportación en volumen al mercado del
Reino Unido, 2011-2016

2.3 Población y muestra

En esta investigación no corresponde la distinción entre población y muestra ya que los datos son ex post facto.

Según Hernández (2014, p.152) nos indica que: Una investigación no experimental exonera a los estudios cuantitativos de las encuestas y estudios ex post facto ya que los hechos y variables ya fueron estudiados antes y estas se observan sin hacer cambios.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

En el presente proyecto no se requirió un instrumento o técnica de recolección de datos, debido a que los datos son ex post facto.

Con lo que respecta a la validez del contenido se recurrió a la opinión de expertos docentes y asesores en la materia de estudio. Y en cuestión a la confiabilidad, los datos son existentes.

2.5 Métodos de análisis de datos

Después del manejo de las variables, se realizó la recopilación de la información gracias a entidades como: Sunat, Trademap, Adex Data Trade. Ya que la finalidad es la medición de los cambios precio y volumen de exportación, se utilizará un método estadístico, organizando los datos a través de gráficos de líneas, cuadros, y describiremos los números estadísticos para proceder a la interpretación de estos.

2.6 Aspectos Éticos

Este proyecto de investigación está sustentado bajo los principios de ética, ya que al realizar la recolección de los datos se respeta la propiedad intelectual de los autores, a los cuales bajo la norma establecida por la Asociación de Psicólogos Americanos (APA) se realizan las respectivas citas.

III. RESULTADOS

3.1 Resultados de indicadores

3.1.1 Resultados de precios de venta internacional del espárrago fresco en Estados Unidos

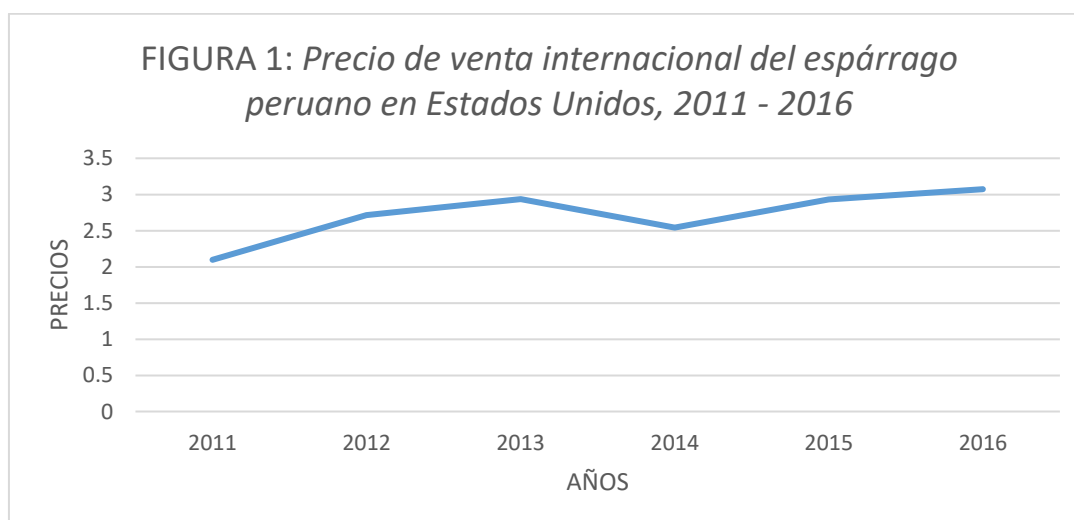
En la tabla N° 2 se muestra el precio de venta internacional de espárragos frescos al mercado estadounidense, 2011 - 2016, expresado en dólares. Indica la variación en porcentaje con relación al año pasado. Se puede observar que el año de mayor relevancia fue en el transcurso del 2011 al 2012, teniendo un incremento del 29%.

TABLA 2: *Precio de venta internacional del espárrago peruano en Estados Unidos, 2011 - 2016*

AÑOS	PRECIO (\$)	VARIACIÓN
2011	2,097	
2012	2,715	29%
2013	2,937	8%
2014	2,543	-13%
2015	2,931	15%
2016	3,073	5%

Fuente: Trademap / Elaboración: Propia

En la figura 1 se ilustra el precio de venta internacional del espárrago en Estados Unidos.



Podemos notar que no es oscilante; en el 2011 el precio estaba en 2,097 dólares, pero en el año 2012 fue de 2,71 dólares, generando una variación del 29% con respecto al año pasado.

En el 2013 aumentó el precio a 2,93 dólares con una variación de 8%, esta tendencia de aumento de precio se debió al aumento de la demanda, ya que Estados Unidos buscó promover el consumo de alimentos saludables para los sectores que recibían presupuestos del gobierno; pero en el 2014 bajó el precio a 2,54 dólares generando una variación del -13%. Esto se debió a la inusual producción en México, lo cual generó unos retornos menores por parte de Estados Unidos. Ya a partir del 2015 sube nuevamente el precio a 2,93 dólares, generando una variación del 15%, la razón fue la disminución de participación de los países centroamericanos lo cual generó una mejora para nuestros precios; y por último en el 2016 llega a 3,07 dólares con una variación del 5%.

3.1.2 Resultados de precios de venta internacional del espárrago fresco en Alemania

En la tabla N° 3 se muestra el precio de venta internacional de espárragos frescos al mercado alemán, 2011 - 2016, expresado en dólares. Indica la variación en porcentaje con relación al año pasado. Se puede observar que el año de mayor relevancia fue en el transcurso del 2012 al 2013, teniendo un incremento del 15%.

TABLA 3: Precio de venta internacional del espárrago peruano en Alemania, 2011 - 2016

AÑOS	PRECIO (\$)	VARIACIÓN
2011	3,117	
2012	3,140	1%
2013	3,619	15%
2014	3,270	-10%
2015	3,633	11%
2016	3,678	1%

Fuente: Trademap / Elaboración: Propia

En la figura 2 se ilustra el precio de venta internacional del espárrago en Alemania.



Podemos notar que algo oscilante, aunque dentro del rango de 3 dólares; en el 2011 el precio estaba en 3,117 dólares, en el año 2012 fue de 3,14 dólares, generando una variación de solo 1% con respecto al año pasado. En el 2013 aumentó el precio a 3,61 dólares con una variación de 15%, pero en el 2014 bajó el precio a 3,27 dólares generando una variación del -10%, ya que el mercado mexicano tuvo una mayor producción y también una mayor participación en el mercado, por otro lado se retrasó la producción por las plantas viejas. Ya a partir del 2015 sube nuevamente el precio a 3,63 dólares, generando una variación del 11%, de esta forma se compensó la caída de los volúmenes exportado; y por último en el 2016 llega a 3,67 dólares con una variación de solo 1%.

3.1.3 Resultados de precios de venta internacional del espárrago fresco en el Reino Unido

En la tabla N° 4 se muestra el precio de venta internacional de espárragos frescos al mercado del Reino Unido, 2011 - 2016, expresado en dólares. Indica la variación en porcentaje con relación al año pasado. Se puede observar que el año de mayor relevancia fue en el transcurso del 2012 al 2013, teniendo un incremento del 100%.

TABLA 4: Precio de venta internacional del espárrago peruano en el Reino Unido, 2011 - 2016

AÑOS	PRECIO (\$)	VARIACIÓN
2011	2,097	
2012	2,715	29%
2013	5,428	100%
2014	4,346	-20%
2015	4,682	8%
2016	4,998	7%

Fuente: Trademap / Elaboración: Propia

En la figura 3 se ilustra el precio de venta internacional del espárrago en el Reino Unido.



Según el gráfico podemos verificar que en el 2011 el precio estaba en 2,097 dólares, en el año 2012 fue de 2,71 dólares, generando una variación del 29% con respecto al año pasado. En el 2013 hubo un gran aumento en el precio llegando a 5,42 dólares con una variación de 100%, esto se debió al tratado que se realizó con la Unión Europea, en la que el Reino Unido se encontraba asociado y a su vez era el sexto destino de las exportaciones peruanas dentro de la Unión Europea ya en el 2014 bajó el precio a 434 dólares generando una variación del -20%. Ya a partir del 2015 sube el precio a 4,68 dólares, generando una variación del 8%, y por último en el 2016 sube un poco más a 4,99 dólares con una variación del 7%. La variación se debió a los nuevos tratados con el Reino Unido ya como país separado de la Unión Europea.

3.1.4 Resultados de los volúmenes de exportación del espárrago fresco en el mercado estadounidense.

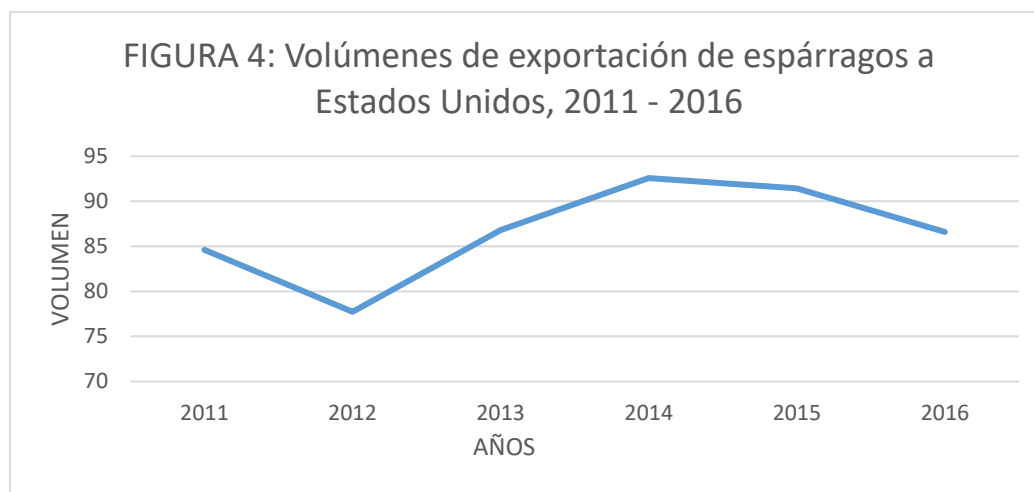
En la tabla N° 5 se muestra los volúmenes de exportación de espárragos frescos al mercado estadounidense, 2011 - 2016, expresado en toneladas. Indica la variación en porcentaje con relación al año pasado. Se puede observar que el año de mayor relevancia fue en el transcurso del 2012 al 2013, teniendo un incremento del 12%.

TABLA 5: *Volúmenes de exportación de espárragos a Estados Unidos, 2011 - 2016*

AÑOS	VOLUMEN	VARIACIÓN
2011	84,626	
2012	77,734	-8%
2013	86,819	12%
2014	92,581	7%
2015	91,42	-1%
2016	86,613	-5%

Fuente: Trademap / Elaboración: Propia

En la figura 4 se ilustra los volúmenes exportados del espárrago en el mercado estadounidense.



En la figura 4 podemos verificar que en el 2011 el volumen exportado fue de 84.626, pero en el 2012 hubo una disminución de la cantidad, siendo esta de 77.734 con una variación del -8%; sin embargo, en el año 2013 hubo un aumento a 86.819 con una variación del 12%. Este fue el año en el que la exportación aumentó debido a la nueva política en Estados Unidos que buscó la promoción del consumo de alimentos saludable en todas las instituciones educativas y de salud que recibían el presupuesto del gobierno. Para el 2014 continuó con un aumento a

92.581, generando una variación de 7%, uno de los motivos por el cual la cantidad aumentó fue por la inversión en infraestructura del frío aéreo el cual se capacitó para incrementar sus servicios en un 100% y se esta manera poder mover el doble de toneladas. La cantidad exportada siguió en un buen número a pesar del -1% de variación detallada en el 2015 con un número de 91.42. Finalmente, en el 2016 se verifica otra disminución, pero solo del -5% con un número de 86.613. La razón porque hubo una disminución en el volumen exportado fue por la llegada precipitada del Fenómeno del Niño, el cual generó retrasos en las chacras.

3.1.5 Resultados de los volúmenes de exportación del espárrago fresco en el mercado alemán

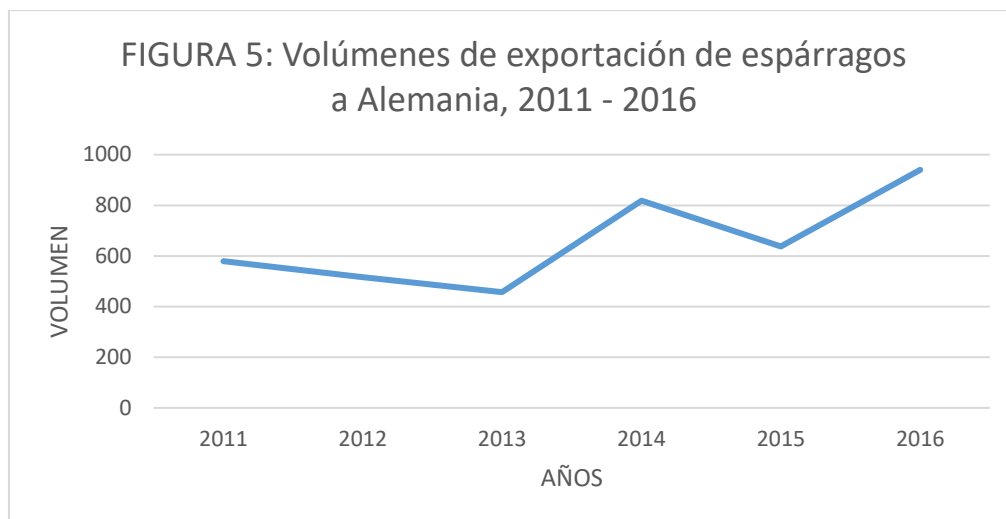
En la tabla N° 6 se muestra los volúmenes de exportación de espárragos frescos al mercado alemán, 2011 - 2016, expresado en toneladas. Indica la variación en porcentaje con relación al año pasado. Se puede observar que el año de mayor relevancia fue en el transcurso del 2013 al 2014, teniendo un incremento del 12%, y en el 2016 donde también tuvo un buen porcentaje y cantidad exportada.

TABLA 6: *Volúmenes de exportación de espárragos a Alemania, 2011 - 2016*

AÑOS	VOLUMEN	VARIACIÓN
2011	579	
2012	516	-11%
2013	457	-11%
2014	818	79%
2015	638	-22%
2016	940	47%

Fuente: Trademap / Elaboración: Propia

En la figura 5 se ilustra los volúmenes exportados del espárrago en el mercado alemán.



En la figura 5 podemos verificar que en el 2011 el volumen exportado fue de 579, en el 2012 hubo una disminución de la cantidad, siendo esta de 516 con una variación del -11%; la razón por la disminución de exportación fueron las dificultades en la producción por factores climáticos y algunas dificultades con zonas agronómicas del sector de plantaciones antiguas, y por la recuperación de la economía alemana por la crisis en Europa. En el año 2013 hubo otra disminución a 457 con una variación del -11%. Para el 2014 hubo un aumento a 818, generando una variación de 79%; la mejora de la cantidad exportada a Alemania fue gracias a la firma de un acuerdo comercial que se firmó el 2013 con la Unión Europea, el cual daba acceso preferencial para gran parte de nuestros productos agrícolas, lo cual presenta una ventaja comparativa importante para el ofrecimiento exportable. Sin embargo, en el 2015 disminuyó a 638 con una variación del -22%. Finalmente, en el 2016 se verifica un gran aumento verificándose una variación del 47% con un número de 940 en volumen exportado.

3.1.6 Resultados de los volúmenes de exportación del espárrago fresco en el Reino Unido

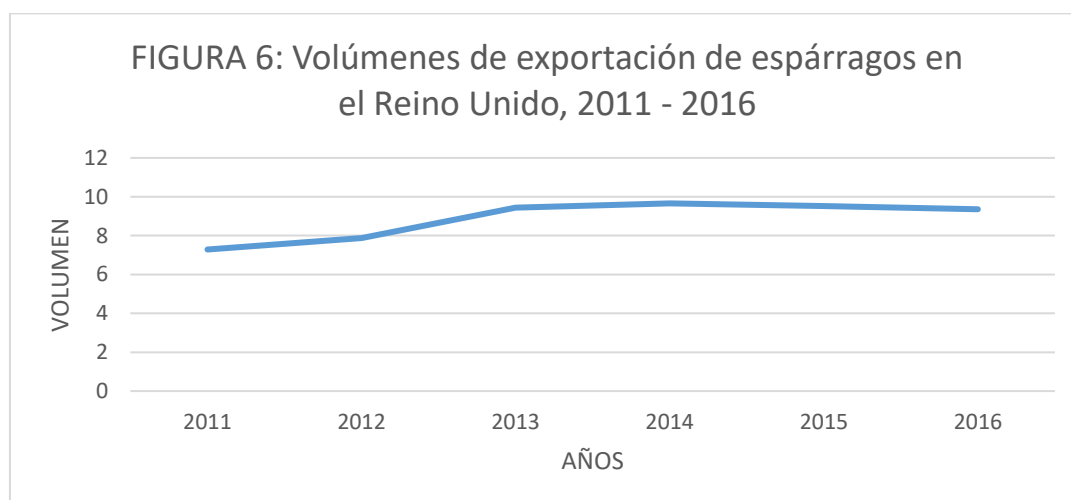
En la tabla N° 7 se muestra los volúmenes de exportación de espárragos frescos al mercado del Reino Unido, 2011 - 2016, expresado en toneladas. Indica la variación en porcentaje con relación al año pasado. Se puede observar que el año de mayor relevancia fue en el transcurso del 2012 al 2013, teniendo un incremento del 20%.

TABLA 7: Volúmenes de exportación de espárragos en el Reino Unido, 2011 - 2016

AÑOS	VOLUMEN	VARIACIÓN
2011	7,285	
2012	7,871	8%
2013	9,439	20%
2014	9,659	2%
2015	9,528	-1%
2016	9,354	-2%

Fuente: Trademap / Elaboración: Propia

En la figura 6 se ilustra los volúmenes exportados del espárrago en el mercado del Reino Unido.



La figura no muestra una gran oscilación, y presenta buenos números, podemos verificar que en el 2011 el volumen exportado fue de 7,285, en el 2012 hubo un aumento de la cantidad, siendo esta de 7,871 con una variación del 8%; en el 2013 hubo un buen aumento a 9,439 con una variación del 20%. Para el 2014 continuó con un aumento a 9,659, generando una variación de 2%, el buen número de exportaciones se debió a la preferencia de productos por parte de la unión europea por los tratados comerciales realizados, siendo también el sexto destino de las exportaciones peruanas dentro de la Unión Europea. La cantidad exportada siguió en un buen número a pesar del -1% de variación detallada en el 2015 con un número de 9,528. Finalmente, en el 2016 se verifica otra disminución, pero solo del -2% con un número de 9,354. Estos números variaron ya que se tuvo que generar nuevas estrategias y conversaciones con el Reino Unido ya que el Brexit logró la desafiliación de la Unión

Europea, por razones como el miedo al terrorismo por la constante inmigraciones ilegales que se estaban dando.

3.2 Resultados de correlación

3.2.1 Resultado de correlación entre el precio de venta internacional y la exportación de los espárragos frescos al mercado estadounidense

En la tabla N° 8 se muestra la correlación entre el precio de venta internacional y la exportación de los espárragos frescos al mercado estadounidense, 2011 - 2016, expresado en dólares y toneladas.

TABLA 8: *Correlación entre el volumen exportado y el precio de venta internacional de espárragos al mercado estadounidense, 2011 - 2016*

AÑOS	VOLUMEN	PRECIO	CORRELACION DE PEARSON
2011	84,626	2,097	
2012	77,734	2,715	
2013	86,819	2,937	
2014	92,581	2,543	0,135515845
2015	91,42	2,931	
2016	86,613	3,073	

Elaboración: Propia

En la tabla N° 7, el resultado de la correlación entre el precio de venta internacional y la exportación de los espárragos frescos al mercado estadounidense, 2011 - 2016, es de 0.13, la cual indica según la fórmula de Pearson que esta correlación es muy baja; sin embargo, sigue siendo positiva ya que está en el rango de $0 < r < 0.20$, y esto confirma la hipótesis.

3.2.2 Resultado de correlación entre el precio de venta internacional y la exportación de los espárragos frescos al mercado alemán

En la tabla N° 9 se muestra la correlación entre el precio de venta internacional y la exportación de los espárragos frescos al mercado alemán, 2011 - 2016, expresado en dólares y toneladas.

TABLA 9: *Correlación entre el volumen exportado y el precio de venta internacional de espárragos al mercado alemán, 2011 - 2016*

AÑOS	VOLUMEN	PRECIO	CORRELACION DE PEARSON
2011	579	3,117	
2012	516	3,14	
2013	457	3,619	0,280253365
2014	818	3,27	
2015	638	3,633	
2016	940	3,678	

Elaboración: Propia

En la tabla N° 8, el resultado de la correlación entre el precio de venta internacional y la exportación de los espárragos frescos al mercado alemán, 2011 - 2016, es de 0.28, la cual indica según la fórmula de Pearson que esta correlación es baja; sin embargo, sigue siendo positiva ya que está en el rango de $0.20 < r < 0.40$, y esto confirma la hipótesis.

3.2.3 Resultado de correlación entre el precio de venta internacional y la exportación de los espárragos frescos al mercado del Reino Unido

En la tabla N° 10 se muestra la correlación entre el precio de venta internacional y la exportación de los espárragos frescos al mercado del Reino Unido, 2011 - 2016, expresado en dólares y toneladas.

TABLA 10: *Correlación entre el volumen exportado y el precio de venta internacional de espárragos al Reino Unido, 2011 - 2016*

AÑOS	VOLUMEN	PRECIO	CORRELACION DE PEARSON
2011	7,285	2,097	
2012	7,871	2,715	
2013	9,439	5,428	0,9371636
2014	9,659	4,346	
2015	9,528	4,682	
2016	9,354	4,998	

Elaboración: Propia

En la tabla N° 8, el resultado de la correlación entre el precio de venta internacional y la exportación de los espárragos frescos al mercado del Reino Unido, 2011 - 2016, es de 0.93, la cual indica según la fórmula de Pearson que esta correlación es muy alta, considerablemente positiva ya que está en el rango de $0.8 < r < 1$, casi perfecta y esto confirma la hipótesis.

IV. DISCUSIÓN

Gracias a los resultados de la presente investigación nos brindan referencias que aportan a la afirmación de Gonzales (2013) en su tesis publicado por la Universidad peruana de ciencias aplicadas en la que sostiene que los distintos factores que influyan al precio del producto afectaría a las cantidades demandadas y exportadas del producto; lo cual es verificado en esta

investigación ya que los distintos movimientos de los precios ha afectado a la cantidad exportada durante los periodos escogidos y en los distintos países.

Las conclusiones de Zamorano, director ejecutivo del Instituto Peruano del Espárrago y Hortalizas (IPEH), en su investigación, indica que gracias a la constante producción de espárragos en el Perú y la variación de la demanda podría contrarrestarse con promociones de precios. Esto lo podemos comparar con algunos de los ejemplos de los cuadros, ya que cuando se alzó la demanda de los espárragos por las diferentes leyes que promovían el consumo de alimentos sanos, se pudieron subir los precios generando buenas ganancias para la exportación. También concluyó que debería realizarse un análisis por cada estado de las épocas en que se consume menos espárragos, de esta forma trabajar temas de promociones. Como se mencionó en una de las razones por la que la exportación mejoró, una de las estrategias empleadas fueron la cultivación en nuevas hectáreas, de esta forma no se reducían las hectáreas sembradas y aprovechaban el clima húmedo de la costa. Gracias a los resultados de la tabla n°2 y figura n°1 podemos verificar el porcentaje de participación en el mercado estadounidense tal cual coincide con lo expuesto por Blanco quien indica en su proyecto que respecto a las importaciones de espárragos verde fresco de Estados Unidos, estas se han incrementado, siendo Perú el principal abastecedor. La conclusión expuesta por Izquierdo (2016) en su tesis de titulación publicado por la Universidad César Vallejo sostiene que la variación de precios del oro sí tiene relación con el volumen exportado peruano; lo cual es afirmado con los resultados expuestos en esta tesis, indicando la relación que mantiene el precio de venta internacional del espárrago con los países Estados Unidos, Alemania y Reino Unido, comparado con el volumen exportado del producto a los países correspondientes.

V. CONCLUSIÓN

1.- De acuerdo con los resultados de la investigación queda demostrado que existe una relación positiva entre el precio de venta internacional con el volumen de exportación de los espárragos frescos, 2011 - 2016.

2.- De acuerdo con los resultados de la investigación queda demostrado que existe una relación positiva entre el precio de venta internacional con el volumen de exportación de los espárragos frescos en el mercado estadounidense, 2011 - 2016.

3.- De acuerdo con los resultados de la investigación queda demostrado que existe una relación positiva entre el precio de venta internacional con el volumen de exportación de los espárragos frescos en el mercado alemán, 2011 - 2016.

4.- De acuerdo con los resultados de la investigación queda demostrado que existe una relación positiva entre el precio de venta internacional con el volumen de exportación de los espárragos frescos en el mercado del Reino unido, 2011 - 2016.

VI. RECOMENDACIONES

Según los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación se recomienda lo siguiente:

- 1.- Es importante tener planes de contingencia para eventos que puedan afectar directamente al precio de venta de los productos y esto a su vez afectar el volumen de exportación.
- 2.- Es importante promover el consumo interno como externo del espárrago fresco dando a conocer sus virtudes saludables y naturales, de esta forma incrementar la demanda del espárrago. Para ello sería necesario que las grandes empresas desarrollen programas que promocionen el producto.
- 3.- Según las estadísticas, los porcentajes de exportación se han concentrado en Estados Unidos y Europa, por lo que los nuevos mercados en diferentes continentes debe ser un tema fundamental y que debe desarrollarse ya que sería bastante beneficioso para los productores y exportadores. Si bien la presencia del mercado mexicano afecta la relación con nuevos mercados es necesario emplear estrategias que mejoren la calidad del producto y la promoción de este.

VII. REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

Blanco (et. al, p. 77) "Proyecto de exportación de espárragos a Florida". Recuperado de:
http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2366/1/2005_Blanco_Proyecto_de_exportacion_de_esparragos.pdf

Bravo (2007, p.37) "Creación de una empresa de producción de espárragos para su comercialización en los Estados Unidos". Recuperado de:
<http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/812/1/84573.pdf>

Carrera (2002) "Análisis de los Mercados Potenciales para Espárragos producidos en la zona de Zapotal, Península de Santa Elena". Recuperado de:
<http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/38934/D-30437.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>

Díaz, I., Rondán, F., Díez, E., (2013) "Gestión de precios". Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=z4q0zoUPOMEC&pg=PA32&lpg=PA32&dq=>

Gómez (1994) "La comercialización de mango fresco en el mercado norteamericano". Recuperado de:
<http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/96/DT14.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gonzales (2012) "Efectos de la Restitución Arancelaria (Drawback) en la Cantidad exportada de Espárrago hacia Estados Unidos: El caso peruano periodo junio de 1995-setiembre de 2010". Recuperado de:
<http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/301454/2/VGonzales.pdf>

Izquierdo (2016) "El precio y su efecto en las exportaciones peruanas de oro y cobre, periodo 2010-2015". Recuperado de:
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/382/izquierdo_aa.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Mondragón (2015) "Exportar frutas y hortalizas a Alemania". Recuperado de:
https://issuu.com/diariodelexportador/docs/inmarket_011/58

Prom Perú (2011) “Guía de Mercado Canadá”. Recuperado de:

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/285080533radf1d20.pdf>

Pablo, J., Giacinti, M., Tassile, V., Saavedra, L. (2011) “El negocio internacionales de espárrago en el Perú”. Recuperado de:

<https://www.cepal.org/publicaciones/xml/5/52485/RVE112dePabloetal.pdf>

Rigoberto (p10) "Empresas Familiares de producción artesanal de mates burilados de Huancayo". Recuperado de:

http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/2720/Ricaldi_hr.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Zamorano (2014) "Las estrategias de marketing de los principales gremio Agroexportadores". Recuperado de:

<http://agraria.pe/noticias/conozca-las-estrategias-de-marketing-de-los-principales-grem-7124>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: “PRECIOS DE VENTA INTERNACIONAL DE LOS ESPÁRRAGOS FRESCOS Y LA EXPORTACIÓN PERUANA, AÑOS 2011 – 2016”.

Línea de investigación: Comercio Internacional. **Responsable:** Morante Moscoso, Christian Daniel.

Formulación del Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Variable : Precio de venta internacional	
General	General	General	Precio de venta internacional	Según Gómez (1994) la determinación de precios en las frutas y vegetales frescos es un proceso muy dinámico. El precio es fijado en el mercado destino en función a la disponibilidad del producto en volumen y calidad. (pp. 32-33)	Se recolectará información estadística del 2011-2016 sobre los precios obtenidos en los principales mercados internacionales para los espárragos peruanos.	DIMENSIONES	INDICADORES
¿Qué relación existe entre los precios de venta internacional de los espárragos frescos y la exportación peruana en los años 2011-2016?	Determinar la relación existe entre los precios de venta internacional de los espárragos frescos y la exportación peruana en los años 2011-2016	Existe una relación significativa entre los precios de venta internacional de los espárragos frescos y la exportación peruana en los años 2011-2016				Precio de venta internacional	Precios de venta en el mercado de Estados Unidos, años 2011-2016
						Precios de venta en el mercado de Alemania, años 2011-2016	
						Precios de venta en el mercado del Reino Unido, años 2011-2016	
Específicos	Específicos	Específicos	Exportación	Para Peng (2012) la exportación es definida como vender en el extranjero y ésta actividad se hace más importante cuando los mercados locales experimentan algún cambio. Implica aprovechar las oportunidades del exterior para convertirlas en utilidades y beneficios para la empresa. (p. 310)	Se recolectará información estadística del 2011 al 2016 de los volúmenes exportados frescos a los principales mercados internacionales.	Exportaciones en volumen	Exportaciones en volumen
¿Qué relación existe entre los precios FOB y los volúmenes exportados en los años 2011-2016?	Determinar la relación existe entre los precios FOB y los volúmenes exportados en los años 2011-2016.	Existe una relación significativa entre los precios de venta internacional de los espárragos frescos y los volúmenes exportados en los años 2011-2016.				Exportaciones en volumen al mercado de Estados Unidos, 2011-2016.	
						Exportaciones en volumen al mercado de Alemania, 2011-2016	
						Exportaciones en volumen al mercado del Reino Unido, 2011-2016	

Anexo 2

ANEXO 3

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú ⁱ
 Producto: 0709 Hortalizas, incl. "silvestres", frescas o refrigeradas (exc. patatas "papas", tomates, hortalizas ... (↔))

Unidad: miles Dólar Americano

Bilateral a 4 dígitos	Importadores	Valor exportada en 2013	Valor exportada en 2014	Valor exportada en 2015	Valor exportada en 2016	Valor exportada en 2017
	Mundo	416.969	388.263	421.030	423.335	412.863
+	Estados Unidos de América	255.920	236.124	268.683	267.028	260.569
+	Reino Unido	51.957	43.151	46.300	47.435	43.290
+	Países Bajos	44.499	41.891	42.513	41.138	40.522
+	España	23.904	24.543	24.929	29.415	30.965
+	Brasil	3.582	4.063	3.765	3.829	4.628
+	Bélgica	4.136	1.544	678	2.245	3.543
+	Australia	6.528	8.138	5.431	4.227	3.157
+	Japón	6.713	4.894	3.123	3.030	3.088
+	Francia	2.579	3.249	3.588	3.388	2.742
+	México	1.522	1.839	1.735	2.470	2.226
+	Canadá	1.076	1.684	2.701	2.436	2.195
+	Italia	2.098	2.793	2.800	1.946	2.071
+	Chile	2.324	2.716	1.643	1.549	1.911
+	Alemania	1.654	2.675	2.318	3.457	1.559

ANEXO 4

CUADRO 1

Facturación mundial de exportación de espárragos en fresco, 2003-2012 (En miles de dólares)

Países	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	497 848	550 831	602 971	663 382	709 361	738 116	761 765	902 963	955 879	1 026 809
Perú	108 343	141 545	160 015	187 364	235 701	230 427	250 823	290 684	291 828	339 987
México	77 357	78 508	114 044	129 094	116 553	101 582	146 209	217 413	229 822	228 767
Estados Unidos	69 137	70 527	81 075	79 611	81 719	95 178	101 241	128 861	140 148	153 955
Holanda	28 186	35 627	32 148	38 325	53 338	65 113	59 867	56 014	70 807	86 343
España	77 869	70 908	59 130	64 391	51 677	51 731	47 109	40 771	47 146	46 508
Grecia	29 861	33 029	31 273	38 932	43 665	50 289	32 793	39 051	22 835	20 260
Tailandia	15 625	24 532	28 093	26 266	23 601	23 406	17 540	12 974	15 618	12 042
Alemania	4 590	5 126	7 274	8 825	9 482	11 958	10 934	16 698	21 409	21 954
Italia	2 315	2 829	4 072	4 569	7 788	12 778	9 902	13 949	16 192	21 787
Francia	27 517	22 829	20 037	22 843	19 012	17 548	19 630	16 477	20 639	20 470
Australia	14 579	19 661	16 969	13 562	13 802	20 538	11 887	15 822	16 842	17 029
Polonia	3 076	4 087	3 396	3 521	2 906	3 716	5 567	7 027	9 145	9 389
Hungría	5 392	6 355	5 366	5 854	7 390	11 797	10 391	9 971	7 847	9 678
Otros países	34 001	35 268	40 079	40 225	42 727	42 055	37 872	37 251	45 601	38 640

Fuente: elaboración propia mediante datos del Centro de Comercio Internacional (CCI) y de la Base de datos estadísticos sobre el comercio de mercaderías (COMTRADE).

ANEXO 5

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú ⁱ
 Producto: 0709 Hortalizas, incl. "silvestres", frescas o refrigeradas (exc. patatas "papas", tomates, hortalizas ... ↔)

Tabla		Gráfico		Mapa		Empresas			
Descargar:		Período (número de columnas): 5 por página						líneas por página: Por defecto (25 por página)	
Bilateral a 4 dígitos	Importadores	2013	2014	2015	2016	2017			
		Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas			
	Mundo	129.282	138.363	138.329	132.034	124.724			
<input type="checkbox"/>	Estados Unidos de América	87.187	92.838	91.653	86.967	81.471			
<input type="checkbox"/>	España	7.696	8.657	8.463	9.681	9.796			
<input type="checkbox"/>	Países Bajos	11.324	11.177	11.150	9.339	8.859			
<input type="checkbox"/>	Reino Unido	10.704	11.805	12.425	10.588	8.475			
<input type="checkbox"/>	Chile	2.032	2.291	3.699	5.571	7.181			
<input type="checkbox"/>	Brasil	1.025	1.293	1.162	1.089	1.182			
<input type="checkbox"/>	Italia	810	1.055	1.070	942	747			
<input type="checkbox"/>	Bélgica	952	384	179	537	722			
<input type="checkbox"/>	Australia	1.543	2.039	1.395	1.021	694			
<input type="checkbox"/>	Canadá	392	627	923	792	647			
<input type="checkbox"/>	Japón	1.617	1.263	712	601	590			
<input type="checkbox"/>	Francia	633	840	868	760	567			
<input type="checkbox"/>	México	467	593	495	673	565			
<input type="checkbox"/>	Ecuador	178	195	795	83	523			
<input type="checkbox"/>	Alemania	457	818	638	940	370			

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 6
--	---	---

Yo, CARLOS ALBERTO ALVAREZ SÁNCHEZ docente de la Facultad CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional NEGOCIOS INTERNACIONALES de la Universidad César Vallejo SEDE NORTE (precisar filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada "PRECIOS DE VENTA INTERNACIONAL DE LOS ESPÁRRAGOS FRESCOS Y LA EXPORTACIÓN PERUANA, 2011 – 2016", del (de la) estudiante **MORANTE MOSCOSO, CHRISTIAN DANIEL**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 24% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha: Lima, 18 de Enero de 2019



Firma

CARLOS ALBERTO ALVAREZ SÁNCHEZ

DNI: 45690855

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

“PRECIOS DE VENTA INTERNACIONAL DE LOS ESPÁRRAGOS
FRESCOS Y LA EXPORTACIÓN PERUANA, 2011 - 2016”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTOR:

MORANTE MOSCOSO, CHRISTIAN DANIEL

ASESOR:

DR. GOICOECHEA ESPINOZA, LUCIO MANUEL.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA-PERÚ

2018



Resumen de coincidencias X

24 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver Fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

1	repositorio.ucv.edu.pe	8 %
2	docplayer.es	2 %
3	repositorioacademico...	1 %
4	www.dspace.espol.edu...	1 %
5	agraria.pe	1 %
6	www.comexperu.org.pe	1 %
7	vinculando.org	1 %
8	repositorio.usfq.edu.ec	1 %



Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

Morante Moscoso, Christian Daniel
D.N.I. : 70552877
Domicilio : Mc.C Lt. 21 Los portales de naranja
Teléfono : Fijo : 01 5221115 Móvil : 990 010 652
E-mail : christian.morantem@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales
Escuela : Negocios Internacionales
Carrera : Negocios Internacionales
Título : Licenciado en negocios Internacionales

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :
Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es):

Christian Daniel Morante Moscoso

Título de la tesis:

Proceso de venta internacional de los espárragos frescos y la exportación peruana, 2011-2016

Año de publicación : 2019

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento, autorizo a la Biblioteca UCV-Lima Norte, a publicar en texto completo mi tesis.

Firma :

Fecha :

18/01/19



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

Investigación de Negocios Internacionales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Christian Daniel Morante Moscoso

INFORME TÍTULADO:

Precio de venta internacional de los espárragos frescos
y la exportación peruana, 2011 - 2016

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

licenciado en negocios internacionales

SUSTENTADO EN FECHA: 11 - jul - 2018

NOTA O MENCIÓN: 14



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN