



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**“ANÁLISIS DE LA CAPACIDAD DE EXPORTACIÓN DE LA UVA DE LA EMPRESA
ECOSAC– PIURA HACIA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS - 2018”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Negocios Internacionales**

AUTORA:

Lluen Naquiche, Cindy Brilly (ORCID: 0000-0001-6859-4835)

ASESOR:

Mgtr. Túllume Capuñay, Víctor Raúl (ORCID: 0000-0003-2846-6462)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio internacional

PIURA – PERÚ

2021

DEDICATORIA

Dedico de manera especial a mi hija pues ella es el principal cimiento para la construcción de mi vida profesional, sentó en mis las bases de responsabilidad y deseos de superación, fue mi motivación constante para alcanzar mis metas.

A mi padre y a mi madre que con su esfuerzo me ayudaron a lograr mis objetivos.

AGRADECIMIENTO

A mis padres por haberme forjado con valores, muchos de mis logros se los debo a ellos.

A mis maestros quienes siempre estaban dispuestos a resolver mis inquietudes, ofreciendo lo mejor de sí.

Y agradezco a Dios por lo todo lo bueno y lo malo, siendo él quien me ayudó a ser quien soy.

ÍNDICE

Carátula	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	13
III. RESULTADOS	17
IV. DISCUSIÓN	25
V. CONCLUSIONES	30
VI. RECOMENDACIONES	31
REFERENCIAS	32
ANEXOS	35
Anexo N°1: Guía de entrevista	35
Anexo N°2: Presupuesto de la investigación	38

RESUMEN

La presente tesis se titula “Análisis de la capacidad de exportación de la uva de la empresa ECOSAC– Piura hacia el mercado de estados unidos – 2018”, en ella se estableció como objetivo Analizar la capacidad de exportación de la uva de la empresa ECOSAC-Piura hacia el mercado de Estados Unidos y se definió una metodología de tipo descriptiva no experimental, de corte transversal. Para la recolección de datos se aplicó como técnica la entrevista de profundidad y el análisis de datos secundarios, utilizando una guía de entrevista y tomando como base de apoyo fuentes como TradeMap, SIICEX, entre otros. De esta manera, se obtuvo como principal resultado que existe capacidad de exportación de la uva de la empresa ECOSAC, hacia el mercado estadounidense, justificando estos resultados en los precios competitivos con los que cuenta ECOSAC y la calidad de uvas muy valoradas en el mercado de destino.

Palabras clave: capacidad de exportación, uva, Estados Unidos.

ABSTRACT

This thesis is entitled "Analysis of the export capacity of the grape of the company ECOSAC- Piura to the United States market - 2018", in it was established as an objective Analyze the export capacity of the grape of the company ECOSAC- Piura to the United States market and a non-experimental descriptive, cross-sectional methodology was defined. For data collection, the depth interview and the secondary data analysis were applied as a technique, using an interview guide and using sources such as TradeMap, SIICEX, among others, as a support base. Thus, it was obtained as the main result that there is export capacity of the grape of the company ECOSAC, towards the US market, justifying these results in the competitive prices with which ECOSAC has and the quality of highly valued grapes in the market of destination.

Keywords: export capacity, grape, United States

I. INTRODUCCIÓN

El notable incremento progresivo en lo que refiere a la producción y exportación del Perú, cada vez es más beneficioso para el país, mejorando las oportunidades de desarrollo comercial y empresarial.

Para la Cámara de Comercio de Lima (CCL), las exportaciones pueden alcanzar los 49,660 millones de dólares este año, siendo el sector minero y el agro los principales sectores que dicho crecimiento. En tanto al sector agropecuario, la CCL indicó que este aportaría 5,800 millones de dólares a las exportaciones peruanas, 13% más que el año 2017, y en cuanto a volumen de exportación, alcanzaría los 1.5 millones de toneladas. Todo ello, siempre y cuando se mantenga el constante crecimiento durante los últimos 4 años, dentro de ello resaltan sus productos principales como las uvas frescas, las paltas y los espárragos. (El Comercio, 2018)

En la última década, las exportaciones peruanas de la uva, tuvieron un crecimiento pasando de 25,9 mil toneladas en el 2007 a 285,6 mil toneladas en el 2016; del mismo modo sucedió con el valor de estas exportaciones, pasando de 54,5 millones de dólares a 646,3 millones. La causa de este fenómeno positivo para el Perú y su exportación, se debe gracias al aumento de la demanda del mercado a nivel mundial y a la apertura de nuevos mercados para el Perú gracias a los diferentes tratados firmados para el beneficio de las exportaciones. (Ministerio de Agricultura y Riego, 2017)

Respecto a ello, en lo que refiere al Perú, cabe resaltar que en el 2016, la uva llegó a 40 países del mundo, afianzándose como el quinto exportador a nivel mundial, siendo Estados Unidos el principal destino de la uva peruana, quien a partir del 2009 pasó de 14 mil toneladas a 83,6 toneladas, reflejando el 29% de las exportaciones nacionales. Así mismo, se encuentran Holanda, Hong Kong, China en un menor porcentaje. (Andina, 2017)

Dato importante, es la relevancia que tiene la región Piura como principal cimiento de la producción exportable a nivel nacional, en especial en aquellos meses de octubre

y noviembre, dependiendo así la exportación nacional del mes de noviembre de la producción en esta región, ya que, en Piura, se produce aproximadamente tres cuartas partes de la producción nacional.

De esta manera, quedó demostrado que la región de Piura como la principal zona productora de uva, con 278000 toneladas, lo cual significa el 40 % de la producción nacional, ubicándose por encima de departamentos como Ica con un 33 %, Lima con 10 % y la Libertad con 7%. Así también, es preciso resaltar las provincias de Piura, Sullana y Morropón, como las principales zonas productoras de uva al interior de la región de Piura, con un 65 %, 22% y 14% de la producción total de esta región respectivamente. (Ministerio de Agricultura y Riego, 2017)

Es entonces, que buscando aprovechar dichas tendencias positivas que se vienen dando en el Perú, nombradas líneas más arriba, esta investigación busca analizar la capacidad de exportación de la uva de la empresa ECOSAC; esta empresa piurana viene trabajando con exportaciones hacia Estados Unidos, por tal motivo, la evaluación de la viabilidad técnica de la exportación que realiza ECOSAC a Estados Unidos, permitirá demostrar las buenas iniciativas del comercio internacional y el aporte del crecimiento como región.

Trabajos previos

Rivera (2018) busco en su investigación analizar la capacidad de exportación del Banano Orgánico de la empresa APOQ- QUERECOTILLO, hacia el mercado de Portugal 2018. Para llevar a cabo esta investigación se planteó el análisis de data secundaria mediante entidades nacionales e internacionales, como el TradeMap, SIICEX, PromPerú, entre otros, así mismo, para la recolección de los datos de la empresa, se realizó una entrevista con el encargado y conocedor de las exportaciones del producto estudiado, De esa manera, se concluyó que existe capacidad de exportación del banano orgánico hacía el mercado extranjero, siendo este un producto piurano perteneciente al sector agrícola y respaldado por un precio competitivo a nivel nacional y la calidad brindada, característica que no presentan internacionalmente y le brinda el valor agregado para aumentar las exportaciones en el mercado de Portugal, aprovechando las tendencias exportables que genera el comercio internacional.

Romero y Rondón (2011) en su investigación para determinar el Perfil de Mercado de Uvas de mesa en Estados Unidos, se compiló información del mercado estadounidense con relación a las empresas peruanas con el fin de entender y conocer más a fondo los beneficios que ofrece este mercado de destino en relación a la uva. Como principales resultados se mostró que, bajo el Acuerdo de Promoción Comercial entre Perú y Estados Unidos, la exportación de uva fresca peruana se encuentra libre del pago arancelario para ingresar al mercado estadounidense. Asimismo, se indicó que el empaque, el envío, la producción y el desaduanaje de los bienes que importa Estados Unidos están manejados mediante regulaciones documentarias. Del mismo modo, se reflejó que Estados Unidos al 2010 alcanzó un total de 1.2 mil millones de dólares o 1.6 millones de toneladas en importaciones de uva de mesa, representando así un aumento de 132% durante los últimos 10 años, convirtiéndolo en el principal país importador de uvas a nivel mundial, y siendo sus principales proveedores durante el 2010 el país de Chile, seguido de México y ubicando a Perú como el tercer máximo proveedor de este país en lo que refiere a uva. De tal manera, se concluye que la oferta de uva peruana ha ganado un mayor reconocimiento en el mercado norteamericano, gracias a su capacidad productiva que permite satisfacer la demanda de dicho país.

López (2014) en su investigación titulada Evolución y Análisis de la Producción y Exportación de Uvas de Mesa: 2000-2012, buscó conocer y evaluar la producción e ingreso de la uva de mesa en el mercado mundial, del mismo modo, estudió el comportamiento de los países que tienen el mayor número de exportación e importación de las uvas de mesa, asimismo se determinó las regiones con mayor producción de vid en el país y las causas de su dinamismo. La metodología planteada fue de carácter no experimental longitudinal, y se sustentó información de exportaciones frutícolas, exportaciones de las uvas de mesa, el tipo de cambio de este producto, entre otros factores influyentes en este fruto. De esta manera se obtuvieron como resultados más resaltantes que la región de Ica es la mayor productora de uva alcanzando un total de 149.8 mil TM al 2012, seguidamente se ubica la región Piura, logrando una producción de 65.6 mil TM a dicho año. Asimismo, se indicó que, la región de Piura cuenta con el mayor dinamismo en la cosecha de uva, significando así el crecimiento de su producción y su potencial expansión. Un dato resaltante en dicha investigación es que

Estados Unidos es el principal país importador de uva peruana, el cual representa el 22.1% de todas las exportaciones de uva de mesa del Perú.

Uribe (2010) en su investigación nombrada “Estudio de pre factibilidad de industrialización y exportación de uva al mercado de Estados Unidos” se planteó determinar qué tan viable es técnica, económica y financieramente la instalación de una planta empacadora de uva Red Globe en el departamento de Piura. Dicha investigación se inició con el estudio estratégico determinando el mercado de Estados Unidos como ventana comercial para la comercialización de la uva, razón de ello es el alto consumo de fruta en este país y el aumento de volúmenes de exportación hacia el mercado norteamericano gracias a la omisión de barreras para las exportaciones de fruta peruana gracias al Tratado de Libre Comercio, por tal motivo, se podrá exportar mayores cantidades beneficiando de esta manera a la empresa y su potencial crecimiento. Asimismo, se concluyó que la uva del norte del Perú tiene una gran ventaja debido a su comercialización en fechas en las que la producción de uva es escasa en otros países del mundo.

Montesinos, Flores, Rojas y Chao (2017) en su Planeamiento Estratégico para la Uva Fresca, establecieron como objetivo principal el desarrollo de un planeamiento estratégico del sector agroindustrial de la uva fresca en el Perú, buscando alcanzar eficiencias en su producción y exportación de este fruto. Para ello, se analizó la situación de la uva fresca en el Perú y el mundo; como también se realizó una evaluación de la competitividad que tiene el Perú frente a otros países exportadores de uva. En consecuencia, se concluyó ubicando al Perú como uno de los principales exportadores de uva fresca, en especial hacia el mercado americano, reflejando así, las grandes posibilidades de competir exitosamente con otros países del mundo. Se concluyó que el Perú es poseedor de una ventaja competitiva gracias a la ventana comercial con la que cuenta y la que lo diferencia de los países competidores. Se indicó también, que, Piura e Ica se mantienen como las principales regiones en cuanto al rendimiento agrícola alcanzado, con 29.4 y 19.3 Tm por Ha, respectivamente. Del mismo modo, quedó evidenciado que la cantidad de uva fresca exportada cuenta con un potencial crecimiento que viene desde el año 2007 con una tasa de crecimiento anual de 41%. Por lo tanto, se concluyó que el sector de la uva fresca es prometedor, gracias a las ventajas que ofrecen la geografía del país y el clima del mismo. Se resaltó, que el

desarrollo y apoyo que brinde el Gobierno para la infraestructura vial y portuaria para reducir costos logísticos es de gran importancia, ya que la principal debilidad es la infraestructura deficiente que presenta el país para las exportaciones.

1.1. Teorías relacionadas al tema

1.1.1. Capacidad de exportación

Según Munarriz (2017) “Es la cualidad en la gestión integral que tiene una empresa para exportar, incrementando sus fortalezas y minimizando sus debilidades, para de esa manera aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado internacional y reducir el impacto de las amenazas externas” (p. 10).

Si bien la oferta exportable para una empresa consiste en afianzar los volúmenes solicitados por el cliente y asegurar la satisfacción del mismo con la entrega al mercado de destino indicado, la oferta exportable también se refiere a la capacidad económica, financiera y de gestión para llevar a cabo una exportación de éxito. (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015)

Es necesario aclarar que, para una empresa, la capacidad de exportación no es lo mismo que capacidad de producción, puesto que la capacidad exportadora hace referencia a la capacidad de pensar e interactuar internacionalmente, adaptando el producto de la empresa a las diversas exigencias y variables que se pueden presentar en nuestro mercado de destino. Es así, que la capacidad de exportación se refiere a la acción de adaptación, continuidad y mantenimiento de los estándares y procesos de la empresa con el mercado internacional. (Minervini, 2014)

Para la investigación de esta variable, se definieron 3 dimensiones a continuación mostradas:

A) Precio competitivo

En la economía de libre mercado, es el precio el significado del valor monetario asignado a un producto con la única finalidad de lograr el beneficio económico

esperado. Cabe recalcar que existen diferencias al momento de establecer precios tanto a nivel nacional como internacional.

Lerma y Márquez (2010) afirman que:

“Para establecer dichos precios se toma en cuenta un conjunto de factores que van desde la determinación de los costos del producto, el margen de utilidad deseado, los precios de la competencia y los diversos gastos en que se incurre en las operaciones comerciales internacionales”. (p. 163)

La oportunidad de contar con un precio competitivo dentro de la exportación es de vital importancia, y es que ello brindará la preferencia del país de destino hacia nuestro producto en comparativa con las distintas opciones que ofrecen otros países con las mismas intenciones de internacionalización y desarrollo. La importancia de manejar los costos adecuadamente para generar un margen cambiante del precio con búsqueda de competitividad es un factor primordial cuando de capacidad de exportación se trata, y es que no solo se basa en enviar nuestros productos a mercados internacionales, sino de que tan bien vistos sean estos frente a las distintas ofertas con las que pueda contar el mercado de destino. (Urcia, 2013)

Es en este punto en donde la empresa debe estar en la posición de contar con precios que puedan hacerles la competencia a los ofrecidos por otras exportadoras de su mismo producto, contando a su vez con la posibilidad de mantener el proceso de exportación y mantener financiamiento externo en caso lo requiera. (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015)

B) Capacidad de producción y calidad

El volumen disponible para el mercado al cual se exportará; debe determinarse por la empresa, este volumen se debe determinar pensando en una exportación estable y constante, evitando de esta manera un mes cumplir con la alta demanda, y al siguiente mes caer en números faltantes que no cumplan con lo demandado. Cabe resaltar que el

producto a exportar debe manejar y cumplir las exigencias y los estándares que proponga el mercado de destino. (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015)

Moreno (2012) afirma que:

“La información es fundamental a la hora de tomar decisiones empresariales; lo que quiere decir que una información precisa y accesible nos ayudará a realizar una correcta elección. Por ello qué mejor manera que empezar por saber qué es lo que ocurre en nuestra propia empresa” (párr.1).

Implicando la misma relevancia, Lerma (2010) declara que “En la investigación de factores internos se toma en cuenta aspectos básicos acerca de la capacidad exportadora de la empresa, inicia por evaluar si cuenta o no con producción exportable, las cualidades del producto y su precio” (p.544). Siendo así que la información nos hará conocer las limitaciones de de nuestras capacidades y permitirá adelantarse con eficacia y rapidez a las exigencias del mercado objetivo.

C) Capacidad logística comercial

La capacidad logística comercial, refiere a la coordinación de la distribución física con la procuración de materiales utilizados en el proceso, reduciendo costos en cierto nivel y perfeccionado el servicio para los clientes. (Castro, s.f)

Este punto hace referencia a la función de llevar el producto al lugar de destino en las condiciones óptimas en lo que refiere de cantidad y calidad, cabe enmarcar que dentro de esta capacidad logística se buscan los costes mínimos para la empresa. Asimismo, con relación al campo de producción, se habla de capacidad logística al contar con los medios necesarios para cumplir con las metas estipuladas en términos de producción. (Andino, s.f)

Se hace referencia a la logística cuando se ejecuta la prevención, organización y control del flujo de materiales usados, tanto desde los lugares de aprovisionamiento hasta llegar al consumidor final. (Blog de Logística, 2015)

1.1.2. Mercado de Estados Unidos

Es importante que la empresa conozca y maneje 2 aspectos en la búsqueda de exportación de determinado producto, la identificación de mercados internacionales para el análisis de la demanda y si fuese el caso de tener un mercado definido, saber las características, exigencias y restricciones con las que este mercado objetivo cuenta; del mismo modo, la distribución física internacional para colocar el producto a exportar y que este cumpla con las exigencias de los mercados internacionales. (Paredes, 2016)

Lerma (2010) afirma que “Investigar la situación externa dirigirá sus esfuerzos a conocer tendencias y preferencias de consumidores de otros países o regiones, alianzas empresariales, innovación en telecomunicaciones, temas sobre los cuales gira el mercado, inflación, etcétera” (p.545). En esta parte, se refleja la información que debe considerar la empresa sobre su mercado de destino, para que mediante de esta manera su producto pueda acoplarse de manera óptima a su mercado meta.

El análisis del mercado objetivo consiste en la recopilación y análisis de datos sobre los clientes y competidores que se desenvuelven en el mercado en el que se busca exportar. Asimismo, con este análisis, se recopila información sobre las tendencias del mercado, producto, entre otros. (InnovaMedia, 2015)

A) Comportamiento del mercado

Entre los años 2002 y 2010, la cantidad de alimentos que se importaron hacia Estados Unidos pasó de 4 millones a 8 millones, de los cuales el 80% corresponde a pescados y mariscos, 50% a las frutas frescas y 20% a hortalizas. (ConnectAmericas, 2015)

Según el portal ConnectAmericas (2015) “Se trata de un país con casi 314 millones de consumidores, que presenta una gran oportunidad para los productores de América Latina y el Caribe. En las últimas décadas, EE.UU. experimentó un aumento considerable en el consumo de alimentos provenientes del extranjero”. (párr. 1)

Un informe de la Comisión Económica, revela que el mercado norteamericano en cuanto a alimentos orgánicos viene mostrando un ritmo de crecimiento sin precedentes, pasando de 1000 millones de dólares en el año 1990 a 31500 millones de dólares en el 2011. Dicha comisión, indicó que el velóz crecimiento de la demanda de productos orgánicos ha excedido la capacidad de oferta doméstica, lo cual ha causado que los comerciantes de productos orgánicos recurran cada vez más a las importaciones. (ConnectAmericas, 2015)

B) Restricciones de acceso al mercado

Urcia (2013) indica que:

“Las principales barreras de acceso a los mercados se refieren a estándares de calidad de los productos, de los procesos y de sus presentaciones. Las certificaciones se han ido convirtiendo en una condición para competir globalmente: ISO 9000, ISO 14001, GMP, etc.”. (párr. 6)

Medidas Arancelarias:

Respecto a la intervención o exigencias en lo referente a las importaciones hacia Estados Unidos, las dos instituciones que intervienen en estos procesos son la United States International Trade Commission (USITC), quien se encarga de la publicación oficial del Arancel Armonizado de Estados Unidos. Y la Aduana Estadounidense, quien está a cargo de administrar los regímenes arancelarios y de procesar las declaraciones de importación. Es necesario señalar que los derechos aduaneros son estipulados por el congreso y son cuenta con una vigencia en todo territorio norteamericano. (SIICEX, 2015)

Usualmente, los aranceles cobrados por Estados Unidos son de 3,4% en general, pero en lo que refiere a frutas, legumbres y otras plantas, según el Perfil Arancelario de Estados Unidos al año 2013 elaborado por la OMC, el arancel promedio es 4,7% y el 21% de los productos se encuentran desgravados.

Medidas no arancelarias

Gracias a los sistemas implementados en el mercado estadounidense, el trámite aduanero en Estados Unidos, exige que el empaque y embalaje de los productos importados sean los correctos, como también como la documentación exigida haya sido completados y entregados en el tiempo indicado. (SIICEX, 2015)

Dependiendo del tipo de producto que se desee ingresar a Estados Unidos, existen permisos o certificaciones especiales emitidas por la aduana o entidades reguladoras especiales, en el caso de la uva, entidades como la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA), Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA), son aquellas que intervienen en la importación de este fruto.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la capacidad de exportación de la uva de la empresa ECOSAC - Piura hacia el mercado de Estados Unidos 2018?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Los precios de la uva de la empresa ECOSAC son competitivos?
- ¿La capacidad productiva de la empresa ECOSAC y la calidad de sus productos, son las adecuadas?
- ¿La capacidad logística comercial de la empresa ECOSAC es la adecuada?
- ¿Cómo ha sido el comportamiento de las importaciones de la uva de Estados Unidos?
- ¿Existen restricciones para acceder al mercado de Estados Unidos?

1.3. Justificación del estudio

Actualmente el sector agrícola de la región de Piura es muy diverso gracias a los frutos que provee, una manera óptima de comercialización ayudaría a la creciente economía de la región, tal es el caso específico de la uva, aquel fruto que debe aprovechar la creciente en producción y el cambio de tendencia de consumo de alimentos, pues es un fruto con alto valor nutricional que son requeridos por mercados internacionales.

Es así, que la presente investigación tiene como punto de partida una justificación técnica, puesto que contribuirá con información sobre la capacidad de exportación de la uva de la empresa ECOSAC, ayudando a dicha empresa a identificar factores que podrían influir en dicho proceso. Del mismo modo, permitirá conocer el mercado de Estados Unidos, los requerimientos y tendencias que se presenta en este país de destino.

Por lo tanto, esta investigación se justifica de manera práctica porque ayudará a analizar la capacidad de exportación de la uva de la empresa ECOSAC, ya que la importancia de esta, radica en identificar donde uno se encuentra y a donde se quiere llegar en los negocios internacionales.

Por último, se presenta la justificación metodológica porque servirá como base e instrumento de apoyo para el correcto desarrollo de futuras investigaciones relacionadas al plan de exportación.

1.4. Hipótesis

Existe capacidad de exportación de la uva de la empresa ECOSAC hacia el mercado de Estados Unidos.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Analizar la capacidad de exportación de la uva de la empresa ECOSAC- PIURA, hacia el mercado de Estados Unidos, 2018.

1.5.2. Objetivos específicos

OE1: Analizar si los precios de la uva de la empresa ECOSAC son competitivos.

OE2: Determinar la capacidad productiva de la empresa ECOSAC y la calidad de sus productos.

OE3: Determinar la capacidad logística comercial de la empresa ECOSAC.

OE4: Analizar el comportamiento de las importaciones de la uva de Estados Unidos.

OE5: Determinar si existen restricciones para acceder al mercado de Estados Unidos.

II. MÉTODO

1.1. Diseño de la investigación

Aplicada, porque la investigación se desarrollará aplicando los conceptos de capacidad de exportación y metodología de la investigación, con la finalidad de resolver el problema por el cual se desarrolla esta tesis.

No experimental, porque no existe intención alguna de manipular las variables propuestas, la investigación busca con el diseño no experimental tan solo el acto de observar los sucesos dados tal cual se dan en su entorno natural y describirlas abiertamente. (Hernández, Fernández y Batista, 2014)

Transversal, porque se desarrolló en durante un lapso de tiempo determinado, desarrollándose y finalizando en el año 2018.

Descriptivo, debido a que la presente investigación pretende describir las variables en estudio tan cual se expresan en tu entorno natural.

Se representa de la siguiente manera:



En la que:

M: significa la muestra que se utilizará para el estudio.

O: significa las mediciones de la variable de interés.

1.2. Identificación de variables

- **Variable Dependiente:** Exportación de la uva

- **Variable Independiente:** Mercado internacional

1.3. Matriz de operacionalización

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
Exportación de la Uva	La exportación es el régimen mediante el cual se da la salida de las mercancías nacionales para su uso o consumo definitivo en el exterior, para ello la empresa debe cortar con oferta exportable teniendo en cuenta el precio del producto, la calidad y la oportunidad de entrega.	Respecto a la exportación de la Uva se aplicó una entrevista de profundidad, contando con un cuestionario estructurado de preguntas específicas como instrumento.	Precio competitivo	Niveles de costos y utilidad	Nominal
			Capacidad de producción y calidad	Capacidad de producción para la exportación	
				Nivel de cumplimiento de estándares de calidad	
				Nivel de certificaciones de mercado	
			Capacidad logística comercial	Nivel de infraestructura para la importación	
Niveles de comercialización					

Análisis del mercado de Estados Unidos	Es el suministro de información que alimenta el proceso de toma de decisión y que permite con cierta certeza determinar el mercado potencial internacional para aumentar las ventas, disminuir los costos comerciales y elevar las utilidades.	Para el análisis del mercado de Estados Unidos, se efectuó el método de análisis de datos.	Comportamiento del mercado	Estadísticas de importaciones de Estados Unidos	Nominal
				Tendencias de los indicadores económicos de Estados Unidos	
			Restricciones de acceso al mercado	Nivel de exigencias arancelarias y no arancelarias	
				Tipos de certificaciones de mercado	

1.4. Población y muestra

- a) **Población:** Se tomará a la empresa ECOSAC como población, mientras que las tendencias y preferencias del mercado estadounidense se trabajará con fuentes secundarias de información.
- b) **Muestra:** Se seleccionará al líder de opinión más resaltante y con altos conocimiento del producto a investigar dentro de la empresa ECOSAC, para llevar a cabo la entrevista de profundidad.

1.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el logro de cada uno de los objetivos específicos se procederá a emplear las siguientes técnicas e instrumentos.

- a) **Entrevistas de profundidad**, la cual tendrá como instrumento una guía de entrevista, la misma que será aplicada al representante de la empresa ECOSAC.
- b) **Análisis de datos secundarios**, esta técnica para recolectar datos, consta del análisis y revisión de documentación y archivos físicos o electrónicos que guarden relación con el objetivo de la investigación (Hernández, Fernández y Batista, 2014)

1.6. Métodos de análisis de datos

Análisis descriptivos: Se mostrarán los datos obtenidos en gráficos y tablas. Del mismo modo, se analizará la entrevista aplicada y mostrarán los datos recolectados los gráficos propuestos.

1.7. Aspectos éticos

El investigador expone su compromiso con la veracidad de la investigación y todos los datos propuestos en la misma, avalando los resultados expuestos en ella y salvaguardando los datos propuestos por la empresa estableciendo su único uso con fines netamente académicos.

III. RESULTADOS

O.E.1: Analizar si los precios de la uva de la empresa ECOSAC son competitivos

Niveles de Costo y Utilidad

ECOSAC presenta dos categorías de exportaciones a Estados Unidos, cat 1 y cat 2. En la gráfica uno observamos que ambas categorías reportan ingresos superiores a los gastos lo cual indica que la exportación de uva es favorable para la salud económica, financiera de ECOSAC. La categoría cat1 es la que presenta mayores ingresos, ésta hace referencia a la variedad de uva Seedless o uvas sin semillas, la cual es muy valorada en el mercado estadounidense. La categoría cat2 comercializa variedades con pepas como la Red Globe, la cual en este mercado no presenta una valoración tan alta.

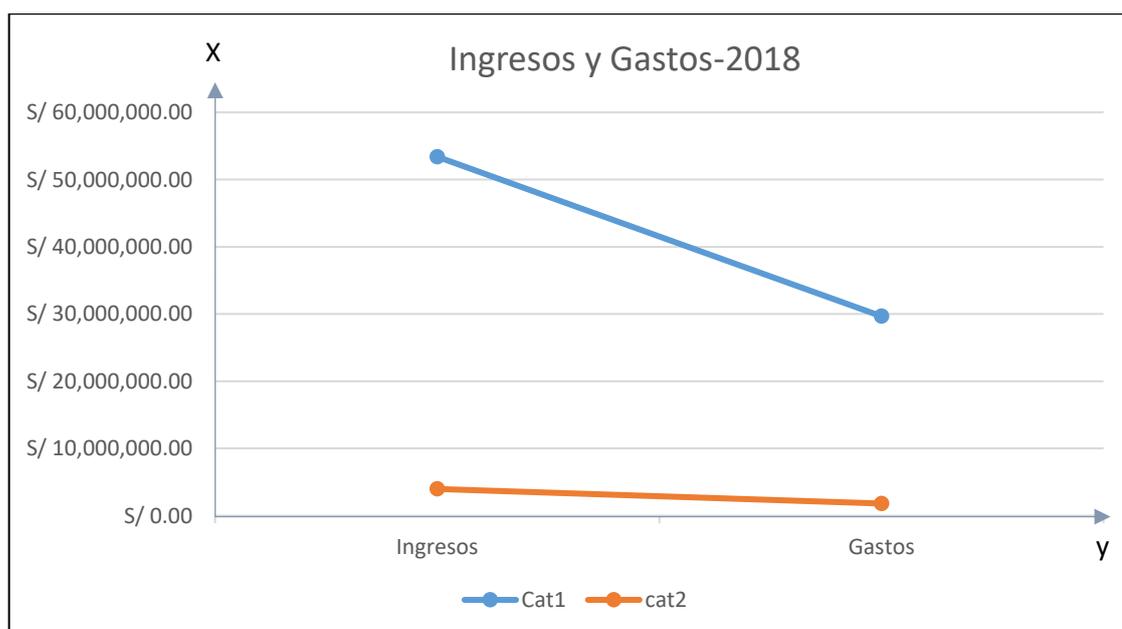


Gráfico 1. Ingresos y gastos ECOSAC 2018

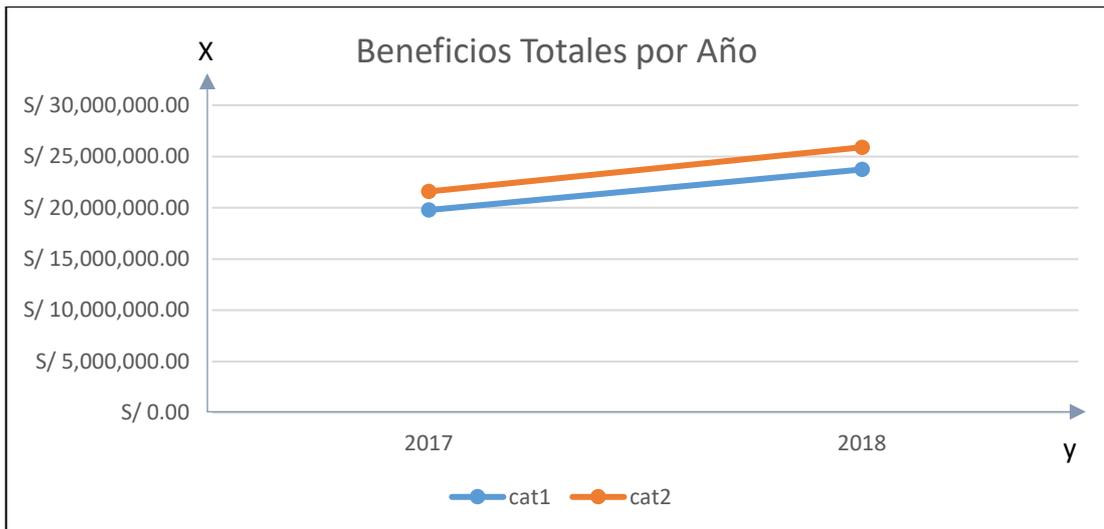


Gráfico 2. Beneficios totales por año 2017-2018

En el gráfico 2 observamos que ambas categorías o variedades de uvas han experimentado un crecimiento en sus beneficios. En el 2017, nuestro país enfrentó el fenómeno del Niño Costero, si bien no se reportaron las ganancias esperadas y los costos aumentaron, en el balance general la organización no se vio afectada. Para este año las ventanas comerciales se muestran favorables, en especial si se decide seguir incursionando en el mercado estadounidense.

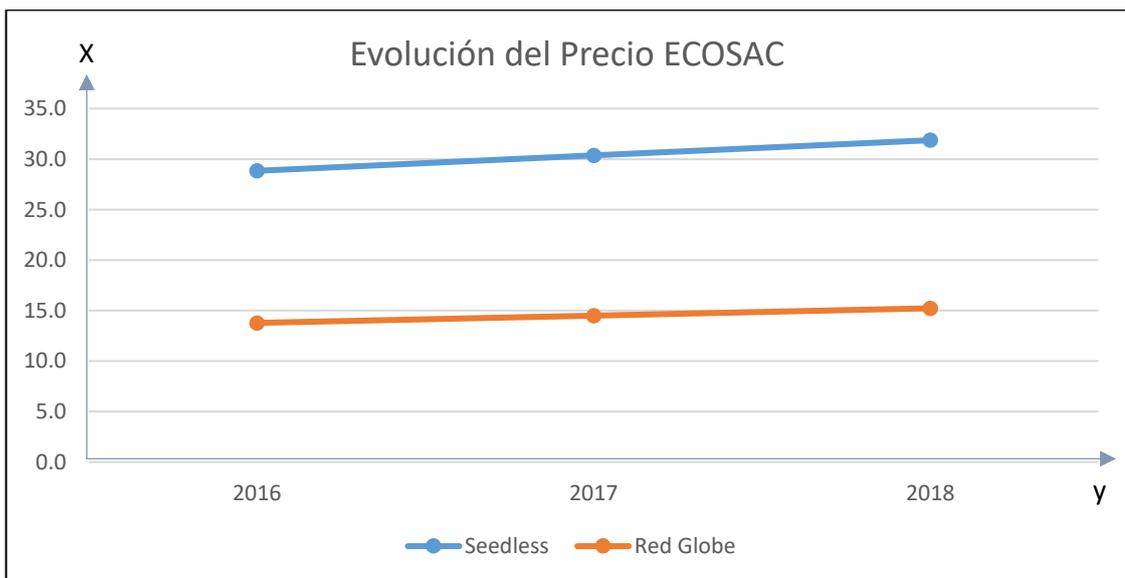


Gráfico 3. Evolución del precio de la uva ECOSAC

El gráfico 3, muestra la evolución del precio de la uva de la empresa ECOSAC en los años 2016-2018. El precio más alto está pronosticado para este año donde se prevé que sea un año récord para el Perú. En un análisis comparativo con el departamento de Piura se reunió información que demuestra que el crecimiento del precio en general es para la uva de la región, sobre todo para la variedad Seedless o sin semillas la cual en el mercado estadounidense está siendo valorado hasta por \$30.4 la caja.

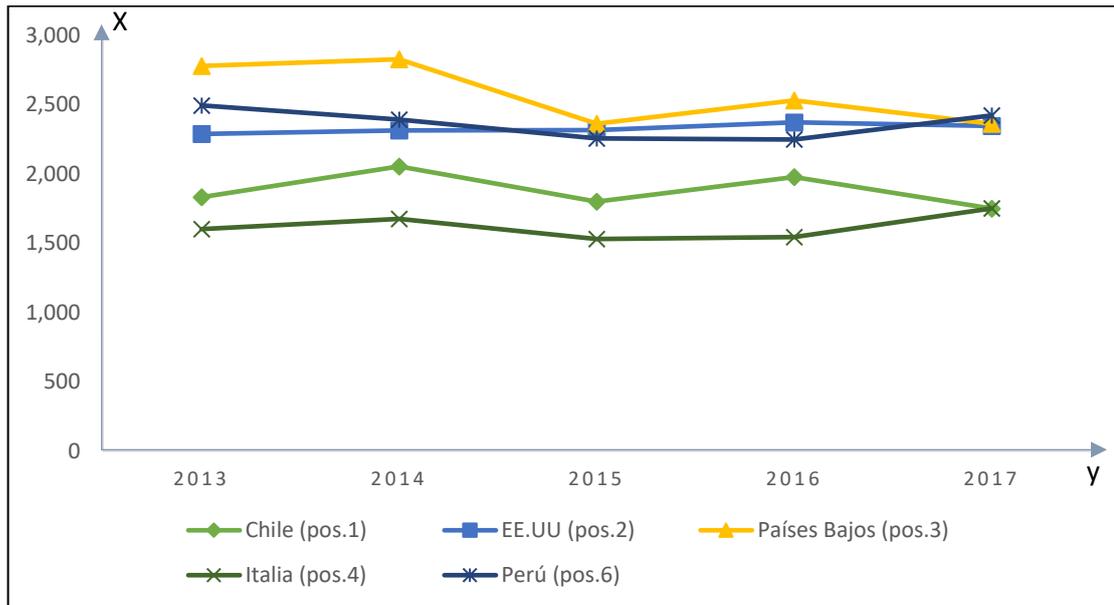


Gráfico 4. Evolución del precio de la uva a nivel internacional – Trade map

En función a un análisis internacional, el precio de la uva en el 2017 ha crecido en comparación de los tres últimos años, siendo a fines del 2017 mejor valorado que otros países importantes en la exportación como son: Chile, Estados Unidos, Países Bajos e Italia.

O.E.2: Determinar la capacidad productiva de la empresa ECOSAC y la calidad de sus productos.

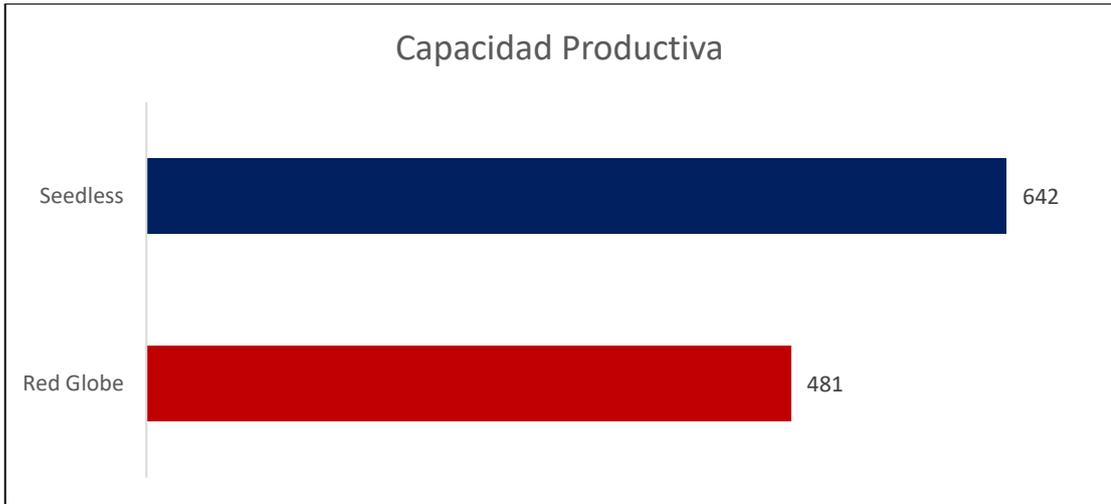


Gráfico 5. Capacidad productiva ECOSAC

ECOSAC tiene planeado enviar para el 2018, un total de 1123 contenedores, 481 de ellos serán destinados a la exportación de uvas tipo Red Globe, mientras que 642 para las variedades Seedless. En lo que refiere al número total de cajas exportadas se planea enviar 2,435,300 cajas, haciendo un total de 22,460 toneladas de uvas. Para la variedad sin semillas el volumen de producción será de alrededor 12,840 toneladas, mientras para la Red Globe 9,620 tn.

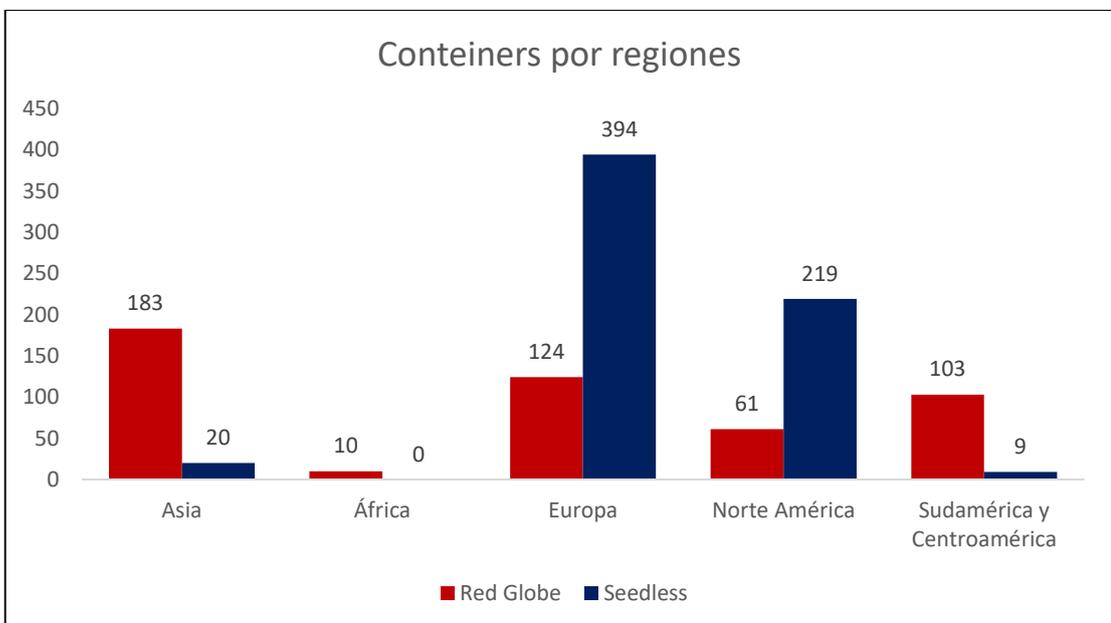


Gráfico 6. Producción y exportación por regiones - ECOSAC

Actualmente el principal mercado para ECOSAC es el europeo, exportando alrededor de 10,360 toneladas de uvas anuales. Actualmente las variedades sin semillas son las preferidas en los principales mercados a excepción del asiático y latinoamericano. Cabe indicar que en un container a mercado norteamericano ingresan alrededor 2160 cajas mientras que para el resto del mercado un container cuenta con alrededor de 2280 cajas. Se proyecta que para este año se incremente la productividad en un 20% en comparación al año anterior.

O.E. 3: Determinar la capacidad logística comercial de la empresa ECOSAC.

Actualmente ECOSAC sigue en un proceso de expansión. Cuenta con 1300 hc para la producción y comercialización de uvas, sin embargo aún no cuenta con la capacidad instalada para abarcar el volumen que podrían generar el total de hectáreas. En el caso del mercado estadounidense los supermercados le compran directamente, siendo uno de los más importantes Walmart, es por ello que no se utiliza Brokers para este mercado, puesto que el mismo cliente se encarga de hacer llegar la uva a sus almacenes.

O.E.4: Analizar el comportamiento de las importaciones de uvas en Estados Unidos.

Tabla 1

Principales importadores de uvas frescas en el mercado estadounidense

Año	Chile	México	Perú	Mundo
2013	907,767	350,630	93,182	1,364,710
2014	850,778	359,450	134,700	1,349,047
2015	951,960	341,297	227,191	1,526,083
2016	1,003,287	407,501	255,055	1,671,149
2017	883,956	523,294	300,280	1,720,208
Total	4,597,748	1,982,172	1,010,408	7,631,197
Participación	60.2%	26.0%	13.2%	100.0%

Fuente: Trade map

La tabla 1 refleja que el país que más uvas exporta a Estados Unidos es Chile, en segunda posición se encuentra México y en tercera Perú. En el caso de Chile, el último

año sufrió una disminución importante, esto se debe a que muchos productores han decidido empezar a emigrar hacia nuevas variedades de uva que puedan tener más acogida en el mercado, por lo que su volumen de exportación ha disminuido. La ventaja de México es que al ser un país limítrofe con Estados Unidos sus costos de envío disminuyen por lo que es un mercado atractivo.

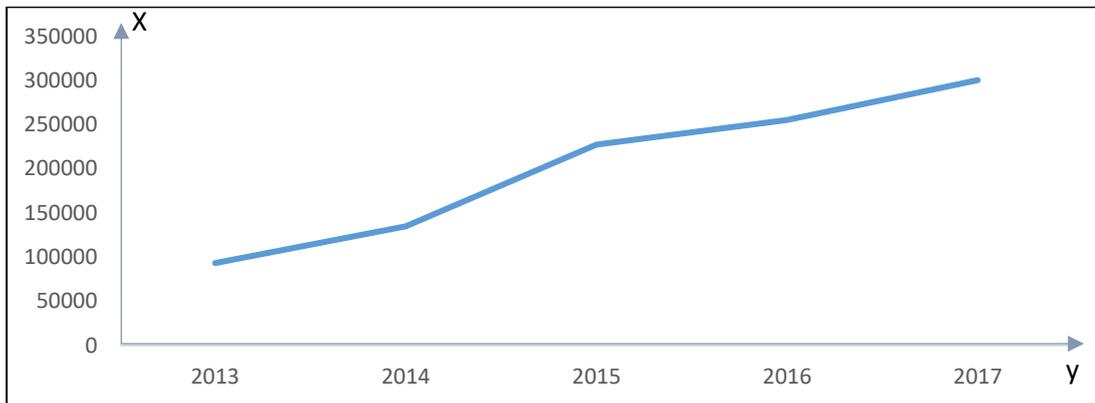


Gráfico 7. Importaciones de Estados Unidos a Perú respecto a las uvas

Algo importante de comentar es que las exportaciones peruanas gozan de un crecimiento constante en este mercado. Las variedades sin semillas de nuestro país representan una oportunidad importante para seguir creciendo, es por ello que ECOSAC invierte en más producción de estos tipos de uva.

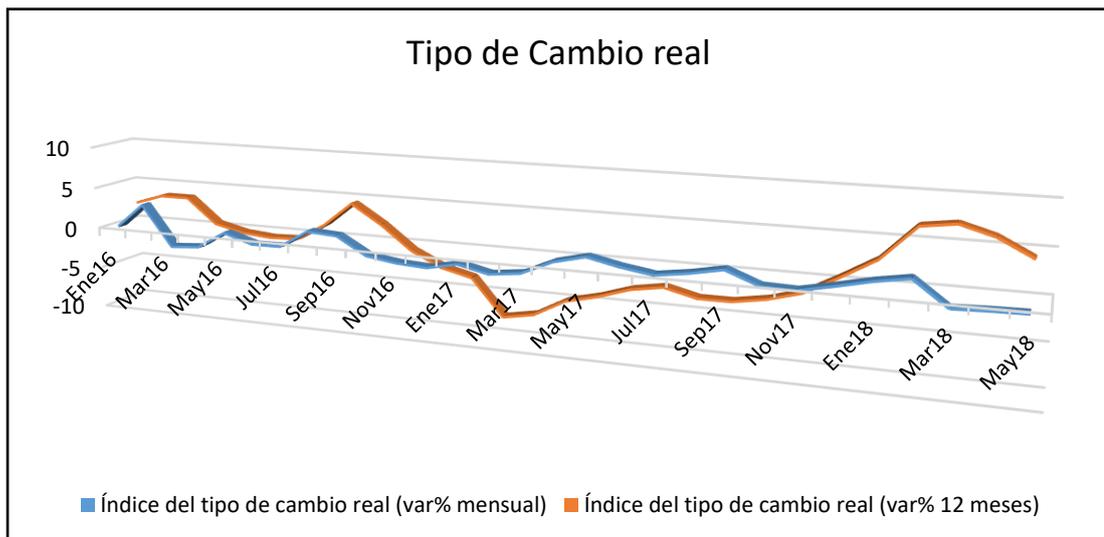


Gráfico 8. Variación del índice de cambio real

En el gráfico 8 se observó la evaluación mensual y anual del tipo de cambio, en el análisis mensual se registró que el pico más bajo de registro fue en mes de marzo y noviembre del año 2016 y el más alto estuvo registrado en enero del mismo año, para el resto de meses tanto del año 2016, 2017 e inicios del año 2018 sus registros se han mantenido relativamente constantes por lo que las exportaciones de uvas a Estados Unidos no se vieron fuertemente afectadas.

OE5: Determinar si existen restricciones para acceder al mercado de Estados Unidos

Barreras arancelarias

El Tratado de Libre Comercio entre Perú y Estados Unidos, establece que los principales productos peruanos que se exportan a Estados Unidos, como es el caso de la uva, cuentan con preferencias arancelarias. De esta manera, permite impulsar el desarrollo de la economía peruana a través del comercio, teniendo un acceso perenne a este mercado de destino. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2011)

Siguiendo la misma línea, PromPerú indica que la uva exportada a Estados Unidos, se beneficia del arancel 0%, otorgándole al Perú la excelente posición competitiva como proveedor de alimentos en dicho país. (PromPerú, 2015)

Barreras no arancelarias

Dentro de las reglamentaciones impuestas por la comisión de seguridad de Productos, resalta la certificación de cumplimiento del fabricante o la compañía importadora de Estados Unidos para comercializar productos que se encuentran sujetos a las normas de seguridad de la Ley de seguridad de productos de consumo. (SIICEX, 2015)

Tipos de certificaciones de mercado

Las principales normas exigidas son la ISO 9000, cuya finalidad es certificar el procedimiento y proceso en la cadena de valor del producto, así también, se exige la ISO 14000 que se relaciona con la problemática ambiental y la ISO 8000 cuyo objetivo es evaluar los niveles de responsabilidad social internacional. En el caso de ECOSAC,

cuenta con las exigencias del país importador para poder ingresar la uva de su producción a este mercado de destino, continuando con su crecimiento como empresa y aportando a nivel país y región, representando adecuadamente a Piura y su producto como es el caso de la uva.

IV. DISCUSIÓN

En tanto al objetivo de analizar si los precios de la uva de la empresa ECOSAC son competitivos, ante ello los resultados mostraron que los precios de la uva de la empresa ECOSAC son competitivos en el departamento de Piura, sobre todo para la variedad Seedless la cual en el mercado estadounidense está siendo valorado hasta por \$30.4 la caja, en función a un análisis internacional, el precio de la uva en el 2017 ha crecido en comparación de los tres últimos años, siendo mejor valorado en comparación de países como Chile, Estados Unidos, Países Bajos e Italia. De esta manera, estos resultados apoyan lo expuesto por Lerma y Márquez (2010) quienes definen que para establecer un precio competitivo se toman en cuenta factores como la determinación de los costos del producto, el margen de utilidad que se desea, los precios propuestos por la competencia y los distintos gastos que conllevan las operaciones comerciales internacionales. Del mismo modo, se guarda relación con lo dicho por Urcia (2013) quien establece que la posibilidad de contar con un precio competitivo dentro de la exportación brindará la preferencia del país de destino hacia nuestro producto en comparativa con las distintas opciones que ofrecen otros países. Asimismo, se apoya lo expuesto por el Ministerio de agricultura y riego (2015) al afirmar que la empresa con miras a la exportación debe contar con los recursos necesarios para solventar esta acción, y debe estar en condiciones de brindar precios competitivos. Los resultados esta investigación guardan relación positiva con la investigación de Rivera (2018) quien mostró que el banano como producto piurano perteneciente al sector agrícola es respaldado por un precio competitivo a nivel nacional y la calidad brindada, característica que no presentan internacionalmente y le brinda el valor agregado para aumentar las exportaciones en el mercado internacional.

Respecto al objetivo de determinar la capacidad productiva de la empresa ECOSAC y la calidad de sus productos, ante ello, los resultados mostraron que la capacidad productiva de la empresa ECOSAC y la calidad de sus productos son los adecuados para hacer frente a las tendencias exportables que genera el comercio internacional, razón de ello, ECOSAC tiene planeado enviar para el 2018, un total de 1123 contenedor, 481 de ellos serán destinados a la exportación de uvas tipo Red Globe, mientras que 642 para las variedades Seedless. En lo que refiere al número total de cajas exportadas se planea enviar 2, 435,300 cajas, haciendo un total de 22,460 toneladas de

uvas. Para la variedad sin semillas el volumen de producción será de alrededor 12,840 toneladas, mientras para la Red Globe 9,620 tn. Asimismo, en relación con la calidad del producto, este año se ha proyectado en incrementar la productividad en un 20%, con un empeño especial a la producción de uvas Seedless puesto que son mejor cotizadas en el mercado estadounidense por la calidad que conlleva este producto, generando grandes ventajas en comparación con la uva de otros países exportadores. Por lo tanto, dichos resultados guardan relación con lo expuesto por el Ministerio de Agricultura y Riego (2015) al exponer que la empresa debe determinar el volumen con el que cuenta para el mercado al cual se exportará, pensando en una exportación estable y continua; y teniendo en cuenta las exigencias y requerimientos del mercado de destino. De igual manera, se contrasta positivamente con lo expuesto por Lerma (2010) al declarar que al hablar de factores internos se toma en cuenta la capacidad exportadora de la empresa, evaluando si cuenta o no con producción exportable, las cualidades del producto y su precio. Estos resultados, apoyan la investigación de Romero y Rondón (2011) quienes exponen que la oferta de uva peruana viene ganando gran reconocimiento en el mercado norteamericano, esto se debe a su capacidad productiva que le permite satisfacer la demanda de dicho mercado. Así también, se concuerda con la investigación de López (2014) en la que se indica que la región Piura es una de las principales productoras de uva, con una producción de 65.6 mil TM, además se mostró que la región Piura tiene el mayor dinamismo en el área cosechada de uva, significando su potencial crecimiento. Del mismo modo, se concuerda con la investigación de Uribe (2010) en la cual se determinó el mercado de Estados Unidos como una ventana comercial para la comercialización de uva, gracias al aumento de volúmenes de exportación hacia el mercado estadounidense que se presentaron en los últimos años.

Por otra parte, se planteó el objetivo de determinar la capacidad logística comercial de la empresa ECOSAC, en el cual los resultados obtenidos reflejaron que ECOSAC cuenta con 1300 hectáreas para la producción y comercialización de uvas, sin embargo, no cuentan con la capacidad logística total para abarcar el volumen que podrían generar el total de hectáreas, pero actualmente se está trabajando un proceso de expansión para lograr la capacidad logística adecuada. Cabe resaltar que ello no influye en la exportación en el caso del mercado estadounidense, puesto que los supermercados le compran directamente, siendo uno de los más importantes Walmart, de esta manera el mismo cliente se encarga de hacer llegar la uva a sus almacenes. Estos resultados se

poyan en lo expuesto por Castro (s.f) quien afirma que la capacidad logística comercial, refiere a la coordinación de la distribución física con la procuración de materiales utilizados en el proceso, reduciendo costos en cierto nivel y mejorando el servicio para los clientes. Del mismo modo, se apoya lo expuesto por Andino (s.f) quien en este punto hace referencia a la función de la empresa de llevar el producto al lugar de destino percatándose continuamente de la cantidad y calidad correcta. En tanto a los resultados, se apoya la investigación de Montesinos, Flores, Rojas y Chao (2017) en la cual se muestra el prometedor potencial del sector de la uva fresca, razón de ello son las ventajas comparativas que ofrecen la geografía y el clima del país, indicando además la importancia de promover el desarrollo en infraestructura vial y portuaria para reducir costos logísticos, ya que la principal debilidad en la exportación podría ser la ausencia de una infraestructura capacitada para las exportaciones.

Respecto al objetivo de analizar el comportamiento de las importaciones de la uva de Estados Unidos, se conoció que las importaciones de Estados Unidos de uva han presentado tendencias positivas en estos últimos años, ante ello, cabe resaltar que las exportaciones peruanas gozan de un crecimiento constante en este mercado. Las variedades de uvas sin semillas de nuestro país representan una oportunidad importante de crecimiento, es por ello que ECOSAC invierte en más producción de estos tipos de uva. De esta manera, se constata lo expuesto por ConnectAmericas (2015) al indicar que entre el año 2002 y el 2010 la importación de alimentos hacia Estados Unidos pasó de 4 a 8 millones, de los cuales el 80% corresponde a pescados y mariscos, 50% a las frutas frescas y 20% a hortalizas. Asimismo, se contrasta con ConnectAmericas (2015) al afirmar que Estados Unidos cuenta con 314 millones de consumidores, representando una gran oportunidad para productores de América Latina y el Caribe, y que, en las últimas este país experimentó un aumento considerable en el consumo de alimentos provenientes del extranjero. En consecuencia, se apoya la investigación de Romero y Rondón (2011) en la que se mostró que el valor total de las importaciones de uva de mesa en el 2010 totalizó 1.6 millones de toneladas, representando así un incremento de 132% en los últimos 10 años, ubicando a Estados Unidos como el principal importador de uvas a nivel global, y siendo sus principales proveedores durante el 2010 el país de Chile, seguido de México y en tercer lugar Perú. Del mismo modo, se contrasta con la investigación de Montesinos, Flores, Rojas y Chao (2017) en la que se concluyó que el Perú es uno de los principales exportadores de uva fresca hacia el mercado americano,

reflejando que este tipo de exportación cuenta con grandes posibilidades de competir exitosamente en mercados internacionales.

En relación al objetivo de determinar si existen restricciones para acceder al mercado de Estados Unidos, en el cual los resultados obtenidos indicaron que el Perú goza de preferencias arancelarias gracias al Tratado de Libre Comercio entre Perú y Estados Unidos, que establece que la uva, cuente con preferencias arancelarias. De esta manera, permite potenciar el desarrollo de la economía del Perú, contando con un acceso perenne a este mercado y beneficiándose de estas preferencias arancelarias para mantener una posición competitiva como proveedor en el caso de alimentos como la uva. Estos resultados, apoyan lo expuesto por Urcia (2013) quien indica que actualmente las principales barreras de acceso a los mercados son los estándares de calidad de los productos, sus procesos y las presentaciones que propone este. Estos resultados, coinciden con la investigación de Romero y Rondón (2011) en la que se indicó que, bajo el Acuerdo de Promoción Comercial entre Estados Unidos y Perú, la exportación de la uva fresca peruana está libre del pago de aranceles para ingresar al mercado estadounidense. Así también, se apoya la investigación de Uribe (2010) donde se mostró la óptima la comercialización de uva, gracias a la eliminación de barreras arancelarias gracias al Tratado de Libre Comercio en el mercado estadounidense, por lo cual se podrá exportar mayores cantidades. En consecuencia, se concuerda con la investigación de Montesinos, Flores, Rojas y Chao (2017) en la cual se expone que el Perú posee una ventaja competitiva por la ventana comercial que se tiene y lo diferencia de otros países exportadores.

Por último, respecto al objetivo general de analizar la capacidad de exportación de la uva de la empresa ECOSAC- PIURA, hacia el mercado de Estados Unidos, 2018, los resultados mostraron que existe capacidad de exportación de la uva de la empresa ECOSAC, hacia el mercado de Estados Unidos, esto se debe gracias al precio competitivo y la calidad del fruto, tanto nacional como internacionalmente, aprovechando la variedad de uva, la cual es muy valorada en el mercado estadounidense. De esta manera, se apoya lo expuesto por Paredes (2016), quien, al referirse a la capacidad de exportación, indica que es la cualidad en la gestión integral de la empresa para exportar, aprovechando las oportunidades que ofrece el mercado internacional. Del mismo modo, se constata con el Ministerio de Agricultura y Riego

(2015) al afirmar que la oferta exportable se refleja al asegurar los volúmenes solicitados por el cliente y que los productos cumplan con la satisfacción de los requerimientos del mercado. Asimismo, se apoya a Minervini (2014) quien sustenta que la capacidad exportadora hace referencia a la capacidad de pensar e interactuar internacionalmente, adaptando el producto de la empresa a las diversas exigencias y variables que se pueden presentar en nuestro mercado de destino. En consecuencia, se concuerda con la investigación de Montesinos, Flores, Rojas y Chao (2017) en la que se mostró que la cantidad de uva peruana exportada cuenta con una tendencia creciente que viene desde el año 2007 con una tasa de crecimiento promedio de 41%.

V. CONCLUSIONES

Conclusión General

Existe capacidad de exportación de la uva de la empresa ECOSAC- PIURA, hacia el mercado de Estados Unidos, gracias al precio competitivo que cuenta a nivel nacional y la calidad del fruto, la cual es muy valorada en el mercado estadounidense.

Conclusiones Específicas

Los precios de la uva de la empresa ECOSAC son competitivos, sobre todo para la variedad Seedless la cual en el mercado estadounidense tiene un precio de hasta \$30.4 la caja, siendo más valorado que otros países exportadores como Chile, Países Bajos e Italia.

La capacidad productiva de la empresa ECOSAC y la calidad de sus productos son los adecuados para hacer frente a las tendencias exportables que genera el comercio internacional, planeando enviar un total de 22,460 toneladas de uvas e incrementar la productividad en un 20%, con un empeño especial en la producción de uvas Seedless puesto que son mejor cotizadas en el mercado estadounidense.

ECOSAC cuenta con una adecuada capacidad logística y sigue en un proceso de expansión, resaltando que, en la exportación hacia el mercado estadounidense, los supermercados compran directamente, siendo el mismo cliente quien se encarga de hacer llegar la uva a sus almacenes.

Las importaciones de Estados Unidos de uva han presentado tendencias positivas en estos últimos años, destacando que las exportaciones peruanas gozan de un crecimiento constante en este mercado.

El Perú cuenta con preferencias arancelarias para la mayoría de productos del sector agro exportados a Estados Unidos, en el que todos los productos pertenecientes a este sector, siendo este el caso de la uva se beneficia del arancel 0%, lo que otorga al Perú una valiosa ventaja competitiva como proveedor alimenticio.

VI. RECOMENDACIONES

La empresa ECOSAC debe participar en ferias y exposiciones internacionales, que le permitirán la continuidad y atracción de nuevos clientes, ya que, cuenta con precio competitivo y cumple con los estándares de calidad del fruto que requiere el mercado estadounidense.

Se recomienda expandir la capacidad de producción, sobre todo de la variedad Seedless, haciendo el uso de las hectáreas no cultivadas para incrementar los volúmenes de exportación; pues los mercados internacionales están en constante crecimiento y así poder seguir cumpliendo las exigencias y obtener una mayor participación en mercado estadounidense.

Se recomienda realizar estudios en la cadena logística, ya que se pretende expandir la producción, es necesario manejar de manera indicada los tiempos de entrega. Pues el mercado de Estados Unidos es muy exigente con ello, ya que son los que tienen el trato final con el consumidor.

REFERENCIAS

- Uribe, C. (2010). Estudio de pre factibilidad de industrialización y exportación de uva al mercado de Estados Unidos (tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Montesinos, I., Flores, M., Rojas, D. y Chao, X. (2017). Planeamiento Estratégico para la Uva Fresca (tesis de posgrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- López, L. (2014). Evolución y Análisis de la Producción y Exportación de Uvas de Mesa: 2000-2012 (tesis de posgrado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Rivera, J. (2017). Análisis de la capacidad de exportación del banano orgánico de la empresa APOQ – Querecotillo hacia el mercado de Portugal – 2018 (tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Piura, Perú.
- Romero, R. y Rondón, S. (2011). Perfil de mercado de uvas de mesa a Estados Unidos. Ministerio de Relaciones Exteriores. 1-32.
- El Comercio. (2018). CCL: Minería y agro impulsarán el crecimiento de las exportaciones. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/ccl-mineria-agro-impulsaran-crecimiento-exportaciones-ano-noticia-549488>
- Andina. (2017). Perú se consolida como quinto exportador mundial de uvas. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-peru-se-consolida-como-quinto-exportador-mundial-uvvas-693116.aspx>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación (6ta ed.). Ciudad de México, México: McGraw – Hill.

El Comercio. (2017). Minagri: Perú es el quinto exportador de uvas a nivel mundial. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/minagri-peru-quinto-exportador-uvas-nivel-mundial-noticia-482502>

Munarriz, R. (2017). Capacidad Exportadora. Recuperado de http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/1654/capacidad_exportadora_2017_exportaciones.PDF?sequence=3&isAllowed=y

Ministerio de Agricultura y Riego. (2015). Definición de oferta exportable. Recuperado de <http://www.minagri.gob.pe/portal/objetivos/181-exportaciones/que-podemos-exportar/532-definicion-de-oferta-exportable>

Minervini, N. (2014). Evaluación de la capacidad exportadora. Recuperado de https://www.diariodelexportador.com/2014/12/evaluacion-de-la-capacidad-exportadora_3.html

Urcia, M. (2013). Bases para una oferta exportable competitiva. Recuperado de <http://manuelurcia.blogspot.com/2013/03/bases-para-una-oferta-exportable.html>

Castro, R. (s.f.). Exportación: conceptos y casos. Recuperado de <http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=79C91D31-EE16-4F6F-9B00-9AC941D5E314.PDF>

Andino, R. (s.f.). Gestión de Operaciones de Logística. Recuperado de http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:48259/componente48257.pdf

Innovamedia. (2015). ¿Qué es y para qué sirve un análisis de mercados? Recuperado de <https://www.innovamediaconsultores.com/blog/que-es-y-para-que-sirve-un-analisis-de-mercados/>

ConnectAmericas. (2015). Estados Unidos, un mercado tentador para exportar alimentos. Recuperado de <https://connectamericas.com/es/content/estados-unidos-un-mercado-tentador-para-exportar-alimentos>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2011). Acuerdo de Promoción Comercial PERÚ-EE.UU. Recuperado de http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=55&Itemid=78

SIICEX. (2015). Guía de Mercado Estados Unidos: Industria de la Moda y Decoración. Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/876323561rad3ECAB.pdf>

ANEXOS

Anexo N°1: Guía de entrevista

GUÍA DE ENTREVISTA

Código del cuestionario	Fecha de realización de la entrevista	Hora de realización de la entrevista	Lugar de realización de la entrevista

Entrevistado: _____ Edad: ____ Cargo: _____

Introducción

Buenos días (Saludo), Mi nombre es _____ y seré el encargado de realizar esta entrevista, que tiene por objetivo: analizar la capacidad de exportación de la Uva de la empresa Ecosac – Piura; la cual abordará el siguiente contenido:

Oferta Exportable:

- Capacidad de producción y calidad
 - Capacidad de producción para la exportación
 - Nivel de cumplimiento de estándares de calidad
 - Certificaciones para acceder al mercado

- Capacidad de logística comercial
 - Nivel de infraestructura para exportación
 - Nivel de comercialización

Los resultados obtenidos de la presente entrevista son confidenciales y utilizados única y exclusivamente para fines académicos. Agradecemos su gentil participación para la realización de esta entrevista.

Desarrollo

Preguntas Generales:

- ¿Qué tipo de comportamiento han registrado las exportaciones de la uva en la empresa Ecosac en el último año? ¿Cuáles son las principales amenazas que se enfrentan en la exportación de la uva? ¿Qué ventajas tenemos respecto a otros productores nacionales e internacionales?
- Descripción de la empresa, su trayectoria y posición en el mercado
- ¿Cuáles son sus principales destinos de exportación? ¿Quién es su competidor directo? ¿Qué porcentaje del mercado abastecen? ¿Tienen pensando expandirse, en qué tiempo?

Preguntas de estructura:

- a) ¿Cuál es la capacidad de producción para exportación de la empresa Ecosac?
- b) ¿Qué estándares de calidad deben cumplir la empresa Ecosac para poder exportar la uva?
- c) ¿Qué tipo de certificaciones y permisos legales debe cumplir la empresa Ecosac para exportar la uva? ¿Cuáles tiene? ¿Cuáles aspira a conseguir y en qué tiempo?
- d) ¿Cuál es el nivel de infraestructura para la exportación con el que cuenta la empresa Ecosac?
- e) ¿Cuáles son los niveles de comercialización actuales de la empresa Ecosac?
- f) ¿Cómo se verá afectada la empresa Ecosac, su nivel de demanda nacional con la exportación de la uva?
- g) En la empresa Ecosac ¿Los niveles de ingreso, se han mantenido constantes? ¿Existen factores que afecten sus utilidades? Puede mencionarme algún ejemplo
- h) ¿En qué porcentaje aumentarán sus utilidades con la exportación de la uva de aquí al próximo año?
- i) ¿Cuáles son los principales costos de exportación a los que incurre la empresa Ecosac? ¿En qué porcentaje aumentarán sus costos con la exportación de la uva?
- j) ¿Qué porcentaje de la demanda extranjera está en la capacidad de abastecer la empresa Ecosac?

FINAL Y CIERRE

Se debe realizar un pequeño resumen del contenido de la misma y las aclaraciones que se consideren necesarias.

Ítems de la guía y su relación con los indicadores de la matriz de consistencia.

Capacidad de producción y calidad

- Capacidad de producción para exportación: a)
- Nivel de cumplimiento de estándares de calidad: b)
- Nivel de certificaciones de mercado: c)

Capacidad de logística comercial

- Nivel de infraestructura para exportación: d)
- Niveles de comercialización: e), f)

Precio competitivo

- Niveles de costos y utilidad: g), h), i), j)

Anexo N°2: Presupuesto de la investigación

PARTIDA	OBJETO DE GASTO	MONTO (S/)
1	SERVICIOS INFORMÁTICOS	670
1.1	Internet	420
1.2	Impresiones de Consulta	250
2	MOVILIDAD	650
2.1	Pasajes	550
2.2	Otros	100
3	DE LA ELABORACIÓN DE LA TESIS	450
3.1	Impresiones, Materiales Diversos	350
3.2	Otros	100
4	IMPREVISTOS	300
4.1	Algunos Imprevistos	300
	TOTAL	2070

Fuente y Elaboración: Propia