



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**CERTIFICACIÓN ORGÁNICA COMO VENTAJA COMPETITIVA PARA LA
EXPORTACIÓN DE AGUAYMANTO PARA LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES
AGROPECUARIOS FORESTAL ACUÍCOLA, INCAHUASI – LAMBAYEQUE 2017.**

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

AUTOR:

VÁSQUEZ MONTENEGRO YEZBET ESTEFANY

ASESOR:

M. Sc. JOSÉ FOCION ECHEVERRIA JARA

MBA. DANNA JIMENEZ BOGGIO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

COMERCIO INTERNACIONAL

CHICLAYO – PERÚ

2017

DEDICATORIA

Ante todo, a mi Dios por darme la fuerza para seguir adelante con este trabajo.

A mis familiares por su amor incondicional y su gran apoyo y motivación que me dan cada día a seguir esforzándome.

A mis docentes de Asesoría y Metodología por su Paciencia y brindarnos su ayuda.

Yezbet Estefany

AGRADECIMIENTO

A mi Asesora y Metodólogo del curso por la guía y la paciencia de enseñarnos paso a paso. Por su asesoría por aportar sus conocimientos propios para la realización de nuestro trabajo.

Yezbet Estefany

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Yezbet Estefany Vasquez Montenegro, con DNI N° 76801846, a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Metodología de la Investigación Científica, 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.

Chiclayo, Diciembre del 2018

Yezbet Estefany Vasquez Montenegro

PRESENTACION

Señores de jurado evaluador, ante ustedes presento la tesis titulada Certificación Orgánica como ventaja competitiva para la exportación de aguaymanto para la asociación de productores agropecuarios forestal acuícola, incahuasi- Lambayeque 2017. fue desarrollada en 3 partes: introducción, método y resultado. La elaboración fue diseñar el proceso de certificación orgánica para la exportación de aguaymanto. En cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo para obtener el título profesional de licenciada en negocios internacionales.

Esperando cumplir con los requisitos exigidos de a su criterio la aprobación

Vásquez Montenegro, Yezbet Estefany

INDICE

PÁGINA DEL JURADO.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
PRESENTACION	vi
INDICE.....	vii
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT	xiii
I. INTRODUCCIÓN	14
1.1. Realidad problemática.....	14
1.2. Trabajos previos	15
1.3. Teorías relacionadas al tema	18
1.4. Formulación del Problema	32
1.5. Justificación del estudio	32
1.6. Hipótesis.....	33
1.7. Objetivos.....	34
II. MÉTODO	35
2.1. Diseño de Investigación.....	35
2.2. Variables, Operacionalización	36
2.3. Población y muestra	39
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	39
2.5. Métodos de análisis de datos.	40
III. RESULTADOS	41
3.1. Diagnóstico del estado actual de la asociación APAFAVEL.	41
3.2. Factores influyentes para la exportación de Aguaymanto en la Asociación.	48
3.3. Proceso de certificación orgánica en APAFAVEL.	53
IV. DISCUSION	63
CONCLUSION	65
RECOMENDACIONES	66

REFERENCIAS.....	67
ANEXOS.....	71
AUTORIZACION DE PUBLICACION DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV.....	103
ACTA DE SUSTENTACION	104

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Exportación de aguaymanto.....	31
Tabla 2. Principales mercados de destino –FOB US\$	51
Tabla 3. Tarifas para la certificación orgánica.....	58
Tabla 4. Tarifas para certificación Global G.A.P (Aseguramiento integrado de fincas: Ámbito de cultivos base).....	58
Tabla 5. Precio de exportación del aguaymanto fresco -2016	61
Tabla 6. Exportaciones de aguaymanto fresco 2012 – 2016.....	81
Tabla 7. Organismos de certificación de productos	85
Tabla 8. Organismos de certificación de sistemas de gestión	87
Tabla 9. Principales mercados de destino – FOB US\$.	93

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Factores influyentes para la exportación de aguaymanto en la asociación	48
Cuadro 2. Factores influyentes para la exportación de aguaymanto en la asociación	49
Cuadro 3. Factores influyentes para la exportación de aguaymanto en la asociación	50
Cuadro 4. Factores influyentes para la exportación de aguaymanto en la asociación	50
Cuadro 5. Los factores influyentes para la exportación de aguaymanto en la asociación	51
Cuadro 6. Los factores influyentes para la exportación de aguaymanto en la asociación	52

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Determinantes de la ventaja competitiva, extraída de Porter (2007)	19
Figura 2. Exportaciones de aguaymanto de los últimos 5 años.	31
Figura 3. Situación actual de la Asociación de productores agropecuarios forestal acuícola.....	42
Figura 4. Situación actual de la asociación en el área comercial y producción.	43
Figura 5. Situación actual de la asociación en el área comercial y producción.	44
Figura 6. Situación actual de la asociación en el área comercial y producción.	45
Figura 7. Situación actual de la asociación en el área comercial y producción.	47
Figura 8. Situación actual de la asociación en el área comercial y producción.	48

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulada certificación orgánica como ventaja competitiva para la exportación de aguaymanto para la Asociación de Productores Agropecuarios Forestal Acuícola, Incahuasi (APAFAVEL) – Lambayeque 2017, que tiene como problemática ¿Cómo obtener una ventaja competitiva en la exportación de aguaymanto para APAFAVEL? Tiene por objetivo diseñar el proceso de certificación orgánica para la exportación de aguaymanto en la asociación APAFAVEL, como objetivo específico tenemos diagnosticar el estado actual de la asociación, identificar los factores influyentes para la exportación de aguaymanto y analizar el proceso de certificación orgánica. Incluye teorías relacionadas sobre la ventaja competitiva, certificado orgánico y exportación. Asimismo, para adjuntar la información se aplicaron técnicas de entrevista utilizados a los expertos y colaboradores de la asociación. Además, se agregó Excel a los gráficos, tablas y cuadros.

La metodología le da a esta investigación respaldo el tipo de investigación se utiliza con diseño descriptiva, correlacional y transversal, Expertos en Comercio Exterior y colaboradores de la asociación APAFAVEL, por lo cual se trabajó con una muestra de 4 personas; 2 especialistas en Comercio Exterior y 2 colaboradores de la asociación APAFAVEL, se concluye que la asociación no cuenta con certificado orgánico y se implementara el proceso para poder obtener la certificación aguaymanto.

Palabras Claves: Certificación orgánica, ventaja competitiva, exportación.

ABSTRACT

This research work entitled organic certification as a competitive advantage for the export of water for the association of aquaculture forestry agricultural producers, Incahuasi - Lambayeque 2017, which has the problem of obtaining a competitive advantage in the export of aguaymanto for APAFAVEL. It has a specific objective for the certification process for the export of aguaymanto in the association. APAFAVEL.com. The specific objective is to diagnose the current state of the association, identify the influential factors for the export of water and the organic certification process. It includes theories related to competitive advantage, organic certification and export. Likewise, for the information, interviewing techniques used for collaborators and collaborators of the association are used. Excel was also added to charts, tables and tables.

The use of this type of research is used with descriptive, correlational and cross-sectional design, Experts in Foreign Trade and collaborators of the association APAFAVEL, for which we worked with a sample of 4 people; 2 specialists in Foreign Trade and 2 employees of the association APAFAVEL. It is concluded that the association does not have an organic certificate and the process is implemented to obtain the aguaymanto certification.

Key words: Organic certification, competitive advantage, export.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En el Perú la producción de aguaymanto se ha incrementado debido a la demanda que tiene en el exterior y por su gran potencial de beneficios para la salud. Entre los últimos tres años el aguaymanto tuvo un crecimiento de 161% debido a los nuevos nichos de mercado, ya que se está convirtiendo en la fruta bandera del mercado internacional. En el último año las exportaciones crecieron un 81,5% similar al año 2015, las ventas incrementaron más de 2 millones.

Sierra exportadora, (2016) considera que los principales países de destino son: países bajos, Alemania, EE.UU. y Canadá, que representan el 73% para las exportaciones. Otros que se consideran son Francia, Japón, Corea del sur, Reino Unido, Nueva Zelanda, Australia y Chile (p.1).

El programa nacional de sierra exportadora de berries, en el año 2015 apoyo a 2,000 productores de las principales regiones del país, por otro lado en Junín el mismo programa apoyo con paquetes tecnológicos orientado al cultivo al control de enfermedades, agroquímicos, cosechas, técnicas de deshidratación y artículos relacionados con la oferta y la demanda de compradores nacionales y extranjeros, entre otros.

Hoy en día las principales presentaciones de aguaymanto más destacados que el Perú exporta son: deshidratado, fresco y cubierto de chocolate. Y a nivel nacional se vende como mermelada, néctar, jugo, harina, pulpa, yogurt y pasas de aguaymanto.

Los agricultores de Incahuasi y distintas localidades de la costa y sierra de Lambayeque están optando por la siembra de aguaymanto y distintas variedades de berries. Ya que están logrando incrementar la exportación de sus productos a diferentes países.

La asociación APAFAVEL no cuenta con ningún certificado orgánico ya que no comercializan sus productos a nivel internacional. Sin embargo, Apafavel cuenta con una buena producción. Además, ellos no utilizan insecticidas, los mismos agricultores fabrican sus propios abonos para mejorar el cultivo del producto y calidad. La importancia de contar con un certificado es dar garantía hacia el consumidor, que le asegure que el producto orgánico cumple con todos los requisitos de la norma, y ayuda al crecimiento de las exportaciones peruanas y a la asociación ya que podrá exportar sus productos sin ningún problema.

1.2. Trabajos previos

Nacionales:

La tesis “Desarrollo de la Asociatividad para la implementación de una empresa de producción y comercialización de aguaymanto deshidratado al mercado de Canadá” .concluye que las condiciones de la asociatividad en la ciudad de Magdalena son óptimas para poder realizar la exportación de aguaymanto deshidratado al mercado de Canadá ya que la organización de dicha asociación se encuentra formalizada y además cuenta con una certificación Orgánico (BPA's) que puede hacer competir internacionalmente. La asociación se encuentra factible con todas las condiciones para poder comercializar con el mercado canadiense. A través de este caso promoverá el sector de Magdalena para el crecimiento de exportación y producción. (Soriano & Carbajal, 2014, p.7)

En la tesis “Modelo para cumplimiento certificación de Berries orgánicos congelados según NOP y EU 834/07”. Con el objetivo de generar un modelo de

propuesta que dé cumplimiento a la certificación para la exportación de Berries orgánicos congelados a los mercados de estados unidos y la unión europea. Según lo que se puede observar y analizar la empresa Framberry se encuentra en condiciones de poder exportar a ambos mercados, teniendo en cuenta las observaciones y recomendaciones que mencionamos anteriormente. (Vargas & Barriga, 2015, p.7)

En la tesis “Oportunidades de negocio en el mercado de Canadá para incrementar las exportaciones peruanas de aguaymanto deshidratado de la región Cajamarca en el periodo 2014-2018. Analizar en qué medida el mercado de Canadá constituye oportunidad de negocio para las exportaciones peruanas aguaymanto deshidratado. Canadá es un país muy atractivo para las exportaciones del aguaymanto deshidratado, debido al crecimiento de su economía y el de sus habitantes hace que el consumo interno vaya en aumento, por eso se afirma que es potencial mercado para desarrollar las exportaciones peruanas de aguaymanto deshidratado de la región Cajamarca en los próximos años. (Ruiz, 2014, p.105)

Según Gómez (2012) “Para desarrollar la agricultura orgánica es importante tener la certificación; más aún en el caso de los productores orgánicos de la sierra. Esto se debe que las variables explicativas ayudan significativamente a cambios diferenciales en la probabilidad de tener una certificación orgánica que son la pertenencia a una institución de apoyo (+22%) y el aumento a la agricultura orgánica (-18%)”.(p.222)

Internacionales:

En la tesis “Creación de un centro de acopio para la exportación de uvilla desde el canton pillaro – ambato hacia Berlin – Alemania. Con el objetivo de crear de un centro de acopio para la exportación de uvilla desde pillaro. Ecuador en los últimos años, esta incursionando con éxito en la incorporación de cultivos y en la incorporación de la comercialización al exterior de cultivos no tradicionales tanto productos naturales como procesados, entre estos productos se encuentran frutas frescas como la uvilla, la mora, el palmito, la maracuya que ha tenido gran acogida en el mercado internacional. Este tipo de comercio ha sido aplicado al máximo por pocas empresas dentro del país y por la demanda existente en mercados extranjeros se puede ampliar este tipo de comercio y ganar mercado en forma competitiva por la aceptación que estos productos naturales tienen en otros países. (Albarracin, 2013, p.213)

En la tesis “Diseño de un modelo de calificación de proveedores urbano orgánicos certificados del DMQ como integrados del proyecto agrupar. Se diagnosticó y se evaluó mediante visitas realizadas en los procesos de georeferenciación como pre – auditoria a las diferentes unidades productivas distribuidas dentro del distrito metropolitano permitiendo conocer un poco más sobre los huertos y el trabajo de sus productores, permitiendo identificar falencias, generando información para la creación de manuales de buenas prácticas agrícolas, buenas prácticas de manufactura como sistemas de apoyo, permitiendo que puedan explotar sus potenciales y puedan formar parte de bio ferias, restaurantes como asociados estratégicos. (Betancourt, 2015, p.140)

En la tesis “consolidación de la oferta exportable a través de la estrategia de asociatividad de los pequeños productores de uvilla del cantón IBARRA, diseño de la cadena logística de acopio y la exportación al mercado suizo”. Concluye que existen productores que cultivan la uvilla siendo la asociación una estrategia para obtener mayor oferta exportable para la comercialización en el mercado suizo. (Aragundi, 2013,pag 222)

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Ventaja competitiva

La competitividad de una nación está supeditada a la capacidad de su industria para innovar y perfeccionarse. Bajo este concepto las organizaciones alcanzan ventajas en relación a los competidores globales, de igual modo a los proveedores nacionales y clientes locales. Los países se han vuelto más y no menos importantes a medida que la base de competencia se ha desplazado cada vez más hacia la creación y la asimilación de conocimientos. La ventaja competitiva se crea y se sostiene mediante un proceso altamente localizado. Las diferencias en valores, culturales, estructuras económicas, instituciones e historias nacionales contribuyen al éxito competitivo. (Michael Porter, 2007, p.69)

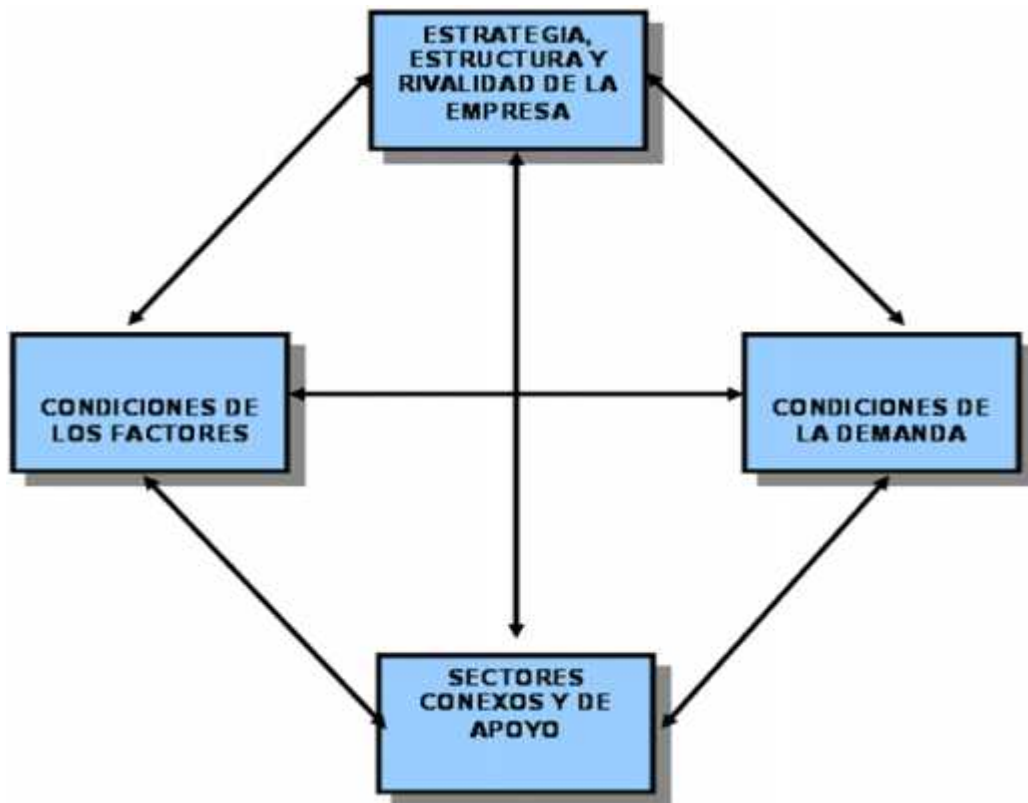


Figura 1. Determinantes de la ventaja competitiva, extraída de Porter (2007)

➤ **Condiciones de los factores.**

Según la proposición económica habitual, los autores de elaboración trabajo, carreteras, naturales, capital, infraestructura. Determinaran el flujo del manejo. Una nación exportará aquellas posesiones que hagan el máximo aprovechamiento de los negociadores que posee en relativa inflación esta doctrina, cuyos principios se remontan Adam Smith y David Ricardo y se insertan en la reducción académica, en el mejor de los acontecimientos es incompleta y en el peor.

Los aspectos de elaboración más importantes son aquellos que implican una inversión sostenida y nutrida y son especializados. Los autores fundamentales, semejantes como las haciendas de mano de manual o una mano local de asignaturas primas, no constituyen una utilidad en manufacturadas intensivas en conocimiento. Las administraciones pueden

ingresar a ellos sencillamente por medio de una organización total o eludirlos a través tecnología (Porter, 2007, p.76)

➤ **Condiciones de la demanda**

La naturalidad del memorial por el producto o el servicio dedicado por la manufacturada en su mercado de principio podría suponerse que la globalización de la operatividad disminuirá la categoría del memorial local. En la práctica, pero simplemente este no ha sido el acontecimiento. De hecho, la evocación y el símbolo del mercado local suelen sostener un alcance desproporcionado en las agencias perciben, interpretan y responden a las condiciones de los compradores.

El estado obtiene ventaja competitiva en industria donde la demanda local proporciona a sus empresas una visión más clara o más temprana de las necesidades emergentes de los compradores, y donde los compradores exigentes presionan a las compañías a innovar más rápidamente y a lograr ventaja competitiva más sofisticada que sus rivales extranjeros. El tamaño de la demanda local es mucho menos significativo que el carácter de esa demanda.

Las condiciones de la demanda local ayudan a construir ventaja competitiva cuando un segmento industrial específico es más grande o más visible en el mercado doméstico que en los mercados extranjeros. (Porter, 2007, p.19)

➤ **Industrias relacionadas y de apoyo**

La asistencia del país de industrias relacionadas y de apoyo que son competitivas internacionalmente. Los proveedores locales internacionalmente competitivos crean ventajas en la industria secundaria de varias maneras. Primero, entregado los insumos más económicos de modo eficiente, oportuno, rápido y a veces preferencial. Los fabricantes italianos de joyería de oro y plata son líderes mundiales en esa industria en parte porque otras compañías

italianas proveen dos tercios de la maquinaria para producción de joyas y reciclaje de metales preciosos en el mundo. Mucho más significativa que el mero acceso a componentes y maquinaria, sin embargo, es la ventaja que las industrias locales relacionadas y de apoyo entregan en innovación y mejoramiento, una ventaja que se basa en estrechas relaciones de trabajo.

Proveedores y usuarios finales cercanamente aprovechar líneas directas. Las empresas de la nación se benefician más cuando los proveedores son, ellos mismos, competidores globales. Resulta en última instancia contraproducente que una empresa o país genere proveedores cautivos que sean totalmente dependientes de la industria doméstica y estén impedidos de atender a competidores extranjeros. Del mismo modo, una nación no necesita ser competitiva en todas sus industrias. (Porter, 2007, p.19)

➤ **Estrategia, estructura y rivalidad de las firmas**

Las estipulaciones que rigen como las compañías se crean, se organizan y se gestionan en la nación, así como la calidad de la competencia asistente. Las condiciones y el contexto generan orientaciones fuertes en como las compañías se crean, se organizan y se gestionan, así como en cuál será la condición de la lucha doméstica. En Italia, por ejemplo los competidores internacionales exitosos son a menudo las compañías pequeñas o de tamaño mediano que no transan en bolsa y que son gestionadas como familias extendidas; en Alemania, en cambio, las compañías tiendan a ser estrictamente jerarquías en sus prácticas de organización y gestión, y los altos ejecutivos suelen poseer una formación técnica. (Porter, 2007, p.80)

1.3.2. Certificación orgánica

Es un procedimiento que permite comprobar si cumple con todas las fases correctas de la producción ecológica según las normas que les corresponde a los estándares de la certificación orgánica. (Controlunioncertifications,2009, p.1)

La certificación orgánica es una garantía correcta para afirmar el buen estado del producto y salubridad del consumo de un alimento. Tal certificación verificada con las normas correctas constata el proceso adecuado. Los requisitos de la certificación orgánica dependen de cada país, toda vez que estos consideran estándares en la producción almacenar, crecimiento procesamiento y empaquetamiento. (Portal del Perú orgánica, 2011, p.1)

- **Orgánica**

Es un método de producción que trata de aprovechar los recursos del énfasis del suelo y la actividad biológica y a la vez disminuir el uso de recursos no renovables y no utilizar fertilizantes y plaguicidas sintéticos para proteger el medio ambiente y la salud humana brindando beneficios naturales. (Foodagricultureorganization, Organica, 2007)

Para la certificación orgánica el comité respectivo puede tomar cualquiera de las 4 decisiones que a continuación se menciona:

1. **Certificación aceptada:** ante la no existencia de problemas
2. **Certificación condicionada:** de existir algunas deficiencias menores que no tienen mucha implicancia. Quedando comprometidos por escrito el productor a corregir las deficiencias menores en un plazo determinado por la certificadora.
3. **Certificación pendiente:** antes de recibir la certificación los problemas graves detectados deben ser corregidos; de no hacerlo no se otorga la certificación

4. **Certificación rechazada:** no se otorga la certificación al encontrar deficiencias muy graves que no pueden ser corregidas en el corto plazo. (informacionagropecuario, 2011,p.11)

REQUISITOS GENERALES, SOLICITUD, CONTINUACIÓN Y REINSTALACION PARA LA CERTIFICACIÓN ECOLÓGICA
GENERAL REQUIREMENTS, APPLICATION, CONTINUATION AND REINSTATING OF CERTIFICATION

Requisitos generales para la certificación

Una persona u organización que busque recibir o mantener la certificación deberá:

- Cumplir con la norma y los reglamentos para la producción y el manejo orgánico. En el caso de exportaciones a la Unión Europea cumplir con Las normas de BIO LATINA, equivalente al Reglamento CEE 834/2007 y su aplicación CEE 889/2008, en el caso del NOP, el Reglamento para producción Ecológica de los EE. UU y en el caso de las ventas a nivel nacional cumplir con los respectivos Reglamentos Nacionales de agricultura ecológica.

- Determinar las medidas concretas que deba adoptar el operador en su unidad para garantizar el cumplimiento de las disposiciones dadas en la norma de producción orgánica de Bio Latina.

- Establecer, implementar y actualizar anualmente un plan para su sistema de producción o de manejo orgánico, que se presente a BIO LATINA según lo dispuesto en las Normas básicas para la agricultura ecológica de BIO LATINA, en caso de exportaciones a USA lo dispuesto en las normas NOP;

- Permitir inspecciones “in situ” con acceso completo a la operación de producción o de manejo, incluyendo las áreas de producción y de manejo, las estructuras y oficinas no certificadas, por parte de BIO LATINA

- Mantener todos los registros y documentos de la operación orgánica

pertinente durante no menos de 5 años posteriores a su creación y permitir a las autoridades respectivas y a BIO LATINA el acceso a tales registros y documentos durante las horas normales de trabajo para revisión y copia para determinar el cumplimiento con el sistema de certificación y la normatividad.

- Presentar a BIO LATINA documentación que demuestre la implementación de un Sistema Interno de Control (en caso de solicitantes colectivos).

- Presentar el honorario pertinente cobrado por BIO LATINA al momento de la firma del contrato;

- Notificar inmediatamente a BIO LATINA todo lo que concierna a cualquier:

- (1) Aplicación, incluyendo el desvío, de una sustancia prohibida, a cualquier campo, unidad de producción, lugar, instalación, ganadería, o producto que sea parte de una operación; y

- (2) Cambio de una operación certificada o en cualquier porción de una operación certificada que pueda afectar su cumplimiento con la Ley y los reglamentos contenidos en esta parte.

- Entregar en un plazo máximo de 10 días hábiles, la información que el inspector requirió en la inspección, en caso de no hacerlo el inspector está en la obligación de terminar su informe y no aceptar una apelación referida al caso.

- Registrar debidamente las quejas presentadas por sus clientes sobre la conformidad de sus productos, tomar acciones apropiadas con respecto a ellas y documentarlas debidamente. Los registros de estas quejas y de las medidas correctivas adoptadas deben ser presentados a BIO LATINA cuando se solicite. (Biolatina, Requisitos generales, solicitud, continuación y reinstalación para la certificación ecológica, 2017).

¿Qué es un producto orgánico?

Es un producto natural libre de sustancias artificiales y perseverantes, procesados convenientemente a través de sistemas sustentables de acuerdo a las exigencias del mundo moderno. (Bioeconatural, 2016,p.2)

Por qué una certificación orgánica

El mundo moderno exige alimentación que no haga daño y proteger el medio ambiente que ha conducido que en los países de los mercados internacionales como Europa, EEUU y Japón tengan una demanda muy importante de productos orgánicos.

Para que un producto sea considerado ecológico, orgánico, natural y/o biológico tiene que estar certificado. Sin una certificación que lo constate como tal no puede ingresar al mercado internacional.

Para diferenciar la agricultura orgánica de otros tipos de agricultura sustentable.

Por ello, la certificación orgánica es un proceso esencial y una garantía de los procesos productivos. (controlunioncertifications, 2009,p.7)

Ventajas comerciales de la certificación orgánica, según Controlunioncertifications (2009)

- Importante nicho de mercado en todo el mundo
- Diferencia de la competencia
- Tendencias de los consumidores hacia la salud y medio ambiente.

En el Perú, la agencia líder de certificación es Control Unión Perú S.A.C., miembro del Control Union World Group una organización profesional de inspección y certificación de sistemas de producción y calidad ofreciéndole un mercado global one-stop-shop. Los certificados por Control Unión Perú S.A.C. son aceptados y reconocidos en los principales mercados internacionales. (Portaldeagriculturaorganica, 2011,p. 2)

La certificación tiene una validez de 12 a 14 meses. Tiempo máximo de entrega de certificado 45 días (luego de la inspección y al no encontrarse observaciones por levantar). (controlunioncertifications, 2009,p.21)

Empresas Certificadoras en el Perú

CONTROL UNIÓN PERÚ S.A.C

Representante: Fiorella Bustamante Siura

Dirección: Av.Petit Thouars N°4653, Of 603, Miraflores

E-mail: cert.peru@controlunion.com

Telf.: (511) – 719- 0400

CERESPERU S.A.C

Representante: Mariana Gonzáles Zúñiga Mejía

Dirección: Calle Aldabas N° 559, Of.1002, Santiago de surco

E-mail: mariana@ceresperu-cert.com

Telf.: (511)- 639 – 3218

IMOCERT LATINOAMERICA LTDA.

Representante Legal: Jorge Landeo Vivas

Dirección: Julio Rodavero N° 682, Urb.Las brisas, cercado de lima

E-mail: jlandeo@imocert.bio

Telf.: (511) – 337 – 7122

BIO LATINA S.A.C

Representante: Ing Reynaldo Chapiliquen Abad

Dirección: Jr Domingo Millán N° 852, Jesus María

E-mail: central@biolatina.com.pe

Telf.: (511) 203-1130.

Certificados que son recomendados o exigidos por los países importadores de nuestros productos.

1. Estados Unidos de Norteamérica la certificación orgánica es USDA Organic.
2. Para el mercado de la Unión Europea es EU Organic.
3. Otras certificaciones voluntaria son: EU Ecolabel, Fairtrade International, FLP Flower Label Program, GLOBAL G.A.P, International Food Standard IFS, ISO 9001, ISO 14001.

• COSTOS

Los costos son de acuerdo a los productos ,cantidad,volumen y a los países los cuales se dirige.los precios son fijados por cada organismo de certificación según una regla o baremo preciso y público: número de sitios de producción, volumen de producto, número de referencias distintas, de procesos distintos, etc. El organismo de certificación debe ser independiente de las labores económicos del sector. Un porcentaje de la facturación no accede garantizar suficientemente esta independencia. Por el contrario, el número y la duración de los controles deben depender de los riesgos y de los volúmenes de productos. Por eso que la facturación puede ser referencia para prever una parte fija, generalmente la más importante.

Todos los operadores deben tener la posibilidad de tener acceso al sistema de control, siempre que paguen su contribución a los gastos de dicho control (Artículo 9 del Reglamento CCE 209/91 modificado).para dar una idea, en Francia todos los gastos de control, de análisis, de tratamiento administrativo y de certificación y de certificación tienen montos aproximados comprendidos entre:

- 300 y 500 dólares para un agricultor individual (1,5 controles al año).

- 1000 y 3000 dólares para una empresa u organización de productores (2 controles al año).

En general, el conjunto de los costos de certificación es inferior al 1% del valor del producto al consumidor final. (Foodagricultureorganization, Manual de capacitacion :certificacion de calidad, 2004,p.5).

1.3.3. Exportación:

Es la salida de mercancías nacionales para el uso o consumo en el exterior. Para ello la transferencia de bienes debe efectuarse a un cliente domiciliado en el extranjero. (SUNAT, 2016,p.1).

Estrategias de exportación:

- Evaluar el potencial de exportación de tu producto.
- Determinar si estás listo para hacer una apuesta por los mercados internacionales y la evaluación de si tu empresa está lista para exportar.
- La identificación de los mercados clave para tus productos a través de estudios de mercado.
- Evaluar las opciones de distribución y de promoción y el establecimiento de un sistema de distribución en el extranjero.
- Determinación de los precios de exportación, condiciones de pago, métodos y técnicas.
- Familiarizarse con los métodos de envío, los procedimientos de documentación de exportación, financiación de las exportaciones y otros requisitos para la exportación. (Comercioyaduanas, 2015,p.1)

Beneficios que da el estado a empresas exportadoras.

- La exportación de bienes no está afectada a ningún tributo. El servicio que presta la SUNAT en cuanto a la exportación, es el de facilitar la salida al exterior de las mercancías, para mejorar nuestra competitividad y oferta.

Existen dos beneficios tributarios a los cuales se pueden acoger las empresas exportadoras, la devolución del IGV y el Drawback. El primero se tramita ante la SUNAT, y el segundo ante aduanas.

El Drawback:

Es el Régimen Aduanero que permite la restitución (devolución) de los derechos arancelarios pagados en la importación de materias primas o insumos o productos intermedios o partes y piezas, incorporados en la producción de bienes exportados. El monto de la restitución es la suma que resulte de aplicar la tasa 5% al valor FOB de exportación, sin considerar las comisiones y cualquier otro gasto deducible.

ADUANAS pondrá a disposición de los exportadores la restitución mediante nota de crédito o cheque dentro del décimo día hábil siguiente a la presentación de la solicitud. Excepcionalmente ADUANAS entregara la nota de crédito o cheque dentro del segundo día hábil siguiente a la presentación de la solicitud, siempre que el exportador presente una garantía por el monto objeto de restitución. (Deperu.con, 2016, p.1)

Benéficos de exportar y favorecer en tu negocio, según PROMPERU (2014):


- Modernizar la competitividad nacional
- Aumentar las ventas y los beneficios
- Lograr una participación en el mercado mundial
- Acortar la dependencia de los mercados existentes
- Estabilizar las fluctuaciones estacionales del mercado.

Pasos para exportar, según PROMPERU (2014):

- Búsqueda de oportunidades
- Contactos y negociaciones

- Tramites de exportación
- Gestión aduanera
- Procesos carga expresa

FICHA TÉCNICA DE AGUAYMANTO

Nombre Científico :	Physalis peruviana,peruviana linnaeus
Nombre vulgar español:	Aguaymanto,tomatillo(perú).
Nombre comercial :	Uchuvas,"Uvilla",aguaymanto","Alquenque Peruano","Capuli","Poga poga","Tomatillo silvestre o Tomatillo".
Partida arancelaria :	0810.90.50.00 Uchuvas(Uvillas),(Physalis Peruviana)
Partida arancelaria :	0813.40.00.00 las demas frutas u otros secos(Aguaymanto Deshidratado)
Zonas de Produccion	Ancash,Ayacucho,Cajamarca,Cusco,Junin y Lambayeque.
Estacioalidad del Producto	Marzo,Abril,Mayo,Junio y Julio.
Caracteriasticas del Producto	

Fuente:IPCNI & SIICEX

Tabla 1. Exportación de aguaymanto

AÑO	VALOR FOB (DÓLARES)
2012	10,773.54
2013	23,200.38
2014	8,701.68
2015	21,873.03
2016	262,835.45

Fuente: SUNAT
Elaboración: Propia



Figura 2. Exportaciones de aguaymanto de los últimos 5 años, extraída de SUNAT.

Elaboración: Propia

Historia de la Asociación de productores agropecuarios forestal acuícola de incuhuasi – caserío piedra colorada.

La asociación de productores agropecuarios forestales agrícola se ubica en la región Lambayeque provincia de Ferreñafe distrito de Incahuasi en el caserío piedra colorada; fue fundada el 24 de mayo del 2013, registrada dentro de las sociedades mercantiles y comerciales como una asociación, teniendo

como presidente al señor Andrés Calderón Carlos ; inicia sus actividades el 01 de junio del mismo año, logrando actividades comerciales y ganaderas, sus productos son arándanos y aguaymanto; obteniendo su nombre comercial como Asociación de Productores Agropecuarios Forestales Agrícola contando con 10 hectáreas sembradas y 5 disponibles, dedicándose a la venta en los mercados mayoristas ,teniendo a 35 socios productores, conjuntamente con la FAO se creó una implementación de una mini planta artesanal para derivados del aguaymanto ,PROCOMPITE promovió la instalación de riesgo tecnificado , ampliación del área productiva y equipamiento del área de selección de fruta. Actualmente cuenta con 15 hectáreas de cultivo y 5 disponibles y solo produce aguaymanto en fresco.

1.4. Formulación del Problema

¿Cómo obtener una ventaja competitiva en la exportación de aguaymanto para la Asociación de Productores Agropecuarios Forestales Agrícola, Incahuasi – Ferreñafe Lambayeque 2017?

1.5. Justificación del estudio

Justificación teórica

Actualmente se dice que a nivel mundial la competitividad en el mercado internacional es cada vez más fuerte. El aguaymanto se ha convertido en physalis peruviana de alta penetración a nivel internacional .su producción y consumo se extiende a nivel mundial, y por ser fruto con alto poder antioxidante, nutritivo y proteico con su agradable sabor.

Physalis peruviana se viene desarrollando a transcurso del tiempo, donde se recalcó que las exportaciones siguen creciendo, tal es que nuestro país tiene todo para hacer del aguaymanto una gran industria comercial. Teniendo el clima y el suelo adecuado. Y tener una buena estabilidad económica para nuestro

país. Sin embargo, este proyecto de investigación ayudará también a otros trabajos logrando un eficaz desarrollo con más facilidad.

Justificación Práctica

Los agricultores se caracterizan por el gran esfuerzo de trabajo entre ellos mismos, así mismo la falta de certificación orgánica genera una competitividad en menor nivel, y es por ello que existe la oportunidad de impulsar certificaciones en la Asociación de Productores agropecuarios Forestal Agrícola provincia de Ferreñafe específicamente distrito de Incahuasi para generar la producción y comercialización del aguaymanto a distintos mercados internacionales. Para poder abastecer la demanda con nuestra producción garantizada y valor. Por lo cual ayudará a la asociación con su desarrollo y a diferentes empresas que no tienen un certificado orgánico para que puedan incrementar las exportaciones y el crecimiento del Perú y de su localidad, mejorando los ingresos y la calidad de vida. Ayudando también a la calidad de vida siendo amigables con el medio ambiente.

Justificación Metodológica

La investigación del proyecto utiliza conceptos ya establecidos de certificación orgánica como ventaja competitiva para la exportación de aguaymanto. Estableciéndose un proceso que coopere en la mejora de los resultados de la investigación

1.6. Hipótesis

Hi: La certificación orgánica permitirá obtener una ventaja competitiva para la exportación de aguaymanto en la Asociación de Productores Agropecuarios forestal Agrícola, Incahuasi – Ferreñafe Lambayeque 2017.

1.7. Objetivos

Objetivo General: Diseñar el proceso de certificación orgánica para la exportación de aguaymanto en la asociación de productores agropecuarios forestal acuícola, Incahuasi – Ferreñafe Lambayeque 2017.

- **Objetivo específico**

Diagnosticar el estado actual de la Asociación de Productores agropecuarios forestal acuícola, Incahuasi – Ferreñafe Lambayeque 2017.

Identificar los factores influyentes para la exportación de aguaymanto en la asociación Apafavel, Incahuasi – Ferreñafe Lambayeque 2017.

Analizar el proceso de certificación orgánica para la asociación Apafavel, Incahuasi – Ferreñafe Lambayeque 2017.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de Investigación

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere (Arias, 2012,p.24).Porque vamos definir cada uno de sus procesos y características del proyecto de investigacion.

La investigación correlacional es un tipo de estudio que tiene como propósito evaluar la relación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables (en un contexto en particular).los estudios cuantitativos correlacionales miden el grado de relación entre esas dos o más variables (cuantifican relaciones).es decir, calculan cada variable presuntamente relacionada y después también miden y analizan la correlación. Tales correlaciones se expresan en hipótesis sometidas a prueba (Hernández, 2003, p.121).porque correlacional? porque estamos evaluando el proceso desde cero, es el elemento fundamental para las empresas.

Los diseños de investigación transversales recolectan datos en un solo momento, en un tiempo determinando. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Pueden abarcar varios grupos o subgrupos de personas, objetos o indicadores (Fidias, 2004, p.4). En este diseño de investigación vamos a pedir información a los expertos y a los dueños de la asociación APAFAVEL.

2.2. Variables, Operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Certificación Orgánica Como Ventaja Competitiva (Variable independiente)	La ventaja competitiva se crea y se sostiene mediante un proceso altamente localizado. Las diferencias en valores, culturales, estructuras económicas, instituciones e historias nacionales contribuyen al éxito competitivo. (Porter, 2007).	Son los factores que determina la ventaja competitiva de la asociación de productores agropecuarios forestal acuícola.	Determinantes de la ventaja competitiva	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones de los factores. • Condiciones de la demanda • Industrias relacionadas y de apoyo. • Estrategia, estructura y rivalidad de las firmas
	Es un proceso que permite verificar si un sistema cumple con los estándares de producción ecológica según las normas de los diferentes destinos de exportación. Según (control unión certifications,2009).	Documento que contiene partes dispensables que certifica el proceso.	Cuestionario	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre general • Información de los cultivos • Indicar si ya ha sido certificado • Dibujar un mapa de la finca • Explicar cada parcela por la finca. • Información sobre semillas. • Información maquinarias.

				<ul style="list-style-type: none"> • Información sobre el agua • Información de riesgo de contaminación
			Porque una certificación orgánica	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de la demanda que están teniendo los productos orgánicos. • Tiene que estar certificado.
			Ventajas comerciales de la certificación orgánica	<ul style="list-style-type: none"> • Importante nicho de mercado. • Diferencia de la competencia. • Tendencias de los consumidores para la salud y medio ambiente.
			Procesos de certificación orgánica	<ul style="list-style-type: none"> • Contacto • Estudio • Conformidad • Planeamiento • Inspección • honorario

			Costos	<ul style="list-style-type: none"> • varían de acuerdo al producto. • Cantidades y los países
Exportación (variable dependiente)	Régimen aduanero por el cual, se permite la Salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior. Para ello la transferencia de bienes debe efectuarse a un cliente domiciliado en el extranjero.(SUNAT, 2016)	Son las actividades tendientes relacionadas a las exportaciones	Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar • Determinar • Identificación de mercados. • Evaluar distribución y promoción. • Determinación de precios. • Familiarizarse.
			Beneficios que da el estado a empresas exportadoras	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitar la salida de mercancías. • Mejorar la competitividad y oferta. • IGV y Drawback.
			Pasos para exportar	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de oportunidades. • Contactos y negociaciones. • Tramites de exportación • Gestión aduanera • Procesos de carga.

2.3. Población y muestra

En esta investigación se utilizó dos poblaciones, para la obtención de la información con el propósito de recolectar datos orientados a la comprobación de la hipótesis.

La población estuvo conformada por:

Primera población: colaboradores de la asociación Apafavel.

Segunda población: Especialistas en comercio exterior

La primera población estudiada fue Apafavel, siendo esta la principal fuente de información; conformada de la siguiente manera.

1. Gerente General: Andrés Santos Calderón
2. Vice presidente: Felipe Díaz Bernilla

La segunda población estuvo conformada por los especialistas en comercio exterior.

En esta población se inició el contacto con los siguientes expertos: Lic. Carlos Alberto Ypanaque Estrada (Experto en exportación), Andrea Velarde (experta en certificados).

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

Las técnicas de recolección de datos que se utilizó fueron la entrevista y análisis documental.

Los instrumentos que se utilizó en la investigación para poder recoger y registrar los datos obtenidos a través de:

Guía de Entrevista: Aplicada a los expertos en la materia, asociación de productores agrícolas forestal acuícola y empresas exportadoras de aguaymanto de Lambayeque.

Guía bibliográfica: Se obtuvo datos de los antecedentes y teorías entre otros.

2.5. Métodos de análisis de datos.

Los métodos de análisis de datos aplicados en la investigación fueron los siguientes:

Gráficos: barras, donde se mostró las últimas exportaciones.

Cuadros estadísticos: se observó las evoluciones de las exportaciones de aguaymanto.

III. RESULTADOS

En este contexto se detallan los resultados después de aplicar los instrumentos, por lo tanto, fueron 3 objetivos seleccionados para cumplir con lo planteado.

Es importante mencionar que se trabajó con 2 poblaciones, las cuales son las siguientes: los colaboradores de la asociación de productores agropecuarios forestal acuícola – incahuasi, las empresas agroexportadoras y finalmente los especialistas. De esta manera, en el presente capítulo se muestran los resultados del diagnóstico del estado actual de la asociación. De acuerdo a su situación actual en la que se encuentra, y dar a conocer si cuenta con un certificado orgánico.

A continuación, se explicará de manera detallada la ejecución y desarrollo de los instrumentos de tesis para cada objetivo.

3.1. Diagnóstico del estado actual de la asociación APAFAVEL.

La información establecida en el presente capítulo fue obtenida a través de la aplicación de una entrevista. Esta información fue categorizada, indicando los principales aportes brindados por los entrevistados.

A continuación, se presentan los gráficos que demuestran lo que cada especialista conoce de su tema.

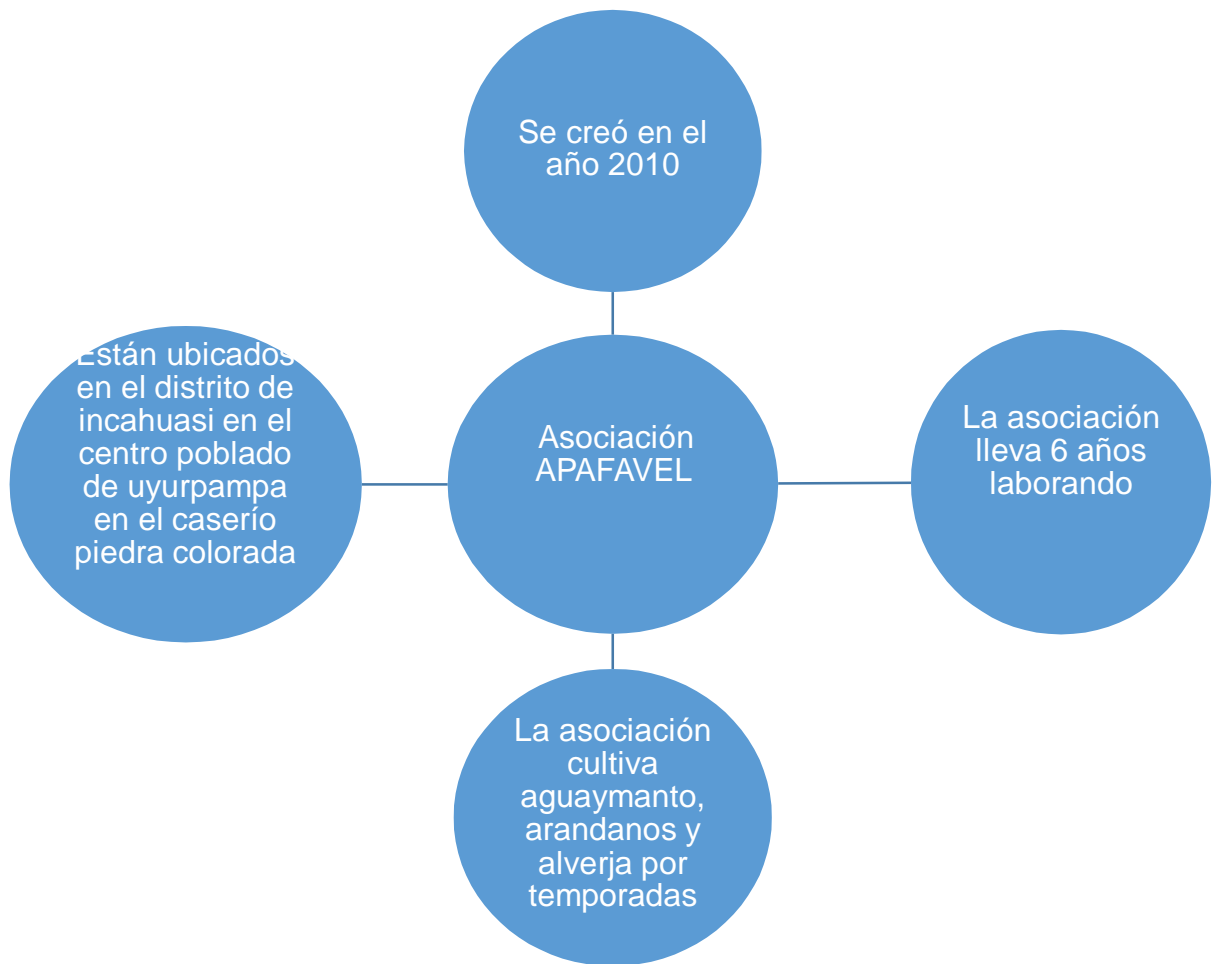


Figura 3. Situación actual de la Asociación de productores agropecuarios forestal acuícola, datos obtenidos de la entrevista realizada al Gerente General de la Asociación APAFAVEL.

Elaboración: Propia

La figura 3. Muestra los resultados de la entrevista realizada al Gerente General de la asociación. El señor Andrés Calderón afirmó que la asociación se creó en el año 2010. Se encuentran ubicados en el distrito de Incahuasi en el centro poblado de Uyurpampa en el caserío piedra colorada a 3 mil metros sobre el nivel del mar. Llevan laborando 6 años, asimismo los productos que cultivan son aguaymanto, arándanos, y cuando no hay cosecha de los dos productos se cultiva alverja.

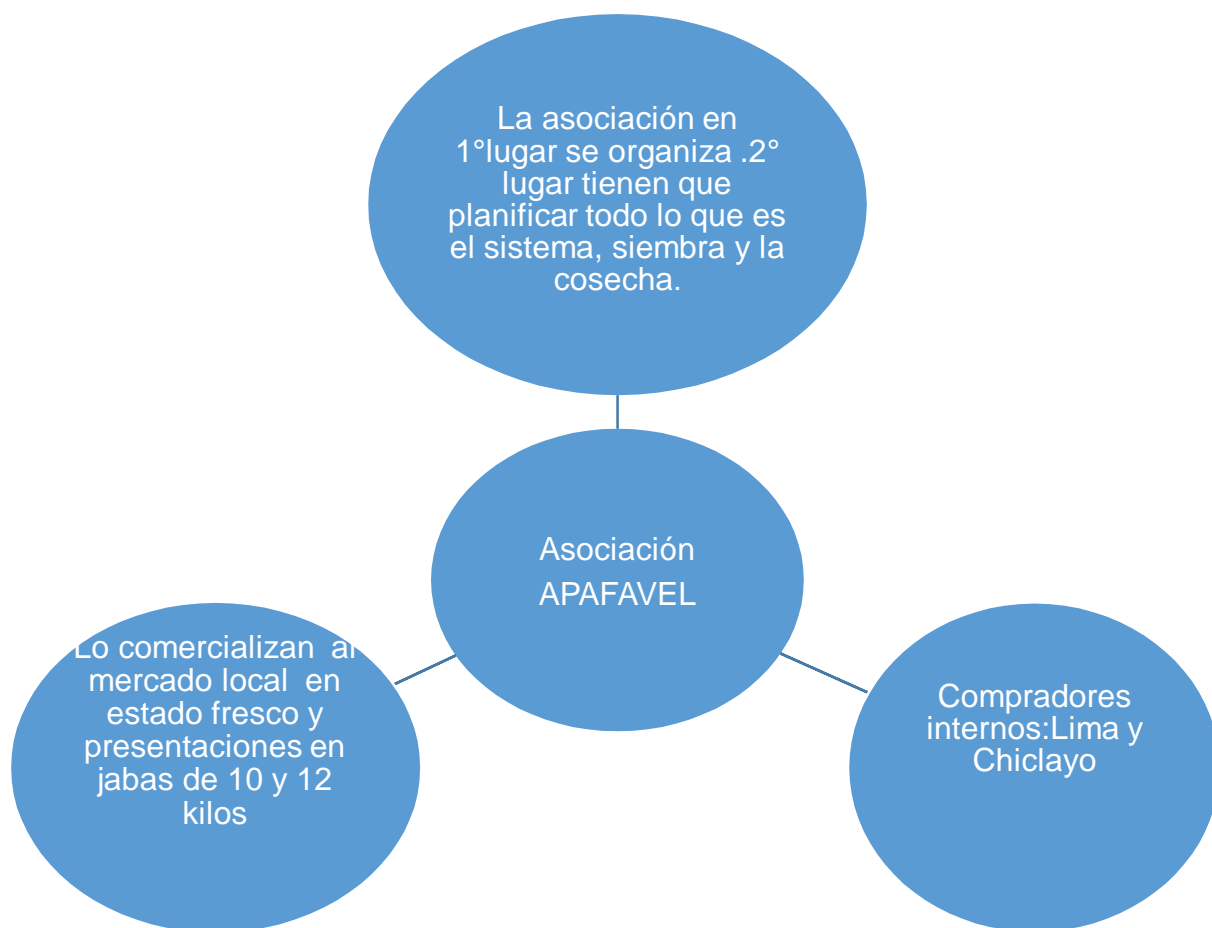


Figura 4. Situación actual de la asociación en el área comercial y producción, datos extraídos de la entrevista realizada al encargado del área comercial y producción de la asociación APAFAVEL.

Elaboración: Propia

La figura 4. Muestra los resultados de la entrevista al encargado del área comercial y producción de la asociación. El señor Andrés Calderón indicó que su proceso de producción se basa en 2 pasos. Primero se organizan, segundo planifican todo el sistema de labores, siembra y cosecha. También comentó que el aguaymanto lo comercializan en estado fresco y su presentación es en jabas de 10 kilos a 12 kilos. Sus compradores se encuentran ubicados en las ciudades de Chiclayo y Lima.

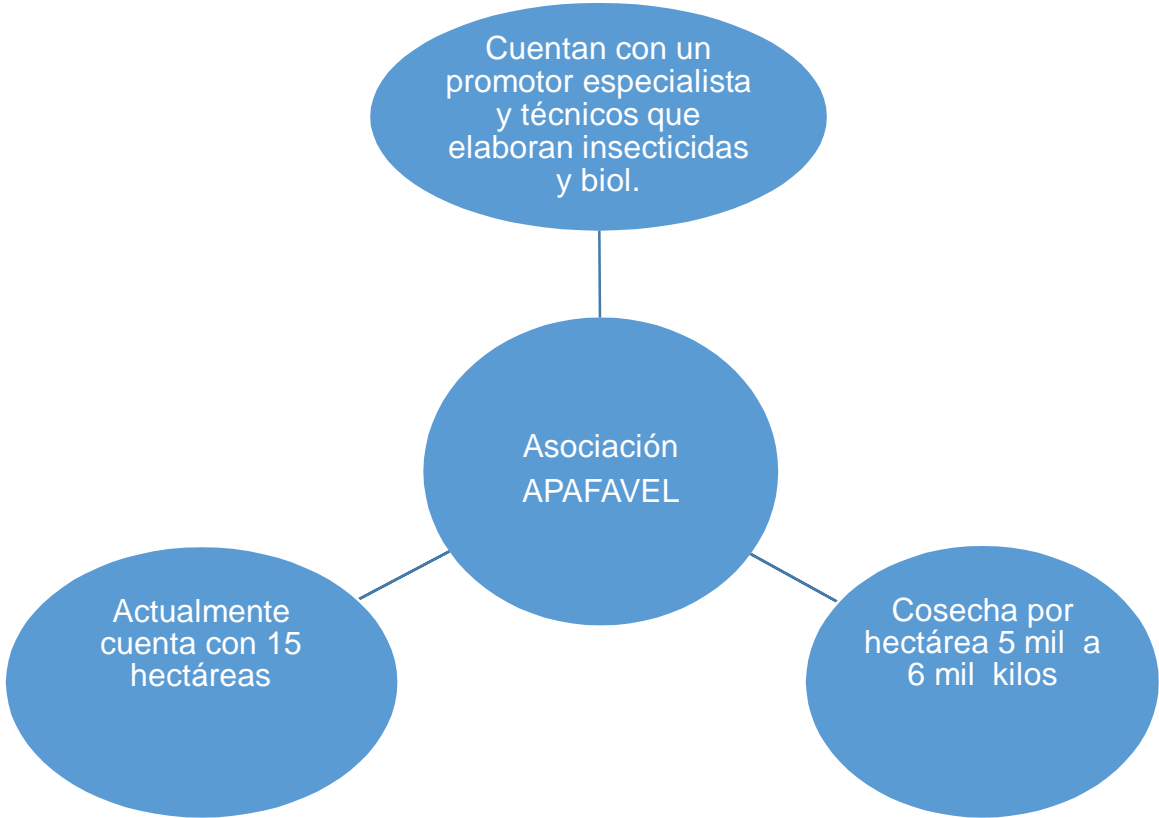


Figura 5. Situación actual de la asociación en el área comercial y producción, datos extraídos de la entrevista realizada al encargado del área comercial y producción de la asociación APAFAVEL.

Elaboración: Propia

La Figura 5. Muestra los resultados de la entrevista al encargado del área comercial y producción de la asociación. El señor Andrés Calderón indico que ellos mismos realizan sus propios insecticidas naturales contando con un especialista y técnicos capacitados en el tema. Cuentan actualmente con 15 hectáreas y su rendimiento por hectárea es de 5 mil a 6 mil kilos. El aguaymanto se cultiva en la totalidad de hectáreas (15 hs) teniendo dicha capacidad cuando empiezan a trabajar.

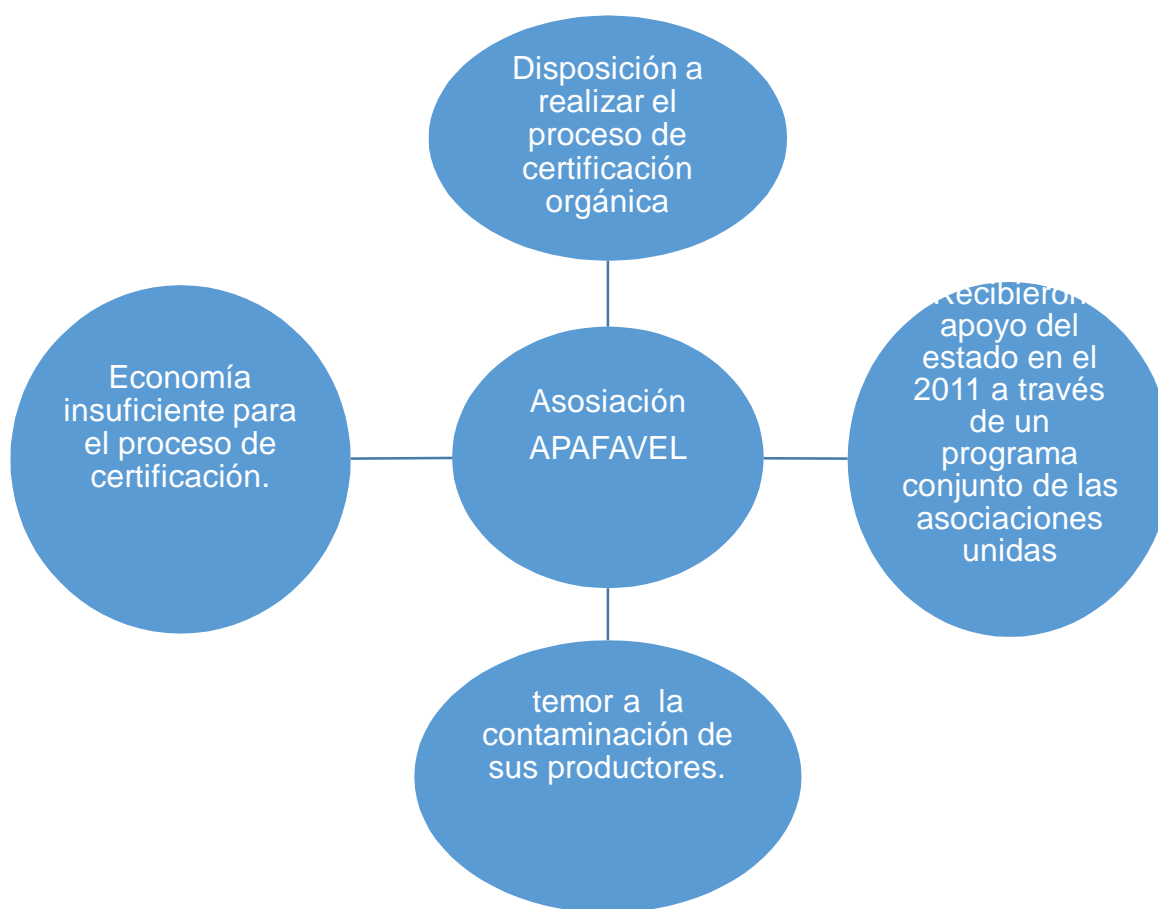


Figura 6. Situación actual de la asociación en el área comercial y producción, datos obtenidos de la entrevista realizada al encargado del área comercial y producción de la asociación APAFAVEL.

Elaboración: Propia

La figura 6. Muestra los resultados de la entrevista al encargado del área comercial y producción de la asociación. El señor Andrés Calderón indicó que todos los socios están de acuerdo a realizar el proceso de certificación orgánica. También están dispuestos a asumir los costos, pero saben que el presupuesto es elevado, sin embargo, se requeriría de apoyo externo en el financiamiento, por otro lado, en el 2011 recibieron apoyo del estado de Incahuasi quienes hicieron una alianza con un programa conjunto de asaciones unidas que tuvo como resultado el beneficio de 10 mil dólares, los cuales fueron invertidos por la asociación en maquinaria y mejoramiento de los procesos de cosecha. Asimismo, se sienten preocupados por la contaminación a las que se ven expuestos sus productos a consecuencias de los malos hábitos de sus vecinos que utilizan productos químicos, arrojan plásticos y queman los desperdicios, lo que implica un riesgo frecuente, que como asociación tratan de controlar.

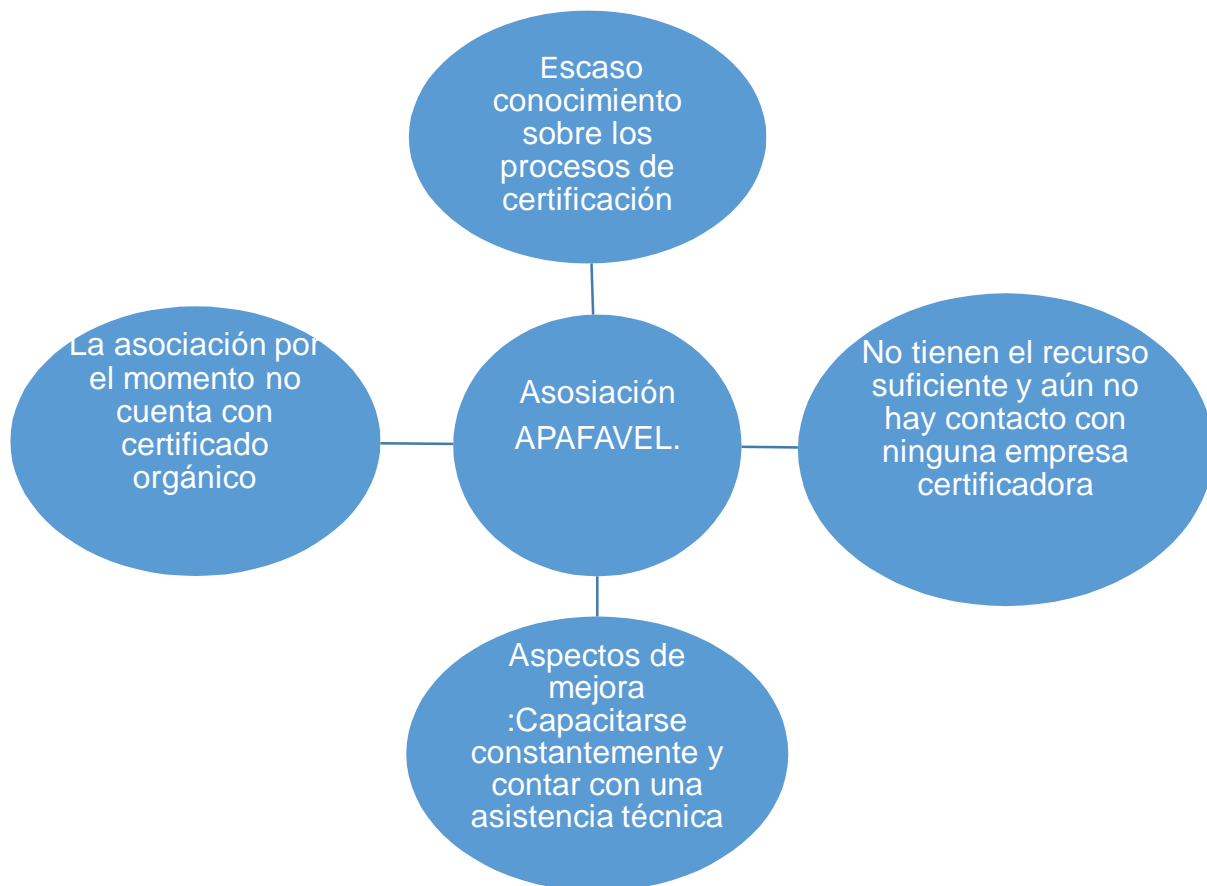


Figura 7. Situación actual de la asociación en el área comercial y producción, datos extraídos de la entrevista realizar al encargado del área comercial y producción y de la asociación APAFAVEL.

Elaboración: Propia.

La figura 7. Muestra los resultados de la entrevista al encargado del área comercial y producción de la asociación, El señor Andrés Calderón indicó que tienen escaso conocimiento de cómo certificar productos orgánicos, gracias a un proyecto que ganaron la empresa llego a dar una pequeña capacitación para dar a demostrar los procesos y que se tenía que hacer. La asociación por el momento no cuenta con ningún certificado orgánico y el motivo es porque no tienen los recursos necesarios y aún no se han comunicado con ninguna empresa. Asimismo, nos indicó que sus aspectos de mejora para la asociación es capacitarse constantemente y contar con una asistencia técnica.

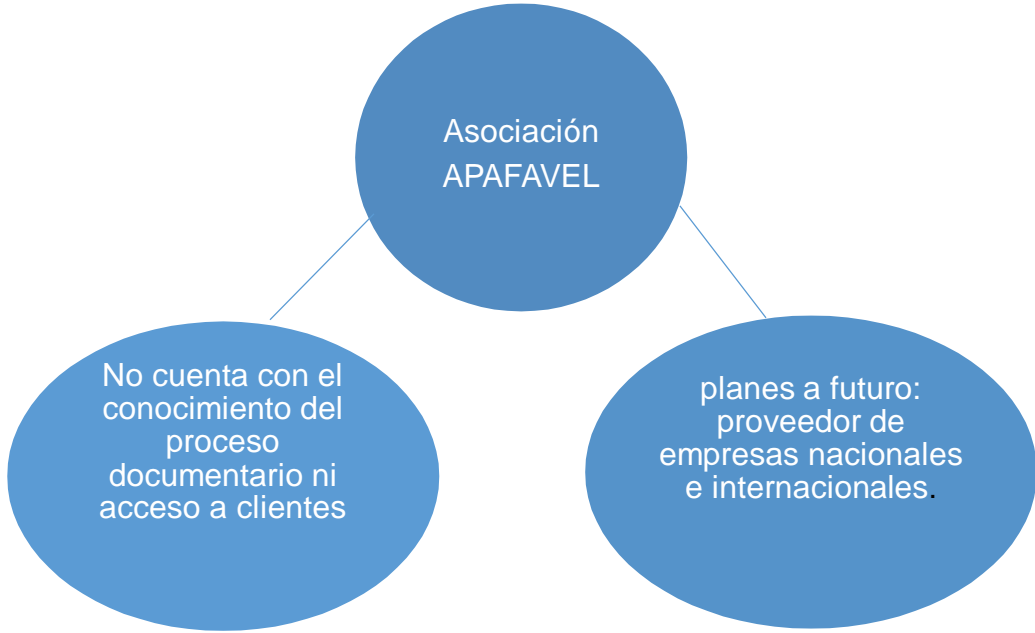


Figura 8. Situación actual de la asociación en el área comercial y producción, datos obtenidos de la entrevista realizar al encargado del área comercial y producción y de la asociación APAFAVEL.

Elaboración: Propia.

La figura 8. Muestra los resultados de la entrevista al encargado del área comercial y producción de la asociación, El señor Andrés Calderón indicó que no pueden vender su producto a nivel internacional por falta de certificación y desconocimiento de los trámites documentarios. Sus planes a futuro es vender su producto al mercado nacional e internacional y hacer una alianza estratégica con el apoyo de la municipalidad de Incahuasi para la elaboración de un proyecto que permita complementar la cantidad suficiente de la oferta exportable.

3.2. Factores influyentes para la exportación de Aguaymanto en la Asociación.

Cuadro 1. Factores influyentes para la exportación de aguaymanto en la asociación

	Lic.Ypanaque Estrada Carlos	Ing. Andrea Velarde
¿Qué certificado sería el más conveniente?	Es el caso del aguaymanto seria Fair Trade y como lo mencionamos certificación orgánica son las más usadas dentro de los productos	Estados Unidos de Norteamérica la certificación orgánica es USDA Organic, Para el mercado de la Unión Europea es EU Organic, Otras certificaciones voluntarias son: EU Ecolabel, Fairtrade International, FLP Flower Label Program, GLOBAL G.A.P... International Food Standard IFS, ISO 9001, ISO 14001.

Fuente: Entrevista a 2 especialistas
Elaboración: Propia

Cuadro 1, muestra los resultados de la entrevista realizada a las 2 especialistas. La primera especialista indico que en el aguaymanto el certificado

más conveniente sería Fair Trade y certificado orgánico. Así mismo el siguiente especialista mencionó que Estados Unidos de Norteamérica la certificación orgánica es USDA Organic y otras certificaciones voluntarias son: EU Ecolabel, Fairtrade.international, FLP Flower Label Program, GLOBAL G.A.P, International Food Standard IFS, ISO 9001, ISO 14001.

Cuadro 2. Factores influyentes para la exportación de aguaymanto en la asociación

	Lic.Ypanaque Estrada Carlos	ing. Andrea Velarde
ventaja de contar una certificación orgánica en una empresa o asociación	Es abrir mercados directamente, tener mayores pedidos, ya que estos productos ingresan a mercados exclusivos y pagan más. Y en caso de la asociación van a incrementar sus ganancias.	A través del certificado orgánico las organizaciones son capaces de garantizar a sus clientes, el sello ecológico que otorga el reconocimiento por el suministro de insumos naturales de alta calidad, comprometidos por el medio ambiente y otorga importantes beneficios a los productores.

Fuente: Entrevista a 2 especialistas
Elaboración: Propia

Cuadro 2. Muestra los resultados de la entrevista realizada a los 2 especialistas. El primer especialista entrevistado indico que permite aperturar mercados directamente, es tener mayores pedidos, ingresar a mercados exclusivos para este tipo de productos. Por otro lado, la segunda especialista comento que la obtención del certificado orgánico otorga beneficios a los productores ya que les ayuda a comprender las normativas vigentes en producción orgánica y a llegar a aplicarlas de modo correcto.

Cuadro 3. Factores influyentes para la exportación de aguaymanto en la asociación

	Lic.Ypanaque Estrada Carlos	Ing. Andrea Velarde
ventajas comerciales que se obtienen al contar con una certificación orgánica	Es acceso al mercado, un mayor precio y a la vez es beneficioso para los productores porque van a recibir más por su producción.	Importante nicho de mercado en todo el mundo, diferenciación de la competencia, Plus sobre el precio del convencional (entre 10% y 40% más) y tendencias de los consumidores hacia la salud y medio ambiente.

Fuente: Entrevista a 2 especialistas
Elaboración: Propia

Cuadro 3. Muestra los resultados de la entrevista aplicada a los 2 especialistas. El primer especialista indico tener acceso al mercado y con un mayor precio y el segundo especialista indico que es importante nicho de mercado en todo el mundo, incrementando entre el 10 y 40% el precio del producto final.

Cuadro 4. Factores influyentes para la exportación de aguaymanto en la asociación

	Lic.Ypanaque Estrada Carlos	Ing. Andrea Velarde
Principales países consumidores importadores de aguaymanto	La gran mayoría de las exportaciones se dirigen a China, Estados Unidos gran consumidores de aguaymanto y Europa.	El principal país importador de Aguaymanto fresco es Países bajos con 68,002 USD en el año 2016, el segundo, tercero más importantes son Francia y Alemania con 13,591 y 8,843 miles de dólares respectivamente.

Fuente: Entrevista a 2 especialistas
Elaboración: Propia

Cuadro 4. Muestra los resultados de la entrevista aplicada a los 2 especialistas. El primer especialista indicó que los principales consumidores son China, EEUU, y Europa. El segundo especialista indicó que el gran país importador de aguaymanto fresco es Países bajos, Francia y Alemania.

Tabla 2. Principales mercados de destino –FOB US\$

PAIS	2012	2013	2014	2015	2016	2017
NETHERLANDS	462	3,333	-	221	68,002	-
FRANCE	20,273	3,626	11,046	1,794	13,591	191
GERMANY	5,517	34,411	546	26,455	8,843	-
NEW ZEALAND	-	-	546	-	6,825	-
AUSTRALIA	13,006	-	546	-	2,730	-
ITALY	100	2,912	933	-	2,636	-
UNITED STATES	-	-	3,915	2,021	2,112	-
SPAIN	-	-	480	-	1,357	9
ARUBA	-	-	-	-	75	202
KUWAIT	-	-	-	725	-	-
LOS DEMÁS	12,507	15	-	975	-	4
TOTAL GENERAL	51,865	44,297	16,920	32,191	106,171	406

Fuente: SUNAT

Cuadro 5. Los factores influyentes para la exportación de aguaymanto en la asociación

	Lic.Ypanaque Estrada Carlos	Ing. Andrea Velarde
Estrategias de promoción se pueden aplicar para la exportación de aguaymanto	Tener una página web, fanpage, correos corporativos, esto hace que tus clientes confíen en ti, asistiendo a ferias o a ruedas de negocios ayuda acercarse más al empresario	Conveniente aperturar canales de comunicación, sobre todo vía internet, habilitar una cuenta de correo y una web informativa puede ser importante como medios de comunicación de las actividades y productos.

Fuente: Entrevista a 2 especialistas

Elaboración: Propia

Cuadro 5. Muestra los resultados de la entrevista a los 2 especialistas. El primer especialista comento que las estrategias es tener una página web, correos corporativos. El segundo especialista indica que es conveniente tener canales de comunicación y habilitar una cuenta de correo y una web informativa puede ser importante como medios de comunicación de las actividades y productos, también se considera él envió de muestras dos veces por año.

Cuadro 6. Los factores influyentes para la exportación de aguaymanto en la asociación

	Lic.Ypanaque Estrada Carlos	Ing. Andrea Velarde
Países cuya tendencia es el consumo de productos orgánicos	Alemania, Suiza y Bélgica y sobre todo china tiene un gran crecimiento.	Dinamarca es el principal mercado en Europa con 153€ por persona, Asia (Corea) importa 72% de alimentos orgánicos anual US\$ 15 millones, Norteamérica (EEUU) alcanza 29 mil millones.

Fuente: Entrevista a 2 especialistas
Elaboración: Propia

Cuadro 6. Muestra los resultados de la entrevista a los 2 especialistas. El primer especialista que los países cuya tendencia es Alemania, Suiza y Bélgica. El segundo especialista nos indica que Europa, Asia y Norteamérica. El consumidor canadiense en general es un comprador altamente sensibilizado en relación a los beneficios de una alimentación sana, saludable y respetuosa del medio ambiente, de tal manera que están dispuestos a pagar más por un producto de mayor calidad.

3.3. Proceso de certificación orgánica en APAFAVEL.

1. **Presente su solicitud:** completar la solicitud con la información solicitada. CU evaluará la información y determinará si es posible enviarle una oferta con la información proporcionada.



APLICACIÓN/SOLICITUD DE CERTIFICACIÓN Y/O CAMBIOS

Orgánico ('Equivalente' EU, USDA-NOP, JAS, EFAPA, FIPA) e Input

Bird Friendly y estándares locales Perú, Ecuador, Costa Rica, Colombia*, Brasil, Paraguay

PARA CONTROL UNION CERTIFICATIONS/PERÚ (CU) INSPECTION & CERTIFICATION

FORMATO DE APLICACIÓN

Por favor, complete este formato de aplicación y devuélvalo a la oficina local de Control Union. Nosotros le proporcionaremos una oferta y discutiremos la mejor manera de ofrecerle hacia una auditoría de certificación.

INSTRUCCIONES AL SOLICITANTE

- Este Formato de aplicación debe ser completado antes de hacerle una oferta
- Por favor complete el formato y firme la declaración del cliente

INFORMACIÓN DEL CLIENTE / Información para temas financieros

Nombre de la Organización	:	Asociación de Productores Agropecuarios Forestal Acuícola
Dirección	:	Incahuasi – caserío piedra colorada
Código postal/ Código Zip	:	051
Ciudad	:	Ferreñafe
País	:	Perú
N° de teléfono	:	973007705
N° de fax	:	-
N° de RUC	:	10174398734

INFORMACIÓN DEL CONTACTO PRINCIPAL (LA PERSONA RESPONSABLE/ENCARGADO)

Nombre del Representante legal	:	Andrés Calderón Carlos
Nombre del Contacto	:	Andrés calderón Carlos
Posición / cargo	:	Presidente
N° de telefono direto	:	-
N° de celular	:	973007705
Dirección de correo electrónico	:	-

GUÍA AL SOLICITANTE						
Aplicando por primera vez						x
Para renovación marque SOLO si tuvo cambios y si Ud. ya es cliente de CU						
POR FAVOR INDIQUE EL PROGRAMA APLICABLE DE CERTIFICACIÓN ORGÁNICA DE ACUERDO A LOS REQUERIMIENTOS OFICIALES DE1 (dentro del alcance de Control Union Certifications):						
Reglamento Orgánico de la Unión Europea EU (EU 834/2007, 889/2008)2						
Estados Unidos (USDA/NOP)3						x
Japón (JAS)						
Corea EFAPA (finca)						
Corea FIPA (process)						
SOLICITA UN PROGRAMA DE CERTIFICACIÓN PRIVADO:						
INPUT: Material de protección de cultivos	x	EU		NOP	—	JAS
INPUT: Fertilizantes y Materiales para Mejora del Suelo	x	EU		NOP	—	JAS
De Alimentos para Mascotas (basado en EU 834/2007, 889/2008)		EU				
INDIQUE EL PROGRAMA APLICABLE DE CERTIFICACIÓN ORGÁNICA DE ACUERDO A LOS REQUERIMIENTOS OFICIALES DE 4 (dentro del alcance de Control Union Perú S.A.C según esquema 6 (ISO/IEC 17067):						
Ecuador - Normativa e Instructivo para Promover y Regular la Producción Orgánica – Ecológica – Biológica en el Ecuador (Registro Oficial No. 34 del 11 de Julio del 2013 y Resolución DAJ-20133EC-0201.0099)						
Perú - Reglamento Técnico para los Productos Orgánicos D.S. Nº 044-2006-AG –SENASA						x

1 Para mayor información sobre los estándares, requerimientos y alcances por favor consulte con nosotros o visite nuestro sitio web: <http://cucpublications.controlunion.com/>

2 CU está autorizado para realizar inspecciones orgánicas para EU en muchos países que no pertenecen a la Unión Europea y en Bulgaria. Para una lista completa por favor consulte con nosotros o visite nuestro sitio web.

3 Para la aplicación USDA NOP por favor considere la norma NOP 4009 sobre unidades subcontratadas (Q&A sobre quien necesite ser certificado): Cada operación certificada debe tener *su propio* certificado orgánico (los certificados no pueden ser "compartidos" por operaciones múltiples)

4 Para mayor información sobre los estándares, requerimientos y alcances por favor consulte con nosotros o visite nuestro sitio web: <http://www.cuperu.com/portal/es/programas-de-certificacion>

Paraguay - Reglamento orgánico Nacional Resolución No. 143/11– SENAVE	
Colombia -Resolución No. 187 de 2006 por la que se adopta el Reglamento para la producción primaria, procesamiento, empaçado, etiquetado, almacenamiento, certificación, importación, comercialización de productos agropecuarios ecológicos (Sello Ecológico Colombiano) ⁵	
Brasil - Decreto 6323 - Regulamentação da Lei dos Orgânicos 10.831/2003 Brasil (Solo inspecciones)	
Decreto 29782-MAG del Ministerio de Agricultura y Ganadería de Costa Rica	
OTROS:	
Aplicación para el programa Bird Friendly - Indicar N° de Productores que aplican al programa: _____	
Aplicación para el programa Bio Suisse	
Carta COR (Equivalencia de USDA/NOP con Canadá)	

1. Productos

POR FAVOR, DESCRIBA A CONTINUACIÓN LOS PRODUCTOS QUE DESEA CERTIFICAR. SI SE TRATA DE CAMBIOS MENCIONE TODOS LOS PRODUCTOS E INDIQUE CUAL CAMBIÓ, CUAL FUE AÑADIDO O RETIRADO.		
Nombre del product	Cambiado, adicionado o retirado (indique según corresponda)	Adjunte un formato de Especificación de Producto por producto (indique el nombre del archivo)
Aguaymanto	Fresco	
<i>Adicione más filas si es necesario</i>		

2. Unidades de producción /producción primaria⁶

POR FAVOR, DESCRIBA A CONTINUACIÓN LAS ACTIVIDADES DE TODAS LAS UNIDADES DE PRODUCCIÓN. SI SE TRATA DE CAMBIOS MENCIONE TODAS LAS UNIDADES E INDIQUE CUAL CAMBIÓ, CUAL FUE AÑADIDA O RETIRADA.				
Nombre y dirección de la unidad	Tamaño (Ha)	N° de procesadores dentro del grupo de pequeños procesadores ⁷ SIC	Cambiada/adicionada /retirada	Período de cosecha

5 En proceso de acreditación

6 Si desea solicitar conversión retrospectiva, presentar durante inspección el historial del campo de los últimos 3 años, además una constancia que pueda demostrar el cumplimiento en cuanto al **no uso** de insumos prohibidos. Entre otros, este documento debe especificar área, lote, productor, fecha de inicio de la transición y de preferencia ser validado por una entidad del estado competente. El cumplimiento de todos estos requisitos será empleado por la certificadora para evaluar la transición retrospectiva junto a los hallazgos de la auditoría y los análisis recolectados y determinar qué estatus y para qué programas le corresponde al operador. **Solo para Ecuador**, para las conversiones retrospectivas parciales (IC3) deberá contarse con Declaraciones de preferencia juramentadas, de al menos dos personas que no se encuentren vinculados con la operación orgánica. La declaración debe contener: La declaración de cuánto tiempo atrás el predio ha sido manejado como orgánico y cuándo fue la última aplicación de productos prohibidos; Nombre y la dirección de contacto del emisor de la declaración; Fecha y el lugar de emisión de la declaración; Firma del declarante.

7 Para mayor información sobre los estándares, requerimientos y 'grupos pequeños de agricultores /sistema interno de control por favor contáctenos o consulte nuestro sitio web: <http://cucpublications.controlunion.com/>

Asociación de productores Agropecuarios Forestal agrícola – se ubica en la región Lambayeque provincia de ferreñafe distrito de incahuasi en el caserío piedra colorada.	15 Ha	35 productores		7 meses de cosecha
<i>Adicione más filas si es necesario</i>				

3.Unidades de procesamiento

POR FAVOR, DESCRIBA TODAS LAS ACTIVIDADES NO PRIMARIAS Y UNIDADES, INCLUYENDO LA ADMINISTRACIÓN /OFICINA DE EXPORTACIÓN. SI SE TRATA DE CAMBIOS, MENCIONE TODOS LAS UNIDADES E INDIQUE CUAL CAMBIÓ, CUAL FUE AÑADIDA O RETIRADA.

Nombre y dirección de la unidad	Procesos (almacenamiento, lavado, corte, selección, embalaje de exportación, etc.)	Cambiada/adicionada /retirada (si aplica)	Actividad/período de procesamiento	Unidad subcontada	
				Sí	No
Asociación de productores Agropecuarios Forestal agrícola – se ubica en la región Lambayeque provincia de ferreñafe distrito de incahuasi en el caserío piedra colorada	Pelado y selección		Consiste en retirar la cascara envoltorio del aguayamanto , para pasar la fruta pelada a unas bandejas donde se guardan solo las que están en buen estado		No
	Pesado de fruta sin envoltorio		Consiste en pesar las frutas sin envoltorio, para determinar el peso.		No
	Lavado		Consiste el colocar la fruta pelada en una jaba transportadora de lavado.		No
	Envasado		Consiste en llenar las jabas de plástico con mucho cuidado		No

1. Por favor, proporcione el tiempo de viaje estimado entre todas las unidades con el aeropuerto más cercano.

Para nuestra orientación, por favor adjunte un mapa general básico donde todas las unidades están indicadas para que se pueda estimar la logística.

7 horas de distancia

5. ¿La operación/proyecto o cualquier agricultor, alguna vez ha sido registrado, inspeccionado o certificado anteriormente por otro Organismo de Certificación (OC)?

SI ES SÍ, POR FAVOR MENCIONE

El nombre del organismo de certificación	
El número anterior de registro	
Validez del certificado	
Razones del cambio de organismo de certificación (OC)	
Persona de contacto de la anterior agencia certificadora	

6. Tenga en cuenta que si la empresa solicitante tiene sede en un estado miembro de la Unión Europea, y su proyecto se encuentra en un país no perteneciente a la UE, se debe mantener su certificado orgánico válido de la EU para garantizar que se cubrirá toda la cadena.

7. Junto con este formato de aplicación firmado, adjunte la copia de la inscripción de su empresa en la Cámara de Comercio (en los países donde esta inscripción no sea obligatoria por ley, adjuntar referencia de registro oficial, donde se especifique representante legal, RUC/RUT y nombre de la empresa en pdf).

8. Por favor envíe este documento tanto en formato electrónico (word) como en formato pdf con la firma. Gracias.

DECLARACIÓN DEL SOLICITANTE

El que firma declara haber completado con veracidad este Formato de Aplicación.

Nombre	:	Andrés Calderón Carlos
Posición	:	Presidente
Firma	:	
Fecha	:	21.11.17

Basados en la información anterior, CU elaborará una oferta sin compromiso de contrato y le será enviado.

Fuente: Biolatina.

2. Se le enviara una carta oferta donde describimos los costos de inspección y certificación.

Tabla 3. Tarifas para la certificación orgánica

DETALLE	PERÚ
	S/
DÍA DE REVISIÓN DE SOLICITUD	100
DÍA DE LA INSPECCIÓN A LA PRODUCCIÓN	200
DÍA DE INSPECCIÓN A LA PREPARACIÓN	250
DÍA DE INSPECCIÓN A LA COMERCIALIZACIÓN	250
DÍA DE REVISIÓN DEL SISTEMA INTERNO DE CONTROL (SIC)	150
DÍA DE REDACCIÓN DE INFORME DE INSPECCIÓN	100
TRADUCCIÓN DE INFORME DE INSPECCIÓN	100
EVALUACIÓN DE INFORME DE INSPECCIÓN	100
CERTIFICACIÓN POR CADA CATEGORÍA	640
CERTIFICADO DE TRANSACCIÓN	160

Fuente: Bio latina

Tabla 4. Tarifas para certificación Global G.A.P (Aseguramiento integrado de fincas: Ámbito de cultivos base)

DETALLE	MONTO ANUAL S/.
DÍA DE REVISIÓN DE SOLICITUD	328
DÍA DE INSPECCIÓN PRINCIPAL Y ADICIONAL DE LA UNIDAD (PMU)	492
INSPECCIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD (SGC)	492
MANIPULACIÓN DEL PRODUCTO (PHU)	820
AUDITORIA DE SEGUIMIENTO A 10% DE LOS CLIENTES	65.6
DÍA DE REDACCIÓN DE INFORME DE INSPECCIÓN	164
EVALUACIÓN DE INFORME DE INSPECCIÓN	328
CERTIFICADO POR CADA CATEGORÍA	656

Fuente: Bio latina

La unidad productiva que inicie el proceso de certificación deberá buscar en función a sus condiciones ambientales y del uso anterior de la tierra. Se realizan visitas de campo anuales durante el proceso de certificación. Los costos de

certificación pueden variar según los productos, las cantidades y los países. los precios son fijados por cada organismo de certificación.

3. Planeamiento: Un plan anual escrito de la producción que detalla la actividad: siembra, métodos de la cosecha, las localizaciones del almacenaje y control de la fertilización que se entregara a la agencia certificadora detallando cada proceso.

La recolección no podrá ser certificada como orgánica por las siguientes situaciones:

- No está permitido la producción simultánea de las mismas especies vegetales y animales en áreas orgánicas. La producción paralela (orgánica y convencional) no será aceptada después de 5 años de iniciado el proceso de transición.
- No se permite el almacenamiento de los productos expresamente prohibidos, peligrosos riesgo contaminante y separado de cualquier otra unidad que pueda contaminar el producto orgánico, asimismo su transporte a través de dichas áreas será restrictivo.
- Está prohibido el uso de fertilizantes derivados de excrementos humanos, basura doméstica urbana y/o aguas servidas.
- En el caso de utilizar fertilizantes minerales, el componente mineral deberá ser integrado a los ciclos biológicos, pasando por un proceso de compostaje o fermentación (biofertilizante líquido enriquecido con micronutrientes), u otro proceso equivalente. Dicho es de uso restringido y temporal.
- Los volúmenes de cosecha máximos anuales deberán ser estimados con anterioridad y confrontados con los datos o información de años anteriores con el objetivo de evaluar la producción.

4. Inspección: La certificadora envía un inspector para revisar la finca y después que se ha hecho todas las inspecciones necesarias, la agencia le enviara un

reporte con todos los hallazgos, teniendo en cuenta las siguientes advertencias:

- No usar semillas o materiales de propagación transformados mediante la ingeniería genética y productos sintéticos. Utilizar semillas o plántulas importadas que cumplan con los requisitos fitosanitarios de ley.
 - El operador debe utilizar los medios y medidas permitidos o recomendados en el presente reglamento técnico para la descontaminación, limpieza o desinfección de todas las instalaciones donde se mantenga el transporte o almacene los productos orgánicos.
 - Las plagas deben ser evitadas a través de buenas prácticas en los procesos. Esto incluye limpieza general e higiene. Los tratamientos con agentes de regulación de plagas deben ser consideradas como la última medida a aplicar siempre que estén aprobadas.
 - La inspección debe llevarse a cabo durante la temporada de producción, este periodo tan pronto como todas las operaciones sujetas a la inspección comienzan (siembra, almacenamiento de los productos certificados).
 - Durante la inspección, el auditor verifica el cierre efectivo de las no conformidades detectadas en la última auditoria de CU, del SIC, así como, las no conformidades, observaciones y hallazgos dejadas por las autoridades de control que hayan visitado a los operadores. Todas ellas deberán ser subsanadas al momento de la visita.
 - Productos cuya recolección perjudiquen la estructura ecológica existente. No se permite la quema o la poda drástica de los estratos inferiores.
5. **Certificación:** basado en lo contenido del reporte, CU decidirá si se concede o no la certificación de acuerdo ante a la no existencia de problemas para así proceder con el proceso. La certificación tiene un plazo de un año con un pago de actualización.

- 6. Mantenimiento:** cada año, después de la certificación oficial.CU realizara inspecciones de seguimiento para determinar si se siguen cumpliendo los requisitos dados para la certificación. También se evalúa si el certificado puede continuar o tiene que ser modificado o incluso retirado.

Certificado anual de seguimiento: S/ 1476

Ventaja competitiva

Actualmente, la asociación APAFAVEL cuenta con una producción anual de 3000 kilogramos de aguaymanto fresco, lo cual se llega a distribuir al mercado mayorista por un precio de 3 soles por kilogramo. Sin embargo, esta operación se realiza por el motivo que no cuenta con certificación orgánica, por lo tanto, tiene un rendimiento del 13%.

Según la SUNAT el precio internacional por kilogramos en el año 2016 es de 7 dólares por kilogramo. Si la asociación APAFAVEL contaría con una certificación orgánica su rendimiento sería de 766.94%, teniendo una rentabilidad anual de 60024 soles.

Tabla 5. Precio de exportación del aguaymanto fresco -2016

2016	Valor FOB	PESO NETO	Precio USD x Kg	Cantidad-Kg	total USD	S/
NETHERLANDS	2543	357	7	3000	21370	69,024
NETHERLANDS	3727	532	7	3000	21017	67,885
NETHERLANDS	1330	182	8	3000	22533	72,783
NETHERLANDS	1926	268	7	3000	19509	63,014
NETHERLANDS	2635	369	7	3000	19794	63,934
NETHERLANDS	2934	351	2	3000	7200	23,256
NETHERLANDS	1729	231	7	3000	19663	63,511
NETHERLANDS	1971	284	2	3000	7200	23,256

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria-SUNAT

Elaboración: Propia

Rendimiento de precio con certificación orgánica

- Producción anual – APAFAVEL: 3000 Kg.
- Precio al mercado nacional: S/ 3.00 por Kg.
- Precio de exportación: 7 US\$ por Kg - 2016
- 1 exportación con certificación orgánica: S/.69024

$$\frac{9000}{69024} \times 100 = 13\%$$

$$\frac{9000 \times 100}{69024} = 13\%$$

$$\frac{69024}{9000} \times 100 = 766.94\%$$

$$\frac{69024 \times 100}{9000} = 766.94\%$$

IV. DISCUSION

Los hallazgos encontrados en el diagnóstico del estado actual de APAFAVEL, se evidencia que cuentan con estructura organizada para elaboración del proceso del aguaymanto fresco, y a ello guarda relación con el antecedente Soriano & Carbajal, (2014) señala que un papel fundamental para el desarrollo de una empresa, es contar con la estructura de producción adecuada y tener un orden específico, para así poder exportar de manera organizada, brindando oportunidades a nuevos mercados. Así mismo APAFAVEL a la vez producen sus propios insecticidas naturales cual prevé ante cualquier plaga. Por otro lado, la asociación no cuenta con certificado orgánico, pero si estarían de en condiciones de realizar el proceso de certificación.

En el segundo resultado los factores influyentes en la exportación de aguaymanto orgánico son: certificaciones Fair Trade y certificado orgánico.Cuál es la ventaja de contar con una certificación orgánica es garantizar a los clientes otorgando el sello ecológico demostrando que el producto es natural y de alta calidad y sobre todo comprometidos con el medio ambiente y beneficiando a los productores. Guarda relación con lo que menciona Gómez, (2010) que el factor clave en el desarrollo de la producción es la certificación, que tiene un beneficio intrínseco para los productores, que les permite abarcar un nicho de mercado. Y en el caso peruano el mercado de productos ecológicos está creciendo de manera persistente. Por otro lado, Vargas & Barriga, (2015) indicó que el valor de la certificación se establece sobre la base del tiempo requerido y no sobre la superficie involucrada. Otro punto a tener en cuenta dentro de los factores influyentes son las plataformas virtuales son: redes sociales. Fanpage las cuales son una ventaja para dar a conocer el producto al mercado exterior. Los países con más tendencia a consumir productos orgánicos son: Alemania, Suiza y Bélgica.

Se realizará detalladamente el proceso de certificación por el cual se verificará cuáles son los requisitos necesarios para la obtención de certificado y las situaciones prohibidas por las cuales no se obtendrá la certificación.

CONCLUSION

1. La asociación APAFAVEL no cuenta con una certificación orgánica que garantice la calidad del aguaymanto fresco ante el mercado internacional, carece de personal capacitado en prácticas agrícolas. Y no cuenta con un financiamiento requerido para poder realizar el proceso de certificación y contar con correo ejecutivo para contactarse con sus posibles clientes.
2. El factor influyente para exportar aguaymanto es contar con certificaciones que garantice el reconocimiento por el suministro de insumos naturales de alta calidad. Así mismo las certificaciones pretenden beneficiar a los pequeños productores desfavorecidos para aumentar sus accesos a diferentes mercados.
3. El tema de las ventajas competitivas permite operar en varios mercados con éxito. Al contar con una certificación orgánica la ventaja competitiva sería de un 766.94%. Por lo tanto, incrementarían sus ingresos, utilidades, producción y con personal capacitado en temas de agrícolas.

RECOMENDACIONES

1. Después de haber evaluado el estado actual de la asociación APAFAVEL se recomienda requerir apoyo a la municipalidad o instituciones de incahuasi a brindar capacitaciones en temas de asistencia técnica y exportación a los colaboradores de la asociación para poder desarrollar una buena coordinación laboral.
2. De acuerdo a los factores que influyen en la exportación de aguaymanto fresco, se recomienda a la asociación realizar el proceso de certificación orgánica para demostrar al cliente que el producto es 100% natural y se lograría abrir nuevos nichos de mercados para la exportación de aguaymanto. Por lo tanto beneficiara a los productores del caserío piedra colorada a tener una mayor valoración en sus precios dando la diferenciación del producto.
3. Para certificar el producto es necesario cumplir con todos los requerimientos que exige la empresa certificadora: Presentar solicitud y ponerse en contacto con la agencia certificadora, se evaluará la carta y luego se enviara los costos de certificación y de inspección, de acuerdo a eso se planteara un plan escrito de la producción detallada de los métodos de cosecha, almacenaje y control de la fertilización, luego la certificadora enviara un inspector para revisar la finca y que se halla hecho todas las inspecciones necesarias. Y final mente se decidirá si se concede la certificación o no.asi mismo se le recomienda a la asociación contar con una certificación ya que tendría una ventaja competitiva de entrar el producto a mercados exclusivos, ingresos económicos, competitividad, oportunidades, implementación de máquinas.

REFERENCIAS

- Albarracin campaña . (2013). *“Creación de un centro de acopio para la exportación de uvilla desde el canton pillaro – ambato hacia Berlin – Alemania.*
<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/6713/1/T-ESPE-040393.pdf>
- Aragundi, o. (05 de 2013). *"Consolidacion de la oferta exportable a través de la estrategia de asociatividad de los pequeños prodcutores de uvilla del cantón IBARRA,diseño de la cadena logistica de acopio y la exportacion al mercado suizo".*<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/9471/1/T-ESPE-039837.pdf>
- Arias. (2012). *Tipos y diseño de la investigacion.* México.

<http://ebevidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACI%C3%93N-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>
- Betancourt Aldaz. (2015). *"Diseño de un modelo de calificacion de proveedores urbano organicos certificados del DMQ como integrados del proyecto agrupar".* Santiago de Chile.

<http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/2521/1/UDLA-EC-TIAG-2015-05%28S%29.pdf>.
- Biolatina. (17 de enero de 2011). *Requisitos generales,solicitud,continuacion y reinstalacion para la certificacion ecologica.* Lima.
- Biolatina. (02 de diciembre de 2017). *Requisitos generales,solicitud,continuacion y reinstalacion para la certificacion ecologica.* Lima.
- Comercioyaduanas. (2015). *Exportar.*

<http://www.comercioyaduanas.com.mx/exportar>

Controlunioncertifications. (2009). *Miercoles del exportador*.

<http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=61D03D18-92EF-48CF-BFBA-45AB6F02D233.PDF>

Deperu(2016). *Impuestos y/o beneficios tributarios para la exportacion*. Lima: Perú

Diariodelexportador (2015). *Normas y certificaciones para exportar a los mercados internacionales*. Argentina.

http://www.diariodelexportador.com/2015/01/normas-y-certificaciones-para-exportar_22.html

Fidias. (2004). *Marco metodológico*.

<http://evidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>

Food agriculture organization. (05 de 2004). *Manual de capacitacion :certificacion de calidad*.

<http://www.fao.org/docrep/004/ad094s/ad094s03.htm#TopOfPage>.

Foodagricultureorganization.(2007). *Organica*. Obtenido de

<http://www.fao.org/docrep/007/ad818s/ad818s03.htm>

Gomez, R. (2012). *"La agricultura organica : los beneficios de un sistema de produccion sostenible"*. lima.

<http://srvnetappseg.up.edu.pe/siswebciup/Files/DD1214%20-%20Gomez.pdf>

Hernández. (2003). *Metodologia de la Investigacion*.

https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigacion%20ta%20Edici%20n.pdf

Informacionagropecuario. (2011). *Certificacion organica paso a paso*. Obtenido de

<http://www.worldcocoaafoundation.org/wp->

content/uploads/files_mf/soto2011socioeconomicorganiccertificationno.7.1.7
7mb27.pdf

INTERNATIONAL TRADE CENTER (23 de 10 de 2017). *STANDARDS MAP*.
Obtenido de [http://www.standardsmap.org/quick-scan?standards=169,185&shortlist=169,185&product=Banana%20\(fresh\)&origin=Peru&market=Any%20country%20or%20region&cbi=82:82:791](http://www.standardsmap.org/quick-scan?standards=169,185&shortlist=169,185&product=Banana%20(fresh)&origin=Peru&market=Any%20country%20or%20region&cbi=82:82:791)

Ministerio de Economía y Finanzas (2016). *Pauta metodologica pra la elaboracion de planes de negocio de aguaymanto en el marco de la ley PROCOMPITE*.

Portaldeagriculturaorganica. (19 de 5 de 2011). *Certificacion Organica : Importancia y Beneficios*.

<http://www.peruorganico.com/blog/archives/477>.

Michael Porter. (2007). *las ventajas competitivas de las naciones* .

file:///D:/ARCHIVOS%20RECUPERADOS/Proyecto%20de%20tesis/La_Ventaja_Competitiva%20MICHAEL.pdf

Promperu. (2014). *Marketing Internacional, Exportaciones paso a paso*.

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/capacitacion/2014-Puntos%20criticos%20en%20proceso%20exportacion.pdf>

Ruiz Alfaro (2014). *oportunidades de negocio en el mercado de canada para incrementar las exportaciones peruanas de aguaymanto deshidratado de la region cajamarca en el periodo 2014-2018*. trujillo.

<http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/6405/Ruiz%20Alfaro%20Kady%20Eugenia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sierra exportadora. (2016). comercio. *Crecimiento de exportacion de aguaymanto entre el 2013 y el 2015 fue de 161%*. Obtenido de comercio.

<https://elcomercio.pe/economia/peru/exportacion-aguaymanto-crecio-161-2013-2015-216698>

Sollet, B. (2015). *Certificación orgánica, una ventaja no sólo para el consumidor.*

Soriano & Carbajal, J. &. (2014). *Desarrollo de asociatividad para la implementación de una empresa de producción y comercialización de aguaymanto deshidratado al mercado de canda. cajamarca.*

<http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/4939/Soriano%20Chavari%20Juan%20y%20Carbajal%20Cabrera%20Grace.pdf?sequence=1>.

SUNAT. (2016). *Orientación Aduanera exportación* .

<http://www.sunat.gob.pe/operatividadaduanera/index.html>

Control Union (2017). Obtenido de <http://www.cuperu.com/portal/es/programas-de-certificacion/organico>

Vargas & Barriga.(2015). *"Modelo para cumplimiento Certificación de berries orgánicas congelados según NOP y EU 834/07"*.

<https://prezi.com/knr1e-vbhkb1/modelo-para-cumplimiento-certificacion-de-berries-organicos/>.

National Organic Program. (2008)United States Department of Agriculture Agricultural Marketing Service.

<https://www.ams.usda.gov/sites/default/files/media/OrganicCosmeticsFactSheet.pdf>

ANEXOS

ANEXO N°1

Formato de entrevista para los colaboradores administrativos de la asociación de productores agropecuarios Forestal acuícola (Apafavel).

Estimado Docente:

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, se ha determinado elegirlo como **JUEZ EXPERTO** para revisar el contenido de la revisión documental que se pretende diagnosticar el estado actual de la asociación de productores agropecuarios forestal agrícola.

A Continuación se presenta el formato a considerar en la ficha de revisión documental. Los resultados de esta evaluación, servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido. De antemano agradecemos su cooperación.

A.- INFORMACION SOBRE EL ESPECIALISTA

Nombre	MARCELO CALLO ALARCÓN
Sexo	varón (<input checked="" type="checkbox"/>) Mujer (<input type="checkbox"/>)
Edad	_____ años
Profesión o especialidad	MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS.
Años de experiencia Laboral	06

B.- FICHA DE REVISION DOCUMENTAL

OBJETIVO: Diagnosticar el estado actual de la asociación de productores agropecuarios forestal acuícola (Apafavel).


MBA MARCELO CALLO A.

GOBIERNO REGIONAL LAMBAYEQUE
Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo

Ing. César Segura
DIRECTOR DE COMERCIO EXTERIOR


MIGUEL BALAZZ E
07256168

Formato de la Guía de entrevista a los especialistas de certificación de aguaymanto

Estimado Docente:

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, se ha determinado elegirlo como JUEZ EXERTO para revisar el contenido de la revisión documental que se pretende utilizar para analizar el proceso de certificación orgánica para la asociación de productores agropecuarios forestal acuícola.

A continuación se presenta el formato a considerar en la guía de observación no estructurada.

Los resultados de esta evaluación, servirán para determinar los coeficientes de validez de contenido.

De antemano agradecemos su cooperación.

Sexo	varón (X) Mujer ()
Edad	<u>72</u> Años
Profesión o especialidad	<u>Ing° Agronomo</u>
Años de experiencia Laboral	<u>42 años.</u>

B. GUÍA DE OBSERVACIÓN ESTRUCTURADA

OBJETIVO: Analizar el proceso de certificación orgánica para la asociación de productores agropecuarios forestal acuícola.(Apafavel).


Mds. Maximiliano Calleja A.


GOBIERNO REGIONAL LAMBAYEQUE
Gerencia Regional de Promoción Industrial y Turismo
Ing° Cesar Segura Jaramero
DIRECTOR DE COMERCIO EXTERNO


MIGUEL GALVEZ E
04296164

**Entrevista a los colaboradores de la ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES
AGROPECUARIOS FORESTAL ACUÍCOLA**

1. ¿Cuándo se creó la asociación?

En el año 2010

2. ¿Dónde están ubicados?

Estamos ubicados en el distrito de Incahuasi en un centro poblado de Uyurpanpa que tiene varios caseríos, pero uno de ellos somos nosotros Piedra Colorada que está a una altura de 3 mil metros sobre nivel del mar y pertenecemos a una comunidad de San Isidro Labrador de Mayar Huaca.

3. ¿Qué productos cultivan?

Aguaymanto

4. ¿Cuál es su proceso de producción?

El proceso de producción en primer lugar nos organizamos en segundo lugar tenemos que planificar todo lo que es el sistema de labores culturales en el almacenaje, la siembra, la cosecha y todo lo demás.

5. ¿Cómo comercializan el aguaymanto en el mercado local?

En el mercado local lo comercializamos así en estado fresco y en presentación en jabas de 10 kilos y 12 kilos.

6. ¿Cuánto tiempo tiene la asociación comercialización aguaymanto a nivel nacional?

Desde el año 2011 empezamos a producir aguaymanto

7. ¿Quiénes son sus proveedores?

Son de lima y Chiclayo

8. ¿Ustedes elaboran sus propios insecticidas?

Sí, tenemos un promotor especialista en el tema. También hay técnicos que viven en el distrito de incahuasi, también los productores mismos que ya saben por las capacitaciones han tenido en varias oportunidades entonces preparan insecticidas, biol. También preparan para algunas plagas, por ejemplo, ceniza porque depende a coger en las raíces, acá mismo realizamos todo el procedimiento.

9. ¿Con Cuantas hectáreas cuenta actualmente?

Cuanta con 15 hectáreas

10. ¿Cuál es su rendimiento por hectárea?

Hemos llegado sin ningún producto químico todo es orgánico y hemos llegado a cosechar por hectárea 5 mil kilos a 6 mil.

11. ¿En cuántas hectáreas cultiva el aguaymanto?

El aguaymanto al principio con 5 hectáreas, luego crecimos a 12 y acabamos en 15, pero siempre cuando empezamos a trabajar no bajamos de 15 hectáreas esa es la capacidad a pesar de tener hectáreas disponibles, lo que pasa es que como también vivimos de nuestros campos tenemos que sembrar otros cultivos para apto consumo por ejemplo la papa, la oca, alverja todo lo demás .mientras el aguaymanto prácticamente es comercial. Para asumir algunos gastos por ejemplo para la educación, mejorías en la familia o cuestión de salud, los que han sembrado aguaymanto ya tienen sus casas en ferreñafe, entonces ya hay un buen ingreso.

12. ¿Está dispuesto a realizar los procesos de certificación orgánica para su asociación?

Estamos dispuestos a realizar el proceso, de repente allá alguna institución a través de un proyecto, estamos dispuestos incluso todos los socios estamos de acuerdo en eso.

13. ¿Está dispuesto asumir los costos de una certificación orgánica?

Sabemos que los costos de certificación cuestan un poco caros, entonces de repente lo reunimos, pero si tuviéramos la economía suficiente ahí si estuviéramos en condiciones. Pero acá en la sierra lamentablemente es un poco complicado

14. ¿La asociación ha recibido apoyo por parte del estado?

Si, al principio del año 2011 un programa conjunto de las asociaciones unidas, participamos en un plan de negocios y al final logramos el resultado positivo con un presupuesto de 10 mil dólares. Entonces implementamos bastante en todo lo que es parte productivo. También asistencias técnicas, contratamos a un técnico, implementamos con algunos equipos para la cosecha.

15. ¿Cree usted que existe algún riesgo de contaminación en sus áreas de cultivo o cerca de ellas?

Sí, hay muchos señores que no son de la asociación y están utilizando productos químicos cuando siembran alverja y por eso estamos preocupados por los vientos que trae puede ser contagiado, la quema, arrojan plásticos y todo eso son contaminantes, todo eso es un riesgo, pero siempre la asociación trata de organizarse y controlar todo eso.

16. ¿Han realizado un análisis del agua en sus áreas de cultivo?

Por el momento no se ha realizado un análisis de agua.

17. ¿Han realizado un análisis de suelo en sus áreas de cultivo?

Si, al principio cuando recién estábamos iniciando las primeras plantaciones de aguaymanto en el año 2011 y desde ahí no se han hecho hasta el día de hoy, pero lo vamos a realizar esta vez.

18. ¿Qué requisitos tienen ustedes para establecer una relación de confianza con los proveedores?

Los requisitos como productor buena calidad y mayormente puntualidad todas esas cosas creo que ha sido a punto a favor para nosotros también para negociar con las empresas y con los proveedores locales porque siempre nos abastecemos a lo que nos piden. Ser puntuales con nuestros productos de calidad y despachar con envases adecuados.

19. ¿Cuenta con personal capacitado para el monitoreo y cumplimiento de una certificación orgánica?

Si, acá tenemos 2 técnicos, pero todavía falta que se especialicen en el tema de certificación orgánica, primero tiene que capacitarse y luego monitorear acá en la asociación.

20. ¿Considera usted que mediante las capacitaciones de certificado se puede lograr un buen desempeño en la asociación?

Si ya que nos da la oportunidad a todos en la asociación de seguir creciendo

21. ¿Tiene definido que son los productos orgánicos?

Sí, todo lo que se siembra acá es natural por ejemplo aguaymanto, alverja, la papa, maíz, aunque no tenga papeles, pero son orgánicos.

22. ¿Tienen información acerca de cómo certificar productos orgánicos?

Maso menos por ejemplo nos visitó un francés y también vino una empresa exportadora y como ganamos un proyecto nos dio una pequeña capacitación acerca de los procesos de certificación.

23. ¿En general la asociación cuenta con algún certificado orgánico?

No aun no contamos con ninguna certificación

¿Cuál es el motivo de no contar con un certificado orgánico?

Lo primero dicen tiene que venir una empresa, según la empresa nos decía que tiene que venir un consultor a verificar y la empresa certificadora y nosotros tenemos que cumplir todos los pasos y eso no se ha hecho. Porque no tenemos la capital para poder pagar todo lo que se pide.

24. ¿Qué beneficios cree que aportaría si contaría con un certificado orgánico?

Mejoraría el precio y sería garantía para la empresa para que entre a cualquier mercado y también poder exportar

25. ¿Cuáles son los aspectos para mejorar dentro de la asociación?

Constantemente capacitarse siempre, contar con una asistencia técnica. Permanentemente eso creo que sería lo único, porque acá tenemos recursos, agua.

26. ¿Qué es lo que le impide vender su producto a nivel internacional?

Desconocimiento de los trámites documentarios y no tenemos la cantidad suficiente, tampoco tenemos alguna entrada con algún exportador.

27. ¿Cuáles son sus metas a futuro en respecto al comercio?

Llegar a vender nuestro producto orgánico a las empresas nacionales e internacionales, en todo caso de realizar una alianza a nivel incahuasi porque armaran un proyecto con fondo empleo ya teniendo de repente una cantidad suficiente y podemos planificar para exportar, se necesita un container que tiene miles de kilos, como somos pocos entonces no vamos a poder llegar a eso, pero si es a nivel incahuasi creo que si se va a lograr y esa es la visión de nuestra asociación.

Entrevista a la Ingeniera Andrea Velarde especialista en procesos de certificación orgánica

1. ¿Cuáles son los beneficios de tener una certificación orgánica?

Beneficios económicos

- Mejores precios que los productos convencionales y diferenciación de producto.
- Acceso a mercados extranjeros crecientes.

Beneficios ambientales

- Debido a su naturaleza holística, la agricultura orgánica integra la biodiversidad, agro-diversidad y la conservación del suelo. Además, promueve la eliminación del uso de fertilizantes químicos, pesticidas y organismos genéticamente modificados.

Beneficios en salud humana

- No pone en riesgo la salud de los trabajadores que aplican productos inocuos.
- Promueve la asociación y rotación de cultivos como consecuencia permite a los agricultores tener un pool de productos lo que reduce los riesgos derivados de los monocultivos.
- Existen algunos estudios que demuestran que los productos orgánicos mejoran la calidad de los productos haciéndolos nutritivamente más ricos. (ECOCERT).
- Permite diferenciar la agricultura orgánica de otros tipos de agricultura.

- Proporciona seguridad a los consumidores respecto a la naturaleza orgánica del producto - nivel de certidumbre respecto al cumplimiento de los estándares durante los procesos de producción.
 - En consecuencia, la certificación orgánica es un proceso esencial y una garantía de los procesos productivos.

2. ¿Qué certificación sería la más acogida?

Estados Unidos de Norteamérica la certificación orgánica es USDA Organic

Para el mercado de la Unión Europea es EU Organic

Otras certificaciones voluntarias son: EU Ecolabel, Fairtrade International, FLP Flower Label Program, GLOBAL G.A.P... International Food Standard IFS, ISO 9001, ISO 14001.

3. ¿Cuál es el potencial exportador del aguaymanto en el Perú?

Tabla 6. Exportaciones de aguaymanto fresco 2012 – 2016.

EMPRESAS EXPORTADORAS	MERCADOS DE DESTINO	2012		2013		2014		2015		2016	
		FOB US\$	P.NETO (KG.)	FOB US\$	P.NETO (KG.)	FOB US\$	P.NETO (KG.)	FOB US\$	P.NETO (KG.)	FOB US\$	P.NETO (KG.)
PRONATUR S.A.C	FRANCE	1,576	175	755	93	921	110	194	25	13,581	2,076
	GERMANY	170	20	624	67	546	72	805	71	2,464	346
	NETHERLANDS							221	29	68,002	10,085
Total PRONATUR S.A.C		1,746	195	1,379	160	1,467	182	1,220	125	84,047	12,507
EXPORTADORA AGRICOLA ORGANICA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	AUSTRALIA									2,730	200
	NEW ZEALAND									6,825	500
Total EXPORTADORA AGRICOLA ORGANICA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA										9,555	700
VILLA ANDINA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	GERMANY									6,379	500
	NETHERLANDS	462	114								
	UNITED STATES							2,021	150		
Total VILLA ANDINA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA		462	114					2,021	150	6,379	500
CULTIVOS DEL VALLE S.A.C.	UNITED STATES									2,112	150
Total CULTIVOS DEL VALLE S.A.C.										2,112	150
REDESIGN CONSULTING BY PROMER S.A.C.	ITALY									1,965	211
Total REDESIGN CONSULTING BY PROMER S.A.C.										1,965	211
FRUCTUS TERRUM S.A.	SPAIN									1,315	100
Total FRUCTUS TERRUM S.A.										1,315	100
ANAWI EXPORT S.A.C.	ITALY									643	151
	SPAIN										

Total ANAWI EXPORT S.A.C.										643	151
LLERENA MACHADO ROSA ANGELICA	ARUBA									75	52
Total LLERENA MACHADO ROSA ANGELICA										75	52
CENTURION BUSINESS E.I.R.L.	SPAIN									42	26
Total CENTURION BUSINESS E.I.R.L.										42	26
AGRO HUNEY PERU S.A.C.	ITALY									28	17
Total AGRO HUNEY PERU S.A.C.										28	17
VINNCI S.A.C.	FRANCE									10	10
Total VINNCI S.A.C.										10	10
NATURAL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	UNITED STATES					3,915	290				
Total NATURAL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA						3,915	290				
CONSORCIO SANGUINETI SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	GERMANY	5	2								
Total CONSORCIO SANGUINETI SOCIEDAD ANONIMA CERRADA		5	2								
PERUVIAN HERITAGE S.A.C	AUSTRALIA	13,006	1,000								
	FRANCE	3,680	200								
Total PERUVIAN HERITAGE S.A.C		16,686	1,200								
ECOPROYECTOS & SOLUCIONES S.A.C.	NETHERLANDS			3,333	384						
Total ECOPROYECTOS & SOLUCIONES S.A.C.				3,333	384						
AGROFINO S.A.C.	KUWAIT							725	50		
Total AGROFINO S.A.C.								725	50		

AGROINVERSIONES CASTAÑEDA S.A.C.	SPAIN					480	72				
Total AGROINVERSIONES CASTAÑEDA S.A.C.						480	72				
EXPORT YANG CORD E.I.R.L.	CANADA										
Total EXPORT YANG CORD E.I.R.L.											
NUTRY BODY SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	FRANCE					10,125	675	1,600	100		
	SWEDEN							975	75		
Total NUTRY BODY SOCIEDAD ANONIMA CERRADA						10,125	675	2,575	175		
ACHARTE LUME FELIX AMADOR	PORTUGAL	1,700	100								
Total ACHARTE LUME FELIX AMADOR		1,700	100								
PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.	CANADA	7,500	600								
Total PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.		7,500	600								
AGRO ANDINO S.R.L.	FRANCE	15,017	1,052								
	GERMANY	5,342	405	33,787	3,010						
	JAPAN	2,620	200								
Total AGRO ANDINO S.R.L.		22,979	1,657	33,787	3,010						
QUIMTIA S.A.	ECUADOR			15	1						
Total QUIMTIA S.A.				15	1						
RAINFOREST HERBAL PRODUCTS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	CANADA	684	23								
Total RAINFOREST HERBAL PRODUCTS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA		684	23								
GREENBOX SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - GREENBOX S.A.C.	GERMANY							25,650	1,900		

Total GREENBOX SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA - GREENBOX S.A.C.								25,650	1,900		
COM ALT DE PROD NO TRAD Y DES EN LAT AME	CANADA	3	6								
Total COM ALT DE PROD NO TRAD Y DES EN LAT AME		3	6								
VIDAL FOODS S.A.C.	ITALY					930	50				
Total VIDAL FOODS S.A.C.						930	50				
BEST FRUITS OF PERU JTJ S.A.C.	ITALY					3	2				
Total BEST FRUITS OF PERU JTJ S.A.C.						3	2				
CIRCULO VERDE S.A.C	FRANCE			2,871	990						
Total CIRCULO VERDE S.A.C				2,871	990						
LYSLE S.A.	ITALY	100	90	2,912	896						
Total LYSLE S.A.		100	90	2,912	896						
SUMA TOTAL		51,865	3,987	44,297	5,441	16,920	1,271	32,191	2,400	106,171	14,424

Fuente: SUNAT

4. ¿Cuál es la ventaja de contar con una certificación orgánica en una Empresa o Asociación?

A través del certificado orgánico las organizaciones son capaces de garantizar a sus clientes que los productos que ofrecen han sido gestionados de acuerdo a prácticas agrícolas respetuosas con el medio ambiente y el bienestar animal.

Si nos centramos en los proveedores, este sello ecológico otorga el reconocimiento por el suministro de insumos naturales de alta calidad que cumplen con la normativa de producción orgánica.

Por su parte las propias organizaciones se muestran comprometidas con el medio ambiente estableciendo sólidos vínculos entre la empresa, la sociedad y el medio ambiente. El certificado orgánico otorga una clara ventaja competitiva contribuyendo al liderazgo de la organización dentro del sector.

Además, la obtención del certificado orgánico otorga importantes beneficios a los productores ya que les ayuda a comprender las normativas vigentes en producción orgánica y a llegar a aplicarlas de modo correcto, contribuye a la mejora del sistema documental, provee de información al agricultor o ganadero sobre las sustancias permitidas y las sustancias prohibidas en este tipo de producción y garantiza el cumplimiento de requisitos legales de cara a los consumidores quienes esperan un producto de alta calidad, sin aditivos sintéticos, sin pesticidas y con métodos de producción respetuosos con el medio ambiente. (Sollet, 2015)

5. ¿Según su conocimiento cuántos y cuáles son las empresas certificadoras que trabajan en el Perú?

Tabla 7. Organismos de certificación de productos

N°	Nombre	Dirección	Telefono / Fax	Pag web	Cédula de Notificación	Vigencia	Tipo Organismo	Registro
1	INDUSTRIAL INSPECTION SERVICES S.A.C.	Jr. José de la Torre Ugarte N° 234 – Lince	221-0976 / 221-5431	iis@iis.com.pe www.iis.com.pe	Notificación 0253.2014/SNA-INDECOPI	2014-06-11 al 2017-06-11 acreditación vigente	N.A	OC - P - 024
2	INSPECTORA TE SERVICES PERÚ S.A.C.	Av. Elmer Faucett N° 444 - Callao	613-8080 / 628-9016 562-1300	insperu@inspectorate.com.pe www.inspectorate.com/peru /	Notificación 0197-2017-INACAL/D A	2017-05-24 al 2021-05-24	N.A	OC - P - 012
3	INTERTEK TESTING SERVICES PERÚ S.A. - INTERTEK	Cal. Mariscal José de la Mar N° 200, Urb. Industrial Residencial El Pino	(511) 3990940	intertekperu@intertek.com www.intertek.com.pe	Notificación 0172.2014/SNA-INDECOPI	2014-04-23 al 2018-04-23	N.A	OC - P - 010
4	LA MOLINA CALIDAD TOTAL	Av. La Universidad	(511) 349-5640	calitot@infonegocio.net.pe www.lamolina	Notificación 0616.2016	2016-12-31 al	N.A	OC - P - 005

	LABORATORIOS - UNALM	Nº 595 – La Molina	/ (511) 349-5794	.edu.pe/calidadtotal	/DA-INACAL	2020-12-31		
5	NSF INASSA S.A.C.	Av. La Marina Nº 3035 - San Miguel	616-5200 / 616-5216	inassa@inassagroup.com.pe www.inassagroup.com.pe	Notificación 0128-2015-INACAL/DA	2015-09-16 al 2019-09-16	N. A	OC P - 022
6	SGS DEL PERÚ S.A.C.	Av. Elmer Faucett Nº 3348 - Urbanización Bocanegra - Callao	517-1900 / 575-4089	natalie.nakamura@sgs.com www.pe.sgs.com	Notificación 0574.2014/SNA-INDECOPI	2015-01-01 al 2019-01-01	N. A	OC P - 003

Fuente: INACAL

Elaboración: ICOMEXPERU

Tabla 8. Organismos de certificación de sistemas de gestión

Nº	Nombre	Dirección	Telefono / Fax	Pag web	Cédula de Notificación	Vigencia	Tipo Organismo	Registro
1	CERTIFICACIONES DEL PERU S.A. - CERPER	Av. Santa Rosa Nº 601. La Perla - Callao Calle Emilio Cavenecia Nº	319 9000 – Callao 441-2428 – San Isidro	info@cerper.com www.cerper.com	Notificación 158.2015/SNA-INDECOPI	2015-03-25 al 2019-03-25	N. A	OC SG-002

		225, Oficina 310 - San Isidro						
2	LOT INTERNACIONAL S.A.C.	Calle Elías Aguirre 748, Oficina 502 - Chiclayo	074- 623340	contacto@loti nternacional. com www.lotintern acional.com	Notificació n 167- 2017- INACAL/D A	2017- 05-10 AL 2020- 05-10	N. A	OC SG - 005
3	BUREAU VERITAS DEL PERU S.A	Av. Camino Real N° 390 Oficina 1402 Torre Central del Centro Comercial Camino Real San Isidro	4229000 anexo 2031	bv.marketing @pe.bureauv eritas.com www.bureauv eritas.com.pe	Notificació n 482- 2017- INACAL/D A	2017- 10-04 AL 2020- 10-03	N. A	OC SG - 006

Fuente: INACAL

Elaboración: ICOMEXPERU

6. ¿Cuáles son los procesos básicos que una Empresa debe tener en cuenta para la certificación orgánica?

ETAPAS DE LA CERTIFICACIÓN

- 1) Información del proyecto o empresa a certificar
- 2) Aceptación de propuesta
- 3) Coordinación de Inspección, envío de documentos y designación de inspector quien será responsable del proyecto
- 4) Inspección in-situ

¿Qué inspeccionamos en una certificación orgánica?

- Inspeccionar el sistema de producción.
- Si el sistema está conforme, todos los productos que provienen de este sistema se consideran como orgánicos.
- Se inspecciona desde el sistema agrícola hasta el consumidor final. En las diferentes etapas que abarca esta cadena.
- Se verifica el historial del campo, el manejo que tiene. Esto debe de estar documentado para su posterior comprobación. Lo cual es uno de los puntos más relevantes dentro de la obligación del productor para certificarse.

- 5) Reportes
- 6) Evaluación, análisis y aprobación
- 7) Certificación

Etapas de la certificación orgánica

1. Convencional a Orgánico: para lo cual debe haber un periodo de transición (conversión) de mínimo 2 años.
2. Áreas eriazas o vírgenes: en la cual el periodo de certificación se puede reducir hasta 1 año.
3. Recolección natural: en la cual sustentando los debidos documentos que solicitamos se certifican directamente como orgánicos.

- Debe haber un periodo de transición obligado para certificarse como orgánicos excepto en lo que se refiere a recolección natural

*La certificación tiene una validez de 12 a 14 meses Tiempo máximo de entrega de certificado 45 días (luego de la inspección y al no encontrarse observaciones que levantar) (PROMPERU, 2011)

7. Para certificar el producto se necesita otro certificado aparte de la certificación orgánica.

No, no es necesario. Solo se debe tener en cuenta que el terreno donde se producirá debe pasar por un periodo de conversión antes de la cosecha o siembra de productos para que puedan etiquetarse como orgánicos. Esto significa, que el terreno debe haber sido manejado de acuerdo a las regulaciones orgánicas por al menos 2 a 3 años (dependiendo del tipo de producto y de la regulación). Durante la producción y procesamiento el producto orgánico y no orgánico deben estar separados y debe prevenirse la contaminación.

8. Qué ventajas comerciales se obtienen al contar con una certificación.

- Importante Nicho de Mercado en todo el mundo
- Diferenciación de la competencia
- Plus sobre el precio del convencional (entre 10% y 40% más)
- Tendencias de los consumidores hacia la salud y medio ambiente

9. Cuáles son los países cuya tendencia es el consumo de productos orgánicos.

Europa

Dinamarca es el principal mercado en Europa, con € 153 por persona. Según datos facilitados por "Organic Denmark", entidad que aglutina a una gran

parte del sector orgánico danés, el gasto en alimentos ecológicos no para de crecer. Y mientras en 2007 la venta de este tipo de productos subió el 33%, en 2008 lo hizo en 29% y, a pesar de la crisis, en 2009 siguió aumentado, aunque de forma más moderada, un 6%. Crece el consumo de vinos orgánicos en Suecia.

Asia

Corea importa 72% de los ingredientes de los alimentos orgánicos. El consumo anual de productos orgánicos en el continente asiático asciende a US\$ 15 mil millones, donde el 70% corresponde a productos elaborados e industrializados.

El mercado asiático para la producción y el consumo de productos orgánicos ha venido creciendo de manera sostenida en los últimos diez años. Lo que abre una interesante oportunidad es que aparte de los mercados más tradicionales, como Japón, Corea del Sur, Singapur y Taiwán, han ido emergiendo nuevas ciudades consumidoras de estos productos como: Shanghai, Beijing, Nueva Delhi, Bangalore, Bombay, Kuala Lumpur, Yakarta.

Norteamérica

El mercado orgánico en EEUU alcanza los US\$ 29 mil millones. La Asociación Orgánica Norteamericana (OTA) destaca como el sector ecológico creció de US\$ 3.600 millones en 1997 a US\$ 29.000 millones en 2010.

Canadá: el 80% de los alimentos orgánicos vendidos a consumidor final son importados

El sector orgánico es el sector más creciente en la industria canadiense de alimentos, con una tasa de crecimiento de aproximadamente al 20%. El consumidor canadiense en general es un comprador altamente sensibilizado en relación a los beneficios de una alimentación sana, saludable y respetuosa del medio ambiente, de tal manera que están dispuestos a pagar más por un producto de mayor calidad.

10. ¿Cuáles son los costos para obtención de la certificación orgánica del aguaymanto?

Los costos o tarifas reales de certificación varían ampliamente según el agente certificador y le tamaño, tipo y complejidad de la operación orgánica. Los costos de certificación pueden variar desde unos pocos cientos hasta varios miles de dólares.

11. Que estrategias de promoción se pueden aplicar para la exportación de aguaymanto.

Se estima conveniente aperturar canales de comunicación, sobre todo vía internet, la cual es la más amplia en cuestión de cobertura de espacios geográficos, habilitar una cuenta de correo y una web informativa puede ser importante como medios de comunicación de las actividades y productos, también se considera el envío de muestras dos veces por año. (MEF, 2016)

12. Cuáles son los principales países consumidores importadores de aguaymanto.

Tabla 9. Principales mercados de destino – FOB US\$.

Pais	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Netherlands	462	3,333	-	221	68,002	-
France	20,273	3,626	11,046	1,794	13,591	191
Germany	5,517	34,411	546	26,455	8,843	-
New Zealand	-	-	546	-	6,825	-
Australia	13,006	-	546	-	2,730	-
Italy	100	2,912	933	-	2,636	-
United States	-	-	3,915	2,021	2,112	-
Spain	-	-	480	-	1,357	9
Aruba	-	-	-	-	75	202
Kuwait	-	-	-	725	-	-
Los demas	12,507	15	-	975	-	4
Total, general	51,865	44,297	16,920	32,191	106,171	406

Fuente: SUNAT

El principal país importador de Aguaymanto fresco es Netherlands con 68,002 USD en el año 2016, el segundo, tercero más importantes son France y Germany con 13,5911 y 8,843 miles de dólares respectivamente.

13. Cuál es el plazo de vigencia del certificado orgánico.

- Estados Unidos de Norteamérica la certificación orgánica es USDA Organic – Vigencia 1 año.
- Para el mercado de la Unión Europea es EU Organic – Vigencia 1 año. (INTERNATIONAL TRADE CENTER, 2017)

14. ¿Cuánto tiempo dura el proceso de certificación?

Típicamente la certificación requiere entre seis a diez semanas; menos para casos especiales. Generalmente recomendamos que empiece con el proceso por lo menos 90 días antes de cosecha o el lanzamiento de su línea de productos orgánicos.

La duración depende en varios factores:

- Si su solicitud está completa al presentarla.
- Si su empresa es compleja.
- Si usted responde puntualmente a cualquier pedido de información durante el proceso de revisión.

CCOF entiende que usted pueda requerir certificación antes de un plazo específico. En tales casos, podemos proporcionar servicios expeditos para cumplir con su plazo. (CCOF, 2017)

15. Como se evidencia que una asociación se encuentra lista para obtener la certificación orgánica.

El principio de la agricultura es la producción de alimentos saludables provenientes de un suelo balanceado y fértil.

El terreno donde se producirá debe pasar por un periodo de conversión antes de la cosecha o siembra de productos para que puedan etiquetarse como orgánicos. Esto significa, que el terreno debe haber sido manejado de acuerdo a las regulaciones orgánicas por al menos 2 a 3 años (dependiendo del tipo de producto y de la regulación). Durante la producción y procesamiento el producto orgánico y no orgánico deben estar separados y debe prevenirse la contaminación.

La producción y procesamiento de productos orgánicos debe ser inspeccionado por un organismo tercero independiente acreditado de acuerdo con el sistema de inspección establecido en la regulación aplicable.

En caso todos los requisitos hayan sido cumplidos se puede emitir un certificado y los logos aplicables pueden ser utilizados en los productos certificados. (Union, 2017)

16. Cuáles son las fases para obtener la certificación orgánica.

Son las siguientes:

- a) Información del proyecto o empresa a certificar.
- b) Aceptación de propuesta.
- c) Coordinación de Inspección, envío de documentos y designación de inspector quien será responsable del proyecto.
- d) Inspección in-situ.
- e) Reportes.
- f) Evaluación, análisis y aprobación
- g) Certificación

La certificación tiene una validez de 12 a 14 meses tiempo máximo de entrega de certificado 45 días (luego de la inspección y al no encontrarse observaciones que levantar).

Entrevista al licenciado Carlos Alberto Ypanaque Estrada especialista en comercio exterior.

1. ¿Cuáles son los beneficios de tener una certificación?

Primero el mercado se te habrá mucho más todavía porque ahí unos mercados o clientes que si o si exigen que el producto sea orgánico Porque obviamente los mismos clientes de esos compradores les exigen esto sea Europa, sea américa del norte, sea Asia. Tener una certificación orgánica hace que tu producto tenga un plus adicional por caja o por empaque o por producto dentro del mercado internacional hace que sea mejor visto hace que tenga algo importante se podría decir una mejor acogida dentro del mercado.

2. ¿Qué certificación sería la más acogida?

Hay diferentes tipos de certificaciones usualmente para este tipo de productos en el caso del aguaymanto ,Sería FairTrade y la orgánica si realmente son las más usadas dentro de los productos aunque muchas veces el mercado internacional hasta donde sé en el caso del aguaymanto casi la gran mayoría de exportaciones de aguaymanto no salen con certificación orgánica o fair trade pero es muy buena opción para darles un valor agregado a esos productos que obviamente son de la mejor calidad posible y que no pues más que todo darle ese tipo de certificación fairtrade o certificación orgánica que les van ayudar a tener un mejor mercado y obviamente ser más competitivos.

3. ¿Cuál es la ventaja de contar una certificación orgánica en una empresa o asociación?

Como mencionaba es abrir mercados directamente, es tener mayores pedidos , ingresar a mercados exclusivos para este tipo de productos ya que los productos convencionales ingresan a ciertos mercados pero un producto con certificación orgánica ingresan a otros tipos de mercados otros tipos de mercados muchas veces más exclusivos y obviamente por ser más exclusivos pagan más .en el caso que la empresa o la asociación de productos o la cooperativa de productores ellos mismos realicen el contacto directo con el importador pues sus ganancias se van a ver incrementadas bastante pero en el caso que funcione como intermediario ahí si no van a tener tantas ganancias como se espera lo ideal que es ellos mismos como productores o como organizaciones puedan de una otra forma negociar directamente con ellos para tener una mayor ventaja para qué es la ventaja? Para que esa certificación sea más visible.

4. ¿Según su conocimiento cuantas y cuáles son las empresas de certificadoras que trabajan en el Perú?

Específicamente no sabría decir cuántas hay en el Perú directamente, pero en certificaciones orgánica hay varias empresas por las cuales trabajan diferentes organismos sea asociaciones, productores o empresas específicamente no tendría un dato exacto, pero quizá en el transcurso de los días pues pueda tener un dato más exacto de esto

5. ¿Qué estrategias de promoción se pueden aplicar para la exportación de aguaymanto?

Hay diferentes lo ideal es que las pequeñas empresas puedan tener mínimo aunque sea una página web, correos corporativos que es lo indispensable para esto porque hace que tu estrategia o tus clientes confíen en ti porqué

cualquiera no tiene un correo corporativo cualquiera no tiene sobre todo para la parte empresas cualquiera no tiene una página web que invierta o aunque sea una fanpage de una otra forma la trabajen muchas veces asistiendo a ferias o asistiendo a ruedas de negocios ayuda acercarse mucho más al empresario con su productor o con sus clientes en el exterior o futuros clientes ayuda a incrementar mayor su producción que tenga mayores contactos mayores beneficios y obviamente pues puedan por ahí cerrar ciertos contratos recuerda que mientras más directo sea el encuentro entre exportador y el importador sea mejor para ellos.

6. ¿Cuáles son los países cuya tendencia es el consumo de productos orgánicos?

Alemania, Suiza y Bélgica y sobre todo china tiene un gran crecimiento en este tipo de producto sobre todo orgánico son bastante suiza tiene un gran potencial para eso obviamente suiza no ingresa cualquier tipo de producto china también tiene un gran potencial sobre todo para los productos orgánico o productos especiales que son muy buenos y las características de esos mercados exigen que el producto sea de muy buena calidad y tenga certificaciones y que cumpla con los estándares que ellos requieren

7. ¿Qué ventajas comerciales se obtienen al contar con una certificación orgánica?

La mayor de ventajas es acceso al mercado segunda es un mayor precio en el mercado al mayor precio, benéfico para los productores porque van a recibir mucho más por su producción hacer un producto orgánico es difícil es bien complicado, pero no es nada imposible transformar las tierras de un convento a un orgánico que son 3 años, pero para eso tienes que invertir, pero el beneficio esta cuando ya comienzas a exportar esos productos. El beneficio no es inmediato si no se sacan en 2 o 3 años ya estas recuperando

toda la inversión y depende del mercado como se efectuó en los precios puedes recuperar incluso en el primer año.

8. ¿Cuáles son los principales países consumidores importadores de aguaymanto?

Uno de los principales es China la gran mayoría de exportaciones del aguaymanto peruano se va a los estados unidos a nivel mundial. China y estados unidos son los grandes consumidores china a pesar que estados unidos es el principal importador de Berries de aguaymanto en el mundo. China tiene un gran crecimiento en los últimos 5 años ha tenido un gran crecimiento en la importación de sus productos a pesar de no ser el primero. Estados unidos a pesar de ser el primero no ha tenido un gran crecimiento en los últimos años, pero sigue siendo igual el primero por excelencia. Europa también es buen mercado recuerda que hay alguna ciudades que su consumen Berries en la mañana o el desayuno, el almuerzo o en la cena consumen Berries por todo lados. California es un gran consumidor de berries en Estados Unidos lo consumen por todos lados de verdad. Alemania también es un buen consumidor en el desayuno no les falta los berries.

ANEXO N°5


**FOTOGRAFÍAS DEL PROCESO DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN, INCAHUASI -
FERREÑAFE**







AUTORIZACION DE PUBLICACION DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV

	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 31-03-2017 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo Yezbet Esterany Vásquez Montenegro....., identificado con DNI N° 70801846..... egresada de la Escuela de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo, autorizo , No autorizo la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado: "Certificación Orgánica como Ventaja Competitiva para la Exportación de Aguaymanto para la Asociación de Productores Agropecuarios Forestal Acuicola, Incahuasi - Lambayeque 2017"..... en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33.

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....



 FIRMA

DNI: 70801846

FECHA: 16 de Octubre..... del 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR 02.02
		Versión : 07
		Fecha : 31-03-2017
		Página : 6 de 19

Yo, José Foción Echeverría Jara, docente de la Facultad de Ciencias empresariales y Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo Filial Chiclayo, revisor de la tesis titulada "CERTIFICACION ORGANICA COMO VENTAJA COMPETITIVA PARA LA EXPORTACION DE AGUAYMANTO PARA LA ASOCIACION APAFAVET, INCAHUASI -FERREÑAFE LAMBAYEQUE, 2017", de la estudiante VÁSQUEZ MONTENEGRO JEZBET ESTEFANY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **29 %** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio, haciendo algunas recomendaciones para su mejoramiento. A mi leal saber y entender la tesis cumple parcialmente con las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha: Pimentel, 07 de diciembre de 2017




M. Sc. José Foción Echeverría Jara
 M. Sc. José Foción Echeverría Jara
 DNI: 17 843016

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------