

Universidad Católica de Santa María
Facultad de Ciencias Económico Administrativas
Escuela Profesional de Ingeniería Comercial



**COMPETITIVIDAD DE LA OFERTA EXPORTABLE DE LA UVA DE LA
REGIÓN AREQUIPA EN EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS, PERIODO
2010 – 2019**

Tesis presentada por las Bachilleres:

**De los Reyes Villegas, Juana
Raquel
De los Reyes Villegas, Verónica
Ximena**

para optar el Título Profesional de
Ingeniera Comercial. Especialidad:
Negocios Internacionales

Asesor:

Mg. Aroquipa Apaza, Orlando

Arequipa – Perú

2022

DICTAMEN APROBATORIO

UCSM-ERP

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

INGENIERIA COMERCIAL

TITULACIÓN CON TESIS

DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 15 de Noviembre del 2021

Dictamen: 003384-C-EPICO-2021

Visto el borrador del expediente 003384, presentado por:

2016152062 - DE LOS REYES VILLEGAS VERÓNICA XIMENA

2016152052 - DE LOS REYES VILLEGAS JUANA RAQUEL

Titulado:

**COMPETITIVIDAD DE LA OFERTA EXPORTABLE DE LA UVA DE LA REGIÓN AREQUIPA EN EL
MERCADO DE ESTADOS UNIDOS, PERIODO 2010 ? 2019.**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

**1149 - ESPINOZA RIEGA JORGE DAVID
DICTAMINADOR**



**1697 - VARGAS ESPINOZA LUIS
DICTAMINADOR**



**2587 - QUINTANILLA RODRIGUEZ MARTIN PATRICIO
DICTAMINADOR**



DEDICATORIA

*A nuestra madre Juana, nuestros tíos
Hortencia, Virginia, Ruth y Carlos,
quienes nos apoyaron e impulsaron
incondicionalmente a lograr ser lo que hoy somos.*

*A nuestros pequeños, Emma y Christopher,
nuestra luz que nos motivará por siempre.*

Verónica y Raquel.



RESUMEN

La presente investigación se enmarca en el tema “Competitividad de la oferta exportable de la uva de la Región Arequipa en el mercado de Estados Unidos, periodo 2010 – 2019”. El propósito de la investigación es analizar la competitividad de la oferta exportable de la uva en la región Arequipa en base al cálculo de indicadores de desempeño comercial: Índice de Ventaja Comparativa Revelada (IVCR) y el Índice de Ventaja Comparativa Revelada Normalizada (IVCRN).

Los resultados muestran una correlación fuerte; lo cual demuestra que el producto en estudio presenta ventajas comparativas y competitivas en el mercado de Estados Unidos, lo que contribuye en la posición del producto en las exportaciones del sector de la región Arequipa. La región Arequipa aporta con el 4% de participación a nivel nacional en los niveles de producción, y se encuentra dentro de las cinco principales regiones que aportan al total de producción; muestra la segunda mayor tasa de crecimiento en producción en el periodo con un 17%. En términos de rendimiento por hectárea, Arequipa se encuentra en el primer lugar con una tasa de crecimiento en el orden del 7%. La oferta exportable de Arequipa al 2019, es de US\$ 18 millones del producto, lo que explica un crecimiento en el orden de 45.6% respecto al periodo 2010 que fue US\$ 637 mil. Adicionalmente la uva de la región y del país ingresa a Estados Unidos cumpliendo el protocolo sanitario coordinado entre SENASA y la oficina correspondiente del United States Department of Agriculture (USDA). Por otro lado, se debe indicar sobre la presencia de la Asociación de productores de Uva de mesa del Perú (PROVID) que da soporte y representación a la producción y exportación de uva en el Perú ante instituciones públicas y privadas nacionales e internacionales.

Palabras clave: Uvas frescas, Competitividad, Exportaciones, Índice de Ventaja Comparativa Revelada y Normalizada.

ABSTRACT

This research is part of the topic "Competitiveness of the exportable supply of grapes from the Arequipa Region in the United States market, period 2010 - 2019". The purpose of the research is to analyze the competitiveness of the exportable grape supply in the Arequipa region based on the calculation of commercial performance indicators: Revealed Comparative Advantage Index (IVCR) and the Normalized Revealed Comparative Advantage Index (IVCRN).

The results show a strong correlation; this shows that the product under study has comparative and competitive advantages in the United States market, which contributes to the position of the product in the exports of the Arequipa region sector. The Arequipa region contributes with 4% of participation at the national level in production levels, and is within the five main regions that contribute to the total production; shows the second highest growth rate in production in the period with 17%. In terms of yield per hectare, Arequipa is in the first place with a growth rate in the order of 7%. Arequipa's exportable offer in 2019 is US \$ 18 million of the product, which explains a growth in the order of 45.6% compared to the 2010 period, which was US \$ 637 thousand. Additionally, the grapes from the region and the country enter the United States in compliance with the sanitary protocol coordinated between SENASA and the corresponding office of the United States Department of Agriculture (USDA). On the other hand, it should be noted about the presence of the Peruvian Table Grape Producers Association (PROVID) that supports and represents the production and export of grapes in Peru before national and international public and private institutions.

Keywords: Fresh grapes, competitiveness, exports, revealed and normalized comparative advantage index.

INTRODUCCIÓN

La uva (*Vitis vinífera* L.) producto considerado más antiguo en la humanidad, es una especie que está ligado al desarrollo de la población y cultura desde muchos años atrás. Esta larga trayectoria de cultivo, ha propiciado la aparición de muchas variedades, con una gran diversidad genética donde en el Perú se ha logrado producir varias variedades dado el contexto de su variedad de clima y ubicación territorial.

En ese aspecto y debido al proceso de globalización económica, la región Arequipa no se ha quedado atrás y está mostrando excelentes rendimientos en la producción del producto como también en sus niveles de exportación de productos no tradicionales; por lo que es importante mejorar los niveles de competitividad, ya sea para mantener el mercado internacional como el de generar empleo.

Según el Índice de Competitividad Regional, Arequipa fue la segunda región más competitiva del país, luego de Lima (Instituto Peruano de Economía [IPE], 2019); cabe mencionar que existe aún una brecha importante para lograr ser una región verdaderamente competitiva en el marco del contexto internacional. Por lo que se tiene todas las herramientas para poder ser competitivos, con lo único faltante que sería poder desarrollar la exportación.

Siendo la oferta exportable una de las condiciones de la cual la región Arequipa disfruta por su competitividad, de donde el Perú, en el 2019 se consolidó como el tercer exportador más grande de uva hacia el mercado norteamericano (Ministerio de Agricultura y Riego, 2019), lo cual genera que las empresas peruanas se encuentren bien posicionadas en el mercado mundial y motivo por el cual no puede dejarse de lado el sector agropecuario, donde la producción de uva es una de las actividades económicas más importantes de la región.

Como indica La Cámara Nacional de Comercio, Producción, Turismo y Servicios, las principales actividades que participan en la economía de esta región son Minería e hidrocarburos (35,6%), Otros servicios (16,4%) y Manufactura (10,4%), continuando de cerca con el Comercio (9,3%), Construcción (7,9%) y más atrás el Agropecuario (5,5%), Transportes (5,1%), Telecomunicaciones (3,6%), Administración pública (3,1%), Alojamiento y restaurantes (2%), Electricidad, gas y agua (0,9%) y Pesca (0,2%). (PERUCÁMARAS, 2019)

En este marco, la región, está mostrando importantes envíos de uvas frescas a los mercados internacionales; en el caso de Estados Unidos, se envía las variedades Thompson, Sugraone, Red Globe, Flame y Crimson (Ministerio De Agricultura Y Riego, 2019), por lo que el presente trabajo expondrá un análisis de la competitividad regional según el Índice de Competitividad Revelada (IVCR) y el Índice de Ventaja Comparativa Revelada Normalizada (IVCRN) que reflejan la competitividad del producto en relación con los países importadores, siendo la competitividad el grado por el cual una nación, en condiciones de igualdad, justicia y libertad, puede producir bienes y servicios acordes a los requisitos necesarios por los mercados internacionales, aumentando sostenidamente los ingresos de sus habitantes. (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos, citado en Departamento de Hacienda y Finanzas, 2014)

El análisis de la ventaja comparativa revelada y de la comparativa revelada normalizada, requiere de las variables: exportaciones al país importador y las exportaciones totales del país exportador hacia el mundo del producto y del sector de la producción del producto (Ramírez-Padrón et al., 2018); en este contexto el objetivo de la investigación será medir la competitividad de la Uva producida en la región Arequipa, en el principal mercado importador que es Estados Unidos, en el periodo 2010 – 2019, con el cálculo del Índice de Ventaja Comparativa Revelada (IVCR) y el Índice de Ventaja Comparativa Revelada Normalizada (IVCRN) puesto que es una necesidad de las empresas ser más eficientes y perdurar en el tiempo, lo cual ha originado se estudie sus ventajas estratégicas competitivas (Casas, 2005).

La investigación halló que las exportaciones de Arequipa al mercado de Estados Unidos tuvieron un comportamiento positivo en el periodo de estudio; en términos de volumen se registra una tasa de crecimiento promedio en el orden del 49.01%; y en términos de valor en una tasa de 53.42%. A nivel de mercados, se observa que el destino de las exportaciones de uva de la región se concentra en cinco mercados; donde Estados Unidos y la Unión Europea (Países Bajos e Italia) lideran nuestras exportaciones. Ambos mercados representan el 64% del total de exportaciones del año 2010 (202,536 toneladas). En el caso de la Unión Europea, los Países Bajos resaltan en las compras de nuestras exportaciones, representando el 23% del total de las exportaciones. Cabe indicar que en el periodo 2010 se realizaron envíos a sólo 5 países; de los ya mencionados, consideramos los envíos a Rusia y Panamá.

Para el año 2019 se observa un despegue en el destino de las exportaciones de uva (25 países); y que en el periodo de análisis (2010-2019) se muestra a 40 países de destino. Los mega mercados: Estados Unidos y Asia, representan el 70% del total de las exportaciones del periodo, destacando también la Unión Europea con el 22%. Los crecientes envíos a los mercados mencionados fueron resultado de la firma del Acuerdo de Promoción Comercial (APC) con Estados Unidos y su entrada de vigencia en el año 2009, lo cual permite acceder a su mercado exonerado en el pago de aranceles. En los siguientes años se firma también el acuerdo comercial (TLC) con el mercado de la Unión Europea que también facilita el acceso de la uva peruana con el no pago de aranceles. Como también con el mercado de China, Corea del Sur entre otros. En ese escenario comercial, se puede apreciar un incremento de las exportaciones de uva al mercado mundial registrando un volumen total de 48,598,805 toneladas al año 2019, con un dinamismo promedio en el orden de 41% durante el periodo de análisis.

Por tanto, consideramos que la investigación realizada tiene criterio de prioridad y oportunidad, puesto que se busca ver el potencial exportable que Arequipa puede tener, sumado a diversas estrategias lo cual constituirá una oportunidad con relación al aumento de las posibilidades de intercambio comercial y las innovaciones que traerá dicha integración con la entrada de nuevos capitales y tecnologías para hacer de la región más competitiva.

Para su mejor análisis, la presente investigación se ha estructurado en función de tres capítulos que se detallan a continuación:

Capítulo I: Denominado fundamentos teóricos donde se expone el problema y su descripción, las interrogantes, la justificación, los objetivos, además del marco teórico y conceptual, junto con los antecedentes y la hipótesis.

Capítulo II: Denominado aspectos metodológicos, donde se desarrollan los instrumentos y campos de verificación, la recolección de datos y los recursos utilizados.

Capítulo III: Denominado como el de Resultados y Discusión, se pretende mostrar los resultados de la investigación, dando por respuesta a los objetivos planteados.

Finalmente se tiene la parte de conclusiones y recomendaciones que fueron analizadas en base al análisis de la investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DICTAMEN APROBATORIO	ii
DEDICATORIA	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT	v
INTRODUCCIÓN	vi
CAPÍTULO I FUNDAMENTOS TEÓRICOS	1
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	2
1.1. Enunciado del problema	2
1.2. Descripción del problema	2
1.3. Justificación	5
2. OBJETIVOS	6
2.1. Objetivo General	6
2.2. Objetivos Específicos	6
3. MARCO TEÓRICO	7
3.1. Marco Conceptual	7
3.2. Base Teórica	13
3.3. Antecedentes de la investigación.....	25
4. HIPÓTESIS	27
CAPÍTULO II ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	28
1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	29
1.1. Estructura de los instrumentos	30
2. CAMPO DE VERIFICACIÓN	30
2.1. Ámbito:.....	30
2.2. Temporalidad: (Longitudinal)	30
2.3. Unidad de estudio.....	30
3. ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	31
3.1. Recursos necesarios.....	31
CAPÍTULO III RESULTADOS Y DISCUSIONES	33
1. ANÁLISIS DE LA OFERTA EXPORTABLE DE LA UVA DE MESA..	34
1.1. Generalidades de la uva	34
1.2. Producción.....	34
2. COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR AGROPECUARIO EN LA REGIÓN AREQUIPA, 2010-2019	42

3.	DINAMISMO DE LAS EXPORTACIONES DE LA UVA FRESCA DE LA REGIÓN AREQUIPA	43
3.1.	Mercados de destino de las exportaciones de uva de la región Arequipa ...	45
3.2.	Comportamiento de la demanda de las exportaciones de uva de la Región Arequipa	47
4.	DEMANDA MUNDIAL DE UVA FRESCA	54
5.	COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA DE UVA FRESCA DEL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS	55
5.1.	Precios de importación en Estados Unidos.....	56
5.2.	Ventaja estacional de las importaciones de uva fresca de Estados Unidos .	58
5.3.	Acuerdo Comercial Perú - Estados Unidos	58
6.	DINÁMICA DE LAS EXPORTACIONES DE LA REGIÓN AREQUIPA EN EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS.....	59
6.1.	Envíos de uva al mercado de Estados Unidos por empresas en la región...	60
6.2.	Índice De Ventaja Comparativa Revelada (IVCR) y Normalizada (IVCRN)	62
	CONCLUSIONES	68
	RECOMENDACIONES	70
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	71
	ANEXOS.....	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Operacionalización de variables del proyecto</i>	4
Tabla 2 <i>Nombres de la Uva en otros países</i>	13
Tabla 3 <i>Valores Nutricionales de la Uva</i>	15
Tabla 4 <i>Ficha Técnica de la Uva</i>	19
Tabla 5 <i>Partidas Arancelarias de la Uva</i>	20
Tabla 6 <i>Paletizado de los envíos de la Uva</i>	22
Tabla 7 <i>Técnicas de Recopilación de Datos</i>	29
Tabla 8 <i>Estimación de Costos para la Investigación</i>	32
Tabla 9 <i>Valor de la Producción Agrícola, principales productos a nivel nacional, periodo: enero-junio 2019-2020 - (millones de soles a precios 2007)</i>	35
Tabla 10 <i>Principales Indicadores de la Uva a nivel nacional, Periodo 2010-2019</i>	37
Tabla 11 <i>Comportamiento del sector Agropecuario, Agroindustrial en el departamento de Arequipa, periodo 2010-2019</i>	42
Tabla 12 <i>Exportaciones de Uvas frescas al mercado mundial en Toneladas, periodo 2010-2019</i>	49
Tabla 13 <i>Precios promedio de exportación en los principales mercados de destino de la uva fresca, periodo 2010-2019</i>	53
Tabla 14 <i>Exportaciones por empresa de la Uva al mercado internacional en Kg, periodo 2010-2019</i>	60
Tabla 15 <i>Exportaciones por empresa al mercado de Estados Unidos en valor y peso neto, periodo 2019</i>	61
Tabla 16 <i>Exportaciones de Uva y del sector agrícola al mercado de Estados Unidos, periodo 2010-2019 (miles de dólares)</i>	65
Tabla 17 <i>IVCR y IVCRN de la Uva de la región Arequipa en el mercado de Estados Unidos, periodo 2010-2019</i>	65

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Proceso de Almacenamiento y Refrigeración de la Uva	22
Figura 2 Superficie cosechada y producción en el País de la uva, Periodo 2010-2019	36
Figura 3 Principales departamentos que producen uva en el Perú, Periodo 2010-2019	37
Figura 4 Variedades de Uva de Exportación	39
Figura 5 Calendario de producción de la uva de mesa del País	40
Figura 6 Exportaciones de Uva de la región Arequipa, periodo 2010-2019.....	44
Figura 7 Exportaciones de Uva de la región Arequipa, periodo 2010-2019.....	46
Figura 8 Principales mercados de exportación en Asia, periodo 2010-2019	47
Figura 9 Estimación de las exportaciones de Uva Fresca en la región Arequipa.....	52
Figura 10 Importaciones mundiales de Uva fresca, periodo 2010-2019 en toneladas..	54
Figura 11 Comportamiento de las importaciones de Uva del mercado de Estados Unidos, periodo 2010-2019	55
Figura 12 Evolución de Precios de los principales países proveedores de uva fresca de Estados Unidos, periodo 2010-2019.....	57
Figura 13 Dinámica de las exportaciones de Uva de la región Arequipa hacia Estados Unidos, periodo 2010-2019	59
Figura 14 IVCR de la Uva al mercado de Estados Unidos, periodo 2010-2019	66
Figura 15 IVCRN de la Uva al mercado de Estados Unidos, periodo 2010-2019	67



CAPÍTULO I

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Enunciado del problema

“Competitividad de la oferta exportable de la uva de la región Arequipa en el mercado de Estados Unidos, periodo 2010 – 2019”

1.2. Descripción del problema

Actualmente, las ciudades y los países están dando mayor importancia a sus intercambios comerciales con los mercados internacionales, puesto que estos favorecen a la ampliación de los beneficios derivados de acuerdos y tratados de libre comercio, lo cual contribuye para mejorar la calidad de vida de la ciudadanía, además de una forma de lucha contra la pobreza puesto que la producción para la exportación genera empleos sostenibles, extiende los beneficios y garantiza el crecimiento económico de la región.

A nivel nacional, el volumen agroexportable le permitió al Perú posicionarse en importantes mercados como Estados Unidos, Países Bajos, China, Corea del Sur entre otros (Ministerio De Agricultura Y Riego, 2019), posicionándolo en el quinto lugar a nivel mundial (Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior [SIICEX], 2021), por lo que las empresas peruanas gozan de un buen prestigio y buen posicionamiento.

Además hay que considerar que el Perú y Estados Unidos tienen un Acuerdo de Promoción Comercial (APC) el cual desde el 2009, ha permitido “potenciar el desarrollo económico del Perú a través del comercio, con expectativas de comercio nunca antes experimentadas, teniendo de forma consolidada un acceso perenne a mercados muy grandes” (MINCETUR, s.f., párr. 7).

La región Arequipa es una de las más importantes en la contribución económica del país; ya que el PBI de Arequipa alcanza los S/ 32 260 millones al cierre del 2019, equivalente a un crecimiento de 2,3% con relación al año 2018, aportando al 5,9% del PBI nacional lo que la ubica como la segunda economía más dinámica del Perú después de Lima. (PERUCÁMARAS, 2019)

Además, es considerada una región competitiva, según el Índice de Competitividad Regional donde ocupó el segundo lugar en el país, luego de Lima; sin

embargo, aún existe una brecha importante para lograr ser una región verdaderamente competitiva en el marco del contexto internacional. (IPE, 2019)

La región goza de una serie de actividades que impulsan su economía como lo son la Minería e hidrocarburos (con una participación de 35,6%), Otros servicios (16,4%) y Manufactura (10,4%), siendo el sector agropecuario una de las actividades que contribuye con el 5,5% del total de la región (PERUCÁMARAS, 2019), la cual dispone de una serie de herramientas como la oferta exportable de uvas, donde la región es competitiva; según una nota de prensa del Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú las exportaciones de uva de la región fueron superior a las 8 mil toneladas el periodo 2019-2020 (SENASA, 2020), donde además logró certificar 8 mil 300 toneladas de este producto para 24 mercados internacionales. (Gutiérrez Acero, 2020)

Estos factores denotan la importancia del estudio de las ventajas y estrategias competitivas de las empresas, las cuales contribuyen al potencial de exportación de la región, lo que constituye en sí una gran oportunidad para el intercambio comercial entre los países, además de esta integración de capitales podría contribuir a la generación de innovación en este sector, volviéndola más competitiva; en ese sentido, la investigación tiene criterio de prioridad y oportunidad para su ejecución.

Por ello, la investigación plantea la necesidad de un análisis de la competitividad regional, que aplique el Índice de Competitividad Revelada (IVCR) y el Índice de Ventaja Comparativa Revelada Normalizada (IVCRN), los cuales son indicadores fiables de la competitividad de un producto, en relación con los países importadores, esto además si consideramos el aporte que la competitividad tiene para el desarrollo de los países y el incremento de los ingresos de su población.

El uso de estos índices representa una gran ventaja puesto que para su desarrollo se requiere de las cifras de exportaciones al país importador y las exportaciones totales del país exportador hacia el mundo en función del producto y del sector de la producción, permitiendo cuantificar el grado de competitividad de un producto en función de sus valores de importación y exportación.

Es así que el objetivo de la investigación se propone en utilizar los índices mencionados para medir la competitividad de la Uva producida en la región Arequipa, en el principal mercado importador que es Estados Unidos, en el periodo 2010 – 2019.

1.2.1. Campo y Área de estudio

- Campo: Ciencias Jurídico y Empresariales
- Área: Ingeniería Comercial
- Línea: Negocios Internacionales – Exportación

1.2.2. Tipo de problema

El problema es descriptivo y analítico dado que vamos a explicar los acontecimientos ocurridos de los años 2010-2019 del producto de la Uva en el sector agropecuario y su implicancia en sus exportaciones.

1.2.3. Variables

Variable Independiente: Competitividad

Variable Dependiente: Oferta exportable de la uva

Tabla 1

Operacionalización de variables del proyecto

Variable	Indicadores	Sub Indicadores
Variable Independiente Competitividad de la uva	Índice de Ventaja Comparativa Revelada (IVCR)	Comportamiento exportador regional de la Uva Tendencias de mercado Ventaja comparativa
	Índice de Ventaja Comparativa Revelada Normalizada (IVCRN)	Comportamiento exportador regional de la Uva Tendencias de mercado
	Competitividad de las empresas	Cadenas de producción de la Uva Número de empresas exportadoras
	Estacionalidad de la producción	Volumen de producción Rendimiento de la producción
Variable Dependiente Oferta exportable de la uva de la región Arequipa 2010 - 2019	Valor FOB de las exportaciones del producto no tradicional (uva) en el sector agrícola	Exportaciones por valor y volumen Destino de las exportaciones Medios de transporte internacional

	Oferta exportable a nivel regional	Área sembrada Área cosechada Precios Cultura exportadora
	Demanda de uva a nivel regional en mercados extranjeros	Volumen importado en el mercado de destino Precios CIF de importación Acuerdos comerciales Países competidores

1.2.4. Interrogantes

1.2.4.1. Interrogante General

¿Cómo es la competitividad de la Oferta exportable de la Uva de la región Arequipa en el mercado de Estados Unidos, periodo 2010-2019?

1.2.4.2. Interrogantes Específicas

- ¿Cómo fueron las exportaciones del sector agrícola en la región Arequipa, durante el periodo 2010-2019?
- ¿Cómo fueron las exportaciones de la Uva en la región Arequipa en términos FOB, cantidad y precio?
- ¿Cuáles fueron los mercados de destino de la Uva en el periodo 2010-2019?
- ¿Cómo es el comportamiento de la demanda y oferta de la Uva, entre la región Arequipa y el mundo durante el periodo de estudio?
- ¿Cómo es la dinámica en base al Índice de Ventaja Comparativa Revelada en las exportaciones de Uvas en la región Arequipa?

1.3. Justificación

Las razones que justifican el problema de investigación son:

Porque es relevante socialmente. La producción y exportación de uva ayuda al desarrollo económico produciendo y generando trabajo en la sociedad; la uva es el primer producto agroexportable con una participación del 12% del total de las agroexportaciones peruanas por un valor de US\$ 818 millones (3 425 mil toneladas), superando a otros productos conocidos como el café, espárragos, mangos y cacao, llegando a posicionarse

como el segundo productor mundial con una alta tendencia a continuar creciendo. (Redacción Gestión, 2021)

Porque la investigación tiene una utilidad práctica. En efecto, la información que se obtendrá coadyuvará a la delimitación de estrategias orientadas al mejoramiento de forma progresiva y permanente de la oferta de la Uva en la ciudad de Arequipa, sobre todo, porque se brindará a las empresas interesadas el conocimiento acerca de los factores importantes que hacen de Arequipa una región competitiva respecto a dicho producto.

Porque la investigación contribuye a una mejor delimitación teórica y a la fomentación de mayor conocimiento referido al tema de la competitividad de la oferta en cuanto a la calidad y cantidad de la producción exportable de la Uva de la región Arequipa en el mercado de Estados Unidos, considerando que el estudio contribuirá al desarrollo de nuevas investigaciones; por ejemplo sobre la competitividad que poseen los productos exportados a países desarrollados lo cual constituye una ventaja competitiva para la región Arequipa y de esta manera lograr el crecimiento económico y extender los beneficios del Acuerdo Promocional Comercial, entre otros, mejorando la calidad de vida de la población; considerando también que el exportar a países que tengan niveles de desarrollo y competitividad más altos contribuirá a que la región pueda insertarse en mercados más rentables que aquellos locales. (Borda Rivera et al., 2006)

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo General

Analizar la Competitividad de La Oferta Exportable de la Uva de la Región Arequipa en el mercado de Estados Unidos, periodo 2010 – 2019.

2.2. Objetivos Específicos

- Analizar las exportaciones del sector agrícola en la región Arequipa, durante el periodo 2010-2019.
- Analizar las exportaciones de la Uva en la región Arequipa en términos FOB, cantidad y precio.
- Estudiar los mercados de destino de la Uva en el periodo 2010-2019.

- Examinar el comportamiento de la demanda y oferta de la Uva, entre la región Arequipa y el mundo durante el periodo de estudio.
- Examinar la dinámica en base al Índice de Ventaja Comparativa Revelada en las exportaciones de Uvas en la región Arequipa.

3. MARCO TEÓRICO

3.1. Marco Conceptual

- **Acuerdo**

Es la conformidad o arreglo al que llegan las personas, empresas o los Estados y que se ve reflejado en el trato de negociación de las partes (López Cobia, 2020).

- **Acuerdo comercial**

Se caracteriza por instaurar la cooperación y participación entre los miembros que integren un acuerdo comercial, además se encargan de reducir o eliminar los aranceles e influenciar en las barreras del comercio; en un acuerdo comercial se pueden tratar y discutir temas desde la propiedad intelectual, los derechos aduaneros, las diligencias administrativas de las mercancías y la legislación, a fin de plantear soluciones frente a las controversias comerciales. (López Cobia, 2020)

- **Agente de Aduanas**

Es un profesional que cumple un rol importante principalmente cuando ingresa mercancía a España, dado que es quien determinará el valor imponible e identificará la distribución adecuada, así también el agente de Aduanas debe estar muy bien preparado y capacitado para saber identificar aquellos productos que se encuentran en estado de restricción y los que están sujetos a cuotas. (¿Qué es un Agente de Compras o Agente Aduanero?, s.f.)

La misma web indica que todo agente de Aduanas debe ser conocedor sobre la estricta aplicación de la normativa aduanera y se debe mantener activo frente a algunas variaciones que se presenten en las leyes o reglamentos administrativos de la Unión Europea, además deben poseer un buen manejo y dominio acorde a temas paraduaneros.

- **Balanza de pagos**

Es el registro de los movimientos económicos y comerciales que se realizan entre diferentes países (Westreicher, 2016).

- **Certificado de Origen**

Se entiende como certificado de origen a una certificación en donde se especifica y se acredita el país de procedencia de creación o fabricación de un bien (Páez, 2020).

- **Competitividad Empresarial**

La eficacia es un concepto relativo a la capacidad de una organización para cumplir con su misión. Sin embargo, eficacia no implica eficiencia ya que una organización puede ser eficaz, pues cumple correctamente su misión, pero esto no implica que resulte eficiente, pues invierte grandes recursos en el logro de sus resultados económicos.

- **Contenedor**

Constituye una pieza importante para el traslado de mercaderías, se caracteriza por ser seguro y de fácil uso, este recipiente o caja ha sido diseñado para el transporte de carga pesada, se puede utilizar para todo tipo de trasbordo, debido a que ha sido diseñada para resistir altos impactos, dentro de sus cualidades destaca su rápida visibilidad. (Dirección Nacional de Aduanas, s.f.)

- **Cultura Exportadora**

Se centra en concientizar al empresario sobre la importancia y los beneficios que lleva consigo el exportar, tales como la inserción hacia un mercado internacional que le permitirá expandir su empresa y con ello lograr el crecimiento que toda empresa busca alcanzar, la cultura exportadora permite además que el empresario sea competitivo en el mercado en el que se desarrolle. (Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador, s.f.)

- **Competitividad**

El desarrollo de una Nación depende directamente de cuán competitiva sea, y para eso es imprescindible actuar bajo la orientación de las políticas macroeconómicas, institucionales y legales; sin embargo, la microeconomía también juega un rol importante debido a que ha sido parte del origen de la competitividad, además del avance tecnológico y la aplicación estratégica de las organizaciones.

- **Clúster**

Son un conjunto de instituciones, organizaciones o empresas que se encuentran vinculadas por desempeñar las mismas actividades productivas, estas pueden ser empresas interconectadas por su producción de bienes o servicios complementarios; el objeto de las clúster es que las instituciones o empresas interrelacionadas progresen simultáneamente, logren un mejor posicionamiento, se inserten en nuevos mercados, desarrollen o innoven nuevos mecanismos para su expansión, utilicen eficientemente los recursos de costos elevados y tengan acceso y facilidad a nuevas oportunidades. (Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias, s.f.)

- **Devolución de Impuestos de Importación. (Draw Back)**

Es el retorno de aquellos pagos que han sido efectuados como derecho de las importaciones de materias primas o productos y que se rigen según el Régimen Aduanero. El pago de impuestos de importación puede variar debido a que está sujeto a la legislación propia e interna de cada país. (Romboila, 2015)

- **Estacionalidad de la producción**

La temporalidad del año determina la estacionalidad de la producción y su importancia se sitúa en que permite predecir sobre la demanda a futuro de un producto, involucra todos los escenarios (Vermorel, 2011).

- **Exportación**

Se entiende por exportación al envío de todo producto, artículo o mercancía que se destina a un país extranjero, para su aprovechamiento y uso, al cual se le

denomina como país importador dado que es quien recibe; asimismo las importaciones y exportaciones posibilitan el manejo contable de cada país.

- **Índice de ventaja comparativa**

Expresa el costo de oportunidad de un bien o servicio y se determina según la producción de sus precios relativos, más no de los absolutos; dicho de otra manera, la ventaja comparativa de cada país se refleja cuando el coste de producción de un país A es más bajo que el coste de producción de un país B. (Sánchez Galán, 2015)

- **Índice de Ventaja Comparativa Revelada (IVCR)**

Los países con ventaja comparativa revelada son aquellos que se caracterizan por poseer cualidades de exportación altamente especializadas, distinto al resto de países, su cálculo se centra en diferenciar la participación de un producto que se exporta en un país, en términos de la exportación de los demás países de alrededor del mundo. (Ventaja Comparativa Revelada, s.f.)

- **Índice de Ventaja Comparativa Revelada Normalizada (IVCRN)**

A diferencia del IVCR, el IVCRN mide el nivel de la ventaja comparativa que posee un país en sus exportaciones sobre los demás países, pero en su estado de neutralidad, en otras palabras, este es un índice más completo y conveniente para medir las exportaciones entre países y realizar su comparativa. (Yu et al., 2010)

- **Investigación de Mercado**

Es la recolección y análisis de información de un nicho de empresas, que se realiza de forma periódica; asimismo la investigación de mercado es un mecanismo importante para las organizaciones porque permite recabar información relevante y adecuada de una empresa de interés y esto permite diseñar y elaborar las estrategias oportunas que ayuden al crecimiento de las empresas, es decir ayudan con la toma de decisiones. (Centro de Estudios Financieros, s.f.)

- **Niveles de inversión**

La inversión es colocar una cantidad de dinero en una empresa para que genere beneficios económicos y ganancias. Sin embargo invertir en una empresa trae consigo ciertos riesgos que se podrían contraponer al momento de invertir, pero al mismo tiempo ofrece oportunidades; el riesgo se produce desde el momento en que se invierte cierta cifra monetaria, debido a que no existe la certeza de si el monto invertido generará algún retorno y ganancia, mientras que en la oportunidad se espera que el dinero invertido regrese pero con gran utilidad; por otra parte existen tres tipos de variables que forman parte importante del proceso de inversión y estas son: a) el rendimiento esperado, es el resultado positivo o negativo producto de la inversión, b) el riesgo aceptado, es la inexactitud o intriga que se obtendrá de la inversión y c) el horizonte temporal, se refiere al tiempo proyectado en que la inversión tendrá resultados, puede ser a corto, mediano y largo plazo.

- **Oferta Exportable**

Es la consolidación de los productos que van a ser destinados hacia un mercado potencial, por lo tanto, la capacidad financiera, económica y de gestión son parte de las exigencias de una oferta exportable. a) Capacidad económica y financiera, las organizaciones deben tener los medios suficientes para proveer todos los gastos que implique la exportación. Además, sus costos deben ser competitivos en el mercado y la b) Capacidad de Gestión, es la capacidad de manejo que toda empresa debe poseer, además de las actitudes como empresa exportadora. (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, s.f.)

- **Producto Bruto Interno**

Es una estimación que mide la producción total de los bienes y servicios finales de un país en un tiempo determinado; este indicador sólo considera el valor de aquellos productos y servicios que son destinados directamente hacia el consumidor final, es decir no mide el valor de los productos y bienes de consumo intermedio.

- **Valor FOB**

Es un acuerdo comercial que se realiza en las transacciones, este acuerdo se caracteriza porque el comprador es quien asume los gastos de transporte y seguro, dicho en otras palabras, el país de origen es quien cubre estos costos. La transacción finaliza cuando el producto llega a su destino final y es parte importante de esta etapa el vendedor porque es la persona responsable del cierre, una vez que el vendedor entregue los productos su estado cambia a libre de obligaciones que se puede visualizar en los contratos o acuerdos del valor FOB.

- **Valor CIF**

Son los costos que asume el vendedor como parte del acuerdo de compraventa, estos costos son de transporte, que pueden ser a través de la ruta marítima o fluvial y terrestre. Además de estos costos el vendedor está en la obligación de coberturar los costos del seguro, por deterioro o extravío de la mercancía.

- **Ventaja Comparativa**

La Ventaja Comparativa es la cualidad que le diferencia a un país del otro al momento de producir o fabricar un bien, esto significa que la ventaja va a ser parte de aquel país que produzca los mismos bienes que el resto de países, pero utilizando recursos a un menor costo. La Ventaja Comparativa permite además que los países se especialicen en la fabricación sólo de aquellos bienes en los que destacan y en los que se diferencian, en tanto que se aproveche la ventaja Comparativa de cada país para contribuir con el crecimiento productivo de los países. (Sánchez, 2015)

3.2. Base Teórica

3.2.1. Descripción del producto

La uva es un fruto que pertenece al grupo de las Vitáceas, existen alrededor de 600 variedades de arbustos, se caracteriza por tener un aspecto redondo y por ramificarse o crecer adherido a ramas, además crece en climas cálidos, de las cuales se pueden identificar cerca de 20 tipos que son cultivados por el ser humano, sus frutos y hojas son valiosas porque son consumidas para la alimentación de las personas.

3.2.2. Generalidades

Las uvas tienen un tamaño reducido y son dulces, se pueden emplear para la elaboración del vino y del vinagre. Hay distintos tipos y colores de uvas y estas pueden ser: negras, amarillas, anaranjadas, doradas, moradas, purpuras y rosadas; la coloración que van tomando las uvas dependen de una sustancia denominada antocianina. La denominación científica que recibe la uva es *Vitis vinifera*, mientras que su nombre universal en el lenguaje español es Vid, Parras y Uva de Mesa; sin embargo, en otros países es reconocida por diferentes nombres, distintos a los antes mencionados, tal como se puede apreciar en la Tabla 2.

- Nombre científico: *Vitis vinifera*
- Nombre vulgar en español: Vid, Parras, Uva de Mesa
- Nombres vulgares en otros idiomas:

Tabla 2

Nombres de la Uva en otros países

País	Nombre común	País	Nombre común
Estados Unidos	Grape o Grapevine	Países Bajos	Druif
Italia	Uva, Vite	Portugal	Vide, Uva
Alemania	Traube, Weinstock, Winrebe		
Francia	Vigne, Raisin		

Fuente: Asociación Macrorregional de Productores para la Exportación (2018).

- Su mejor época: Las uvas empiezan a florecer durante la época de verano y hasta iniciar la temporada del invierno, una vez que las uvas se encuentren totalmente maduras se puede iniciar con el proceso de recolección y según su tiempo de

maduración estas se pueden consumir en la temporada de otoño y a comienzos de invierno.

- Características:
 - Forma: Es un fruto de aspecto redondo, ovalado que crece compacto a las ramas de los arbustos, de fruta carnosa que nace apiñada en largos racimos compuestos por varios granos redondos o alargados.
 - Tamaño y peso: En promedio miden 1,6 centímetros de largo y de peso entre 200 a 350 gramos, para su venta su tamaño y su peso deben estar sujetos a la normativa de calidad vigente.
 - Color y sabor: Existe diversidad de uvas por lo tanto no hay un color específico, su color va a variar según el grupo al que pertenezca, además de tener sabor jugoso y dulce.
- Propiedades nutritivas: Sus propiedades y sus beneficios están estrechamente relacionadas al tipo de uva al que corresponda, en otras palabras, la composición de las uvas blancas no es iguales al de las uvas negras; sin embargo, existen ciertas similitudes en sus componentes, como, por ejemplo, las uvas blancas y negras se caracterizan por ser dulces, por lo tanto, ambas son ricas en fructosa y glucosa, no obstante, la diferencia consiste en las cantidades de nutrientes que ambas dispongan.

Por su parte la uva blanca goza de mayores cantidades de nutrientes y vitaminas que la uva negra y entre los nutrientes que destacan está el ácido fólico y vitamina B6, respectivamente, pero además contiene mayor cantidad de magnesio y calcio, mientras que la uva negra solo contiene más minerales, tal como el potasio.

Tabla 3

Valores Nutricionales de la Uva

Calorías	63-67
Hidratos de carbono ^a	16.1 – 15.5
Fibra ^a	0.9 – 0.4
Potasio ^b	250 – 320
Magnesio ^b	10 – 4
Calcio ^b	17 – 4
Vitamina B6 ^b	0.1 – 0.1
Provitamina A ^c	3 – 3 ^a
Ácido fólico ^c	16 – 26

Fuente: Asociación Macrorregional de Productores para la Exportación (2018).

Nota.

^a Gramos ^b Miligramos ^c Microgramos

Por otro lado, debido a la alta concentración de azúcares que posee, su composición en calorías es elevada. Es importante mencionar que las uvas que se producen en regiones de clima frío albergan menos cantidad de azúcares comparado con las uvas que se cultivan en climas más tropicales.

Las uvas almacenan gran cantidad de sustancias favorables para la salud y así como la antocianina es responsable de su pigmentación de las uvas, los flavonoides y los taninos son quienes le otorgan un olor agradable e intervienen en la textura. Es preciso señalar que las uvas en su estado de fermentación se convierten en pasas y son 4 veces más calóricas que en su condición de uvas frescas, sin embargo, son grandes almacenadoras de energía por lo que proveen de grandes beneficios a quienes lo consumen. Respecto de sus compuestos nutricionales, las uvas frescas y las pasas contienen gran proporción de nutrientes, sin embargo se ha demostrado que estos son más densos en las uvas frescas, asimismo las uvas refuerzan el sistema inmunológico, puesto que contienen vitaminas como: el ácido fólico, vitamina B6 y potasio, entre otras; el ácido fólico ayuda a la producción de glóbulos rojos y blancos, mientras que la vitamina B6 se encarga del correcto funcionamiento del cerebro y al mismo tiempo de mantener un buen metabolismo y el potasio interviene en el movimiento de la musculatura.

- Clases y variedades: Las variedad y clasificación de las uvas en países en donde la tecnología está más inmersa en el proceso de producción, son: a) para mesa, b) para vinos, c) para pasas y d) para jugos.

En tanto que en Perú solo se clasifican en 3 grandes grupos, estos son: a) para mesa, b) para vinos y piscos y c) para pasas.

Respecto del tipo de uva que se utiliza para mesa, estas pueden ser con y sin semilla, es decir la uva blanca puede contener semillas (Superior seedless, Thompson seedless) y de igual forma las pigmentadas (Red Globe), pero además se pueden utilizar las que no tienen semillas.

En relación de las uvas para la elaboración de vinos, estas se clasifican según el tipo de vino, es decir:

Para vinos tintos y rosados se pueden emplear: Quebranta, Malbeck, Rudy Cabernet, Carignan, Sauvignon; para vinos blancos: Sauvignon Blanc Pinot blanco, Albilla, Torontel; para pisco: Quebranta, Italia, moscatel, negra corriente, albilla; y para Pasas: Italia y Thompson seedless.

- Reproducción: Su reproducción es por semillas, en otros términos, tiene una reproducción sexual, por lo que se propaga por estacas, acodos e injertos, es decir a partir de un tejido de la planta, tal como se explica a continuación:
 - Estacas: Es frecuente que el tamaño de las estacas no superen los 30 a 40 centímetros de largo, sin embargo algunas veces su longitud puede ser alterado por el número de yemas para injertar, esta variación puede ser entre 3 a 6 centímetros; existen diferentes tipos de estaca, como la estaca pata de mula, en crucera o martillo y las simples, las estacas de pata de mula son recomendables principalmente cuando se van a emplear en viveros, mientras que en aquellos lugares de clima frío y suelos arenosos es recomendable utilizar estacas de longitud no muy extensas; lo opuesto ocurre para climas cálidos y suelos rocosos, dado que ahí es más eficiente emplear una estaca más larga.
 - Acodos: Los acodos subterráneos o mugrones, son los que destacan en este tipo de práctica, esta es una forma de reproducción que se emplea para

aquellos cultivos que no son de fácil arraigamiento; existen dos tipos de acodos que son simple o derecho o guyot o invertido, la forma de aplicación de este método de reproducción es utilizando la tierra para cubrir las yemas injertadas para que de esta forma se puedan multiplicar sus raíces.

- Injertos: Los injertos que se utilizan con mayor frecuencia en la vid son:
(a) Ingles de doble lengüeta, (b) Hendidura simple doble y llena Escudete, (c) Candillac y (d) Canutillo.

El cultivo de la vid se caracteriza porque su reproducción es a través del injerto, debido a que acorta el tiempo de maduración de aproximadamente entre 2 a 3 años, además se consiguen plantas resistentes a la filoxera. Por otra parte, las raíces de la vid americana son más fuertes al de las raíces europeas y es por eso que muchas veces, estas últimas, no logran sobrevivir al ataque de la filoxera.

- Plantación del viñedo: El clima es uno de los factores importantes para realizar el proceso de cultivo de las uvas; en lugares de climas cálidos se puede dar inicio a la plantación finalizando el mes de mayo hasta el mes de agosto, sin embargo, en las ciudades con temperaturas elevadas la temporalidad de cultivo varía, dado que se retrasa su plantación hasta que inicie la temporada de primavera

La temperatura idónea para el cultivo de las uvas, debe ser un clima mixto, es decir, no muy frío ni muy caliente, esto porque si se cultiva en climas con alta exposición al sol puede perjudicar a la planta al extremo de quemar las ramificaciones, otro factor que interviene en este proceso son los sistemas de plantación y al mismo tiempo la consistencia de plantación. Esto significa que la longitud de la hondura que va adoptar el plantío va a depender de cuán consistentes sean los suelos y además del tipo de clima, por ejemplo, en aquellos lugares con temperaturas cálidas su altura de profundidad de plantación puede variar de 30 a 40 centímetros; sin embargo, en climas de temperaturas bajas solo se debe tener una profundidad entre 20 hasta un máximo de 25 centímetros.

- Poda: En la poda se deben apartar los residuos del ciclo vegetativo de la vid, así como eliminar algunas ramificaciones restantes de la planta; esta etapa del cultivo se puede reforzar con la práctica del raleo que consiste en la remoción y limpieza de los manojos de la planta.

- Sistema de conducción: Los sistemas de conducción más importantes en el cultivo de la vid son tres y estos son: (a) Sistema de Contra Espaldera, (b) Sistema de Espaldera y (c) Sistema de Parrales. En el Sistema de Contra Espaldera y Espaldera su carga se realiza a una altura de 1,5 metros, en ambos casos, pero además de estas similitudes existen también ciertas diferencias entre ambos tipos de sistemas y es que en el Sistema de Conducción de Contra Espaldera frecuentemente los manojos se van expandiendo hacia los lados verticales mientras que en el Sistema de Conducción de Espaldera los racimos están sostenidos en paredes pequeñas, posibilitando que su carga se realice solo de frente y por un solo costado.
- Fertilización: En la fertilización se utilizan el N(nitrógeno), P (fósforo) y K (potasio); es importante el uso del nitrógeno porque propicia la rápida aparición de las hojas de la planta y además refuerza los componentes de los nutrientes; el fósforo regula el desarrollo de la vid, protege las raíces y les da solidez a las flores y por último el potasio es el responsable de incrementar los niveles de resistencia frente a las plagas.
- Riegos: El riego es una de las etapas más importantes en la plantación de la vid, por lo tanto resulta vital regar el cultivo hasta en 4 tiempos, sin embargo el proceso de regadío no debe superar las 8 horas por cada hectárea; las fases de regadío se dividen en 4, la primera fase está orientada en estimular la expansión del abono y lograr la rápida aparición de las yemas, en la segunda fase o etapa de floración se busca conseguir una buena resistencia en las plantas, la tercera fase del riego es para mantener el brote del fruto y finalmente la cuarta fase es para lograr conservar todo el proceso de plantación.
- Plagas: Es frecuente la aparición de plagas principalmente la filoxera, gusanos, polillas, erinosis, trips y todo tipo de insectos dispuestos a invadir el cultivo.
- Enfermedades: Destacan el Oidio, Mildiu, Botritis, Gris, Yesca, Eutipiosis, Negrilla, Virosis, entre otros.

3.2.3. Ficha Técnica

Tabla 4

Ficha Técnica de la Uva

Familia	Vitaceae
Centro de Producción	Entre el mar Caspio y Asia Menor
Zonas de Producción	Ica, Lima, Arequipa y Tacna
Periodo Vegetativo	Planta permanente con producción anual, la cual sucede desde el tercer año de plantación.
Varietades Principales	Italia, Cardinal, River, Quebranta, Thompson y Flame
Requerimiento de Clima	Tropical y Subtropical (7-24°C, 70-80% humedad)
Suelo Apropriado	Franco – arcillosos
Propagación	Sexual (semillas) y asexual (estacas, acodos e injertos)
Aspectos Agrotécnicos	
Preparación del Terreno	Hoyos de 0,4 x 0,4 metros, profundidad 60cm, con material orgánico, mullidos y nivelados.
Época de Plantación	Agosto y Setiembre
Densidad	2m entre plantas y 3m en hileras.
Fertilización	Una dosis, variando del tipo y variedad de planta, el clima y suelo
Labores Culturales	Podas, deshierbe y quitado de malezas
Cosecha	
Índice	Al existir balance entre acidez y dulzura, se debe de seleccionar bien los racimos dañados.
Época	Enero – abril
Post-cosecha	Conservación a temperatura de 0° C

Fuente: Asociación Macrorregional de Productores para la Exportación (2018).

3.2.4. Partida Arancelaria

En la Tabla 5 se detallan las partidas arancelarias de la Uva y sus derivados en el país, según el Arancel de Aduanas.

Tabla 5

Partidas Arancelarias de la Uva

Producto	Partida Arancelaria
Uvas frescas	0806.10.00.00
Uvas pasas	0806.20.00.00
Jugo de uva	2009.60.00.00
Aguardiente de Orugo de uva	2208.20.30.00

Fuente: Asociación Macrorregional de Productores para la Exportación (2018).

3.2.5. Costos de producción

Existen múltiples factores que van a influenciar en el costo de producción de la Vid, por lo tanto para determinar su costo total es importante conocer cuáles son las herramientas que utiliza cada agricultor, por ejemplo los tipos de sistemas de conducción que este emplea, en ese sentido no se puede estandarizar el costo de producción total, sin embargo se puede realizar una estimación de precios, por ejemplo en términos generales, el costo de instalación podría costar entre US\$10 000 hasta US\$14 000 por hectárea, esta variación de costo está sujeta al tipo de sistema de riego que utilice el agricultor, por otro lado respecto al mantenimiento del viñedo, el costo asciende a US\$3 000 dólares por hectárea, es importante precisar que este costo es variable dado que se va a modificar en el transcurso de los años, este costo podría llegar hasta un máximo de US\$5 000 dólares; además de estos costos, existen otros más lo que aumentaría la suma. Por último, se entiende que el costo de producción de la Vid requiere de grandes inversiones, lo que dificulta el fácil acceso a los agricultores.

3.2.6. Manejo pre embarque de la uva

- Recepción y Saneamiento:

En esta etapa se realiza la limpieza del fruto eliminando todos los materiales que de alguna manera impactan negativamente en la presentación de este, su calidad

o modifique de alguna manera el peso del producto; para ello es necesario de un espacio físico que tenga las condiciones de salud e higiene adecuadas, además de equipos, personal y agua de alta calidad, asimismo, el sistema para la eliminación de los residuos debe de trabajar de forma eficiente; finalmente en esta etapa la bodega debe de contar con un saneamiento adecuado.

- Selección del producto:

Todas las uvas que se cosechen deben de ser revisadas para que la sección que empaca pueda seleccionar la fruta que se adapta a los requisitos de los países destino en cuanto de su calidad y sanidad, además de que se debe de hacer una selección adecuada entre aquellas que son para el consumo frescas y las que se orientan a la producción industrial.

- Clasificación:

Las uvas son seleccionadas por su tamaño, coloración y firmeza, de esta manera debe de existir uniformidad entre el producto que se va a vender y lo que los compradores exigen.

- Pesaje:

Cuando se tiene el producto seleccionado y clasificado se debe de colocar en su contenedor adecuado, estos pueden ser de Tecnopor (una libra), el cual se coloca en un empaque mayor que puede contener hasta 18 unidades, los cuales, según su tipo pueden estandarizarse a tres tipos de pesos 7, 8.2, 9 y 12,5 Kilogramos.

- Empaque:

De acuerdo al mercado a donde se dirijan, las uvas se colocan en los empaques necesarios, para los Estados Unidos son en cajas de 18 libras, en las que se coloca un generador de anhídrido sulfuroso que evita el crecimiento de organismos externos que puedan dañar la fruta.

- Paletizado:

Estas cajas se almacenan en pallets de madera de acuerdo al siguiente número:

Tabla 6

Paletizado de los envíos de la Uva

Empaque ^a	Peso	Presentación	Embalaje ^d
Frigolit	9 ^b	9-10 Bolsas individuales tipo V-shape, ziploc, slider	72
Cartón	8,2 ^b	9-10 Bolsas individuales tipo V-shape, ziploc, slider	90
Cartón	20 ^c	4 clamshell	75
Plástico	9 ^b	10 bolsas individuales	102

Fuente: Asociación Macrorregional de Productores para la Exportación (2018)

^a En cajas ^b Kg. ^c Lb. ^d Corresponden a cajas/pallet

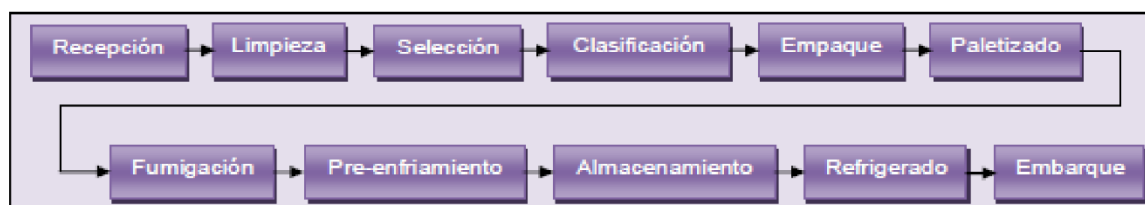
- Fumigación:
Aquí se hace un tratamiento con fumigantes para eliminar posibles insectos.
- Preenfriamiento:
En esta sección se procede a enfriar el producto para conservar la cadena de frío que permita su conservación por mayor tiempo.

La uva se debe de almacenar en cámaras que mantienen la temperatura del aire entre los -5°C y -7°C , lo que permite que la fruta se mantenga a una temperatura cercana a los 0°C , con una humedad relativa entre 85% y 95%.

- Almacenamiento y Refrigerado:
Tal como el producto es delicado, su transporte debe ser realizado con sumo cuidado, de esta manera se procura que no se rompa la cadena de frío, además de generar daños adicionales a sus frutos.

Figura 1

Proceso de Almacenamiento y Refrigeración de la Uva

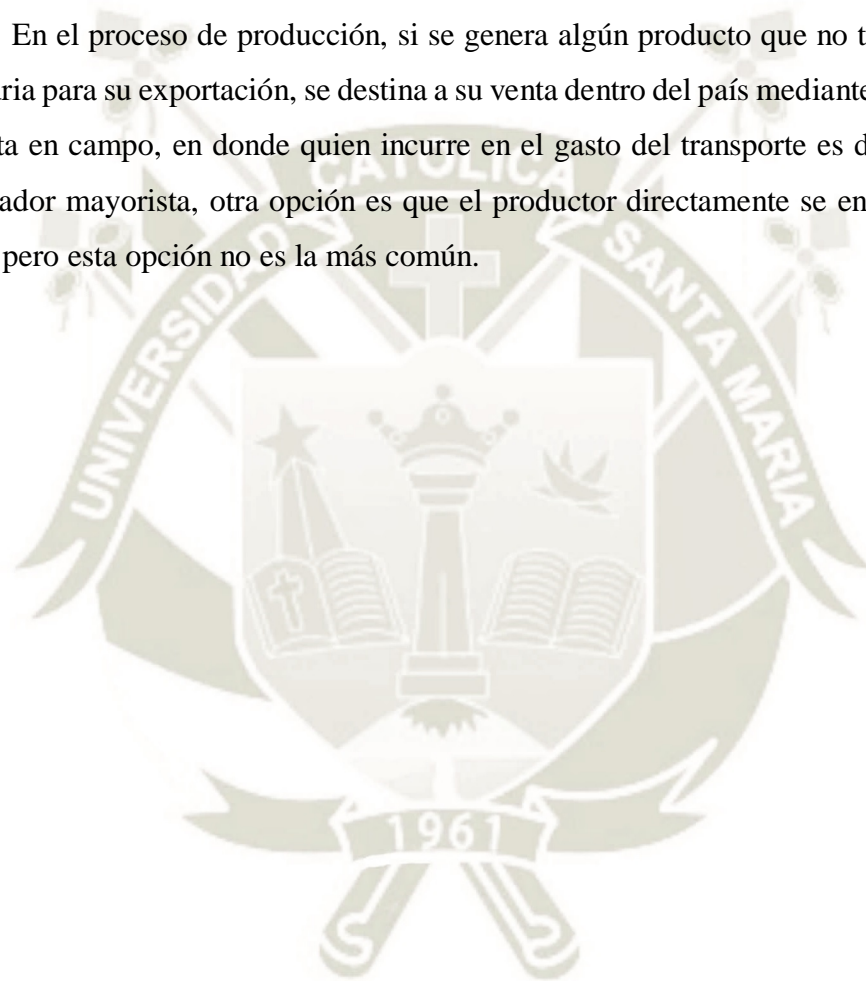


Fuente: Asociación Macrorregional de Productores para la Exportación (2018).

3.2.7. Comercialización de la uva

Para su exportación, el contacto se realiza directamente entre los productores y las empresas que realizan la comercialización en cada localidad, con lo que vendría a ser un representante o bróker internacional; este finalmente es quien recepciona el fruto en calidad de concesión para destinarlo en los comerciantes mayoristas y minoristas de cada país.

En el proceso de producción, si se genera algún producto que no tiene la calidad necesaria para su exportación, se destina a su venta dentro del país mediante canales como la venta en campo, en donde quien incurre en el gasto del transporte es directamente el comprador mayorista, otra opción es que el productor directamente se encargue de esta venta, pero esta opción no es la más común.



3.2.8. Índice de Ventaja Comparativa

Para el análisis del presente estudio se consideró dos indicadores de desempeño competitivo planteado por Balassa (1965) que es el Índice de Ventaja Comparativa Revelada y por Yu et al. (2010) que es el índice de Ventaja Comparativa Revelada Normalizada.

- Índice de Ventaja Comparativa Revelada (IVCR)

El IVCR de un determinado producto de un país en un mercado específico utiliza la siguiente relación:

$$VCR = \frac{\frac{X_i^k}{XT_i}}{\frac{X_w^k}{XT_w}}$$

Donde X_i^k son las exportaciones del producto k por el país i al mundo, XT_i exportaciones totales por el país i al mundo, X_w^k exportaciones del producto k del mundo (w) y XT_w las exportaciones totales del mundo (w).

Si el IVCR obtenido finalmente es superior a cero ($IVCR > 0$), se interpreta como que existe una ventaja para el país y el producto analizado, de manera que se puede determinar si este país representa competitividad en el mercado mundial; por otro lado, si el IVCR es menor que cero ($IVCR < 0$) se concluye que hay una desventaja comparativa para el país y el producto (Balassa, 1965); sin embargo, de presentarse este último resultado, no significa que el país no tenga un potencial suficiente para ser competitivo, sino que las ventajas comparativas no son aún suficientes.

Si este indicador se incrementa (disminuye) en el tiempo, el crecimiento del comercio del producto en estudio es positivo (negativo) en términos relativos a los demás productos y con respecto al resto del mundo.

Según Arias Segura y Segura Ruíz, (2004). al interpretar este índice en función de las frutas en Latinoamérica, el resultado fue de 1,68, lo que significa que este sector presenta una ventaja cercana al doble en función del comercio con los otros productos considerados en este cálculo, este indicador además permite que la comparación pueda hacerse entre países, según los requisitos del investigador.

- Índice de Ventaja Comparativa Revelada Normalizada (IVCRN)

Benedictis y Tamberi, (2001) mencionan que dada la complejidad el índice de VCR propuesto por Balassa, es que se ha propiciado la generación de varias versiones para su aplicación; en ese sentido la opción más adecuada para determinar esta ventaja comparativa de una forma más consistente es por medio del índice de VCR Normalizada (VCRN), el cual permite comparar productos, el país y el tiempo.

La normalización del IVRCN en términos del total de exportaciones, X, convierte al IVCRN en un indicador más apropiado para realizar comparaciones entre países y productos (Yu et al., 2010)

Considerado lo anterior, entonces el IVCRN permite mejorar su análisis, el cual se normaliza a un máximo de 1 y a un valor mínimo de -1, de la siguiente forma:

$$VCRN = \frac{IVCR - 1}{IVCR + 1}$$

Los índices determinados se encontrarán en un rango de 1 y -1, donde valores entre +0,33 y +1 consideran que existe ventaja comparativa para el país; por lo que el comercio con el país analizado es favorable; en tanto que si se obtiene valores entre -0,33 y -1 estarían reflejando desventaja comparativa para el país, y con -0,33 y +0,33 muestran una tendencia hacia un comercio intra producto, es decir, a intercambiar productos en el mismo grupo tecnológico (Duran Lima & Álvarez, 2008).

3.3. Antecedentes de la investigación

Quispe Huaranca, (2017) en su tesis “EXPORTACIÓN DE UVA RED GLOBE PERUANA A ESTADOS UNIDOS, PERIODO 2006 – 2015”, indica que la exportación de la uva Red Globe peruana hacia los EE. UU en el periodo de estudio ha tenido una tendencia positiva de un 26%, con un volumen de 69 mil 009 TM. Lo cual representa que el valor de exportación de esta uva en el periodo 2006-2015 ha tenido una tendencia creciente con un 28 % en un monto de 202 839 miles dólares americanos.

Gonzales Bernal et al., (2005) en la tesis titulada “DIAGNÓSTICO DE LA UVA DE MESA PERUANA DE EXPORTACIÓN ORIENTADO A LA COMPETITIVIDAD: LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS”, analiza la situación de la

exportación de la uva de mesa peruana, esto lo desarrolla con la descripción de las características del producto, una revisión de medio ambiente internacional donde selecciona los principales exportadores, además de cuáles son las economías que compran directamente este producto. Utiliza los enfoques económico, político, social y climático alrededor de la producción y exportación del Perú; además determina como es la presión de la competencia mediante la teoría de Porter, y sus factores que permiten el éxito de este producto a nivel internacional.

Valencia Sandoval y Duana Ávila, (2019) en la investigación titulada “LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO DE UVA EN EL MERCADO INTERNACIONAL Y EN ESTADOS UNIDOS: EL CASO DE MÉXICO Y PERÚ”, donde analiza el grado de competitividad de ambos países en función de los Estados Unidos y el mundo, utilizando el Índice de Ventaja Comparativa Revelada y Ventaja Comparativa de Exportaciones, los cuales complementaron con el Análisis de Participación Constante en el Mercado (CMS) hallando que a pesar de que México es uno de los proveedores más importantes que tiene el mercado norteamericano, en lo relacionado a la comercialización de uva, es el Perú quien se posiciona como con mayor competitividad, teniendo además una mejor perspectiva a futuro; finalmente en las recomendaciones indican ampliar este estudio a otros mercados como el europeo y asiático de manera que se pueda extender sus fronteras de crecimiento para los dos países.

Minaya Mendoza (2014) en la tesis titulada “VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA UVA DE MESA Y SU EXPORTACIÓN AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS 2008- 2013” desarrolla un análisis de cómo las estrategias de competitividad aplicadas a la uva de mesa para el mercado norteamericano, encontrando como resultados que existen ciertas ventajas competitivas como el liderazgo de costos, una buena diferenciación del producto, y un enfoque adecuado para su posicionamiento en el mercado de los Estados Unidos.

Huamán Lupú y Márquez Morante, (2019) en la tesis titulada “COMERCIO INTERNACIONAL DE UVA DE MESA, UTILIZANDO EL MODELO DE PORTER EN LA REGIÓN PIURA, PERIODO 2014-2018”, utilizan el modelo de Porter para realizar un análisis del comportamiento, propiedad y clasificación de la uva, mediante el uso de los factores como la demanda, afinidad de sectores, apoyo, estrategia, estructura y

confrontamiento entre las empresas, desarrollando un perfil del estado actual de la uva en la Región de estudio.

Tras recopilar la información requerida, concluye que el comercio internacional de uva de mesa, utilizando el modelo de Porter permite conocer los determinantes de la ventaja competitiva nacional para luego identificar las fortalezas del producto en estudio.

En conclusión, basado en las investigaciones anteriores hasta el momento, nos atrevemos a considerar factible la relación de las variables de estudio y por ende la importancia de la investigación en el producto considerado.

4. HIPÓTESIS

Se establece la siguiente hipótesis:

DADO QUE: no se logra precisar si la región Arequipa posee un gran dinamismo en las exportaciones de Uvas, para determinar si cuenta con la competitividad de la oferta exportable de este producto para el mercado de Estados Unidos, periodo 2010 – 2019;

ES PROBABLE QUE: mediante un análisis de Índices de competitividad de la oferta exportable de Uva de la región Arequipa, se pueda establecer la existencia de factores tanto internos como externos que limitan una competitividad en la región, se proponga soluciones al crecimiento exportador, y por ende un mayor crecimiento económico en la región de Arequipa.



CAPÍTULO II ASPECTOS METODOLÓGICOS

1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

La técnica que se utilizará para la obtención de datos tanto para la variable dependiente como para la variable independiente será la observación documental. Se hará uso de información primaria y secundaria, por medio de la verificación y comportamiento de la variable independiente, que es la competitividad de uvas frescas. Asimismo, consistirá en datos, cuadros estadísticos y bibliográficos tales como, información secundaria de los reportes que brindan las instituciones acreditadas en economía y negocios internacionales, adicionalmente información de fuentes de las páginas web de organismos nacionales como el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU), SIICEX, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), Asociación de Exportadores (ADEX), MIDAGRI y de organismos internacionales tales como TRADEMAP, VERITRADE.

Tabla 7

Técnicas de Recopilación de Datos

Variable	Indicadores	Técnica	Instrumentos
Variable Independiente Competitividad de uvas frescas	a. Valor FOB de las exportaciones del sector	a. Observación documental y recolección de datos	a. Datos estadísticos
	b. Valor FOB de las exportaciones no tradicionales.	b. Observación documental y recolección de datos	b. Datos estadísticos
	c. Índice de ventaja comparativa por subsector	c. Observación documental y recolección de datos	c. Datos estadísticos
	d. Estacionalidad de las exportaciones.	d. Observación documental y recolección de datos	d. Análisis del documento
	e. Países de destino	e. Análisis y síntesis de datos	e. Datos estadísticos
	f. Número de empresas	f. Análisis y síntesis de datos	f. Datos estadísticos
	g. Partidas arancelarias	g. Análisis y síntesis de datos	g. Datos estadísticos
	h. Cultura exportadora	h. Observación documental	h. Análisis del documento

Variable	Indicadores	Técnica	Instrumentos
Variable Dependiente Oferta exportable de la uva de la región Arequipa 2010-2019	a. Producción Bruta Interna (PBI)	a. Análisis, síntesis y recolección de datos	a. Datos estadísticos
	b. Producción Bruta Interna por sector	b. Observación documental y recolección de datos	b. Datos estadísticos
	c. Porcentaje de variación del PBI	c. Análisis y síntesis	c. Documento
	d. Competitividad de las empresas	d. Análisis, síntesis y recolección de datos	d. Datos estadísticos
	e. Clústeres	e. Análisis, síntesis	e. Documento
	f. Inversiones en el sector	f. Observación documental y recolección de datos	f. Datos estadísticos
	g. Niveles de empleo	g. Observación documental y análisis de datos	g. Documento

1.1. Estructura de los instrumentos

Como fuentes primarias

- Fichas de observación
- Cédula de observación
- Cámara fotográfica

Como fuentes secundarias

- Fichas bibliográficas

2. CAMPO DE VERIFICACIÓN

2.1. Ámbito:

El estudio será realizado en la Región Arequipa – Perú.

2.2. Temporalidad: (Longitudinal)

El periodo tomado en cuenta para dicha investigación comprende los años 2010 al 2019.

2.3. Unidad de estudio

Las unidades de estudio están compuestas por las empresas de Arequipa que se dedican a la exportación de Uva Fresca.

3. ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Primero: se realizará la búsqueda de información de la variable independiente, la cual es la Competitividad de Uvas frescas. Así mismo, sobre toda la información de los indicadores, tales como área sembrada, volumen de producción, etc., que nos llevará a determinar la oferta de Uva que posee Arequipa y años de estudios, para luego procesarlas en hojas de Excel.

Segundo: Buscaremos información sobre el volumen importado en el mercado de destino, investigando en las páginas web de Exportaciones filtrando por información con la palabra clave exportaciones de Uva al mercado de Estados Unidos, extrayendo la información, publicaciones relacionadas con la variable dependiente de investigación. Se consultaron varias fuentes de información como en el MEF, INEI, BCRP, páginas web, etc. Para posteriormente filtrar en una página Excel y elaborar gráficas y cuadros con registros de información anual.

Todas estas técnicas e instrumentos se utilizaron con el fin de alcanzar una máxima calidad de información que permitió tomar decisiones acertadas y así tener la posibilidad de analizar e interpretar de mejor manera los resultados.

Para la presente investigación se tiene como población a toda la información disponible sobre las exportaciones, del periodo comprendido entre 2010 al 2019; sin embargo, será necesario en algunos casos considerar muestras (muestreo estadístico), tales como los principales productos exportados, el PBI del sector, los principales países de destino de nuestras exportaciones, etc.

3.1. Recursos necesarios

3.1.1. Humanos

Investigadoras:

- De los Reyes Villegas, Juana Raquel
- De los Reyes Villegas, Verónica Ximena

3.1.2. Materiales

- Material de escritorio (lapiceros, hojas bond)

- Computadora, Laptop
- Una impresora a tinta
- Conectividad a Internet
- Memoria USB
- Cartuchos de tinta blanco y negro y a color
- Libros físicos y virtuales
- Artículos de investigación virtuales

3.1.3. Financieros

Tabla 8

Estimación de Costos para la Investigación

Concepto	Unidades requeridas	Costo unitario ^a	Costo total ^a
Energía eléctrica	3 ^b	40,00	120,00
Conectividad a Internet	3 ^b	50,00	150,00
Llamadas telefónicas	3 ^b	50,00	150,00
Útiles de escritorio	-	20,00	20,00
Total			440,00

Nota.

^a En Soles (S/.) ^b En meses

Éste trabajo de investigación es financiado con los propios recursos de las investigadoras.



CAPÍTULO III
RESULTADOS Y DISCUSIONES

1. ANÁLISIS DE LA OFERTA EXPORTABLE DE LA UVA DE MESA

1.1. Generalidades de la uva

La uva es una fruta proveniente de la vid, se presenta en forma de granos agrupados en racimos que pueden contener entre 6 a 300 unidades, los cuales son de tamaño pequeño y de sabor dulce, se consume de forma directa como también es utilizada para la producción de distintos productos como el vino, vinagre, etc.; respecto de su coloración pueden ser negras, moradas, cafés, naranjas, etc. (Fideicomiso de Riesgo Compartido, 2017)

Las condiciones del clima peruano permiten que se pueda producir este fruto en su territorio, el cual se ha incrementado grandemente en los últimos 10 años, incluso por encima de productos como la palta; este crecimiento se debe en parte por el aprovechamiento de la estacionalidad de otros países, donde entre noviembre a marzo, disminuye la oferta en sus territorios.

Otro factor adicional se relaciona con los diferentes tratados comerciales que el país posee, siendo importantes de mencionar, por ejemplo, el TLC que el Perú mantiene con los Estados Unidos, la Unión Europea, China y otras economías a nivel mundial.

1.2. Producción

Su cultivo es muy adaptable para suelos pobres, además de que es una planta que permite un mejor aprovechamiento de los recursos naturales (principalmente agua), esto le permite colonizar distintos espacios geográficos, aportando a que las familias campesinas eviten migrar a otros lugares en búsqueda de trabajo (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego [MIDAGRI], 2008) Por este motivo, se puede indicar como un cultivo de gran relevancia para el país, especialmente por su valor de producción, extensión nacional, además de que forma parte de la cadena productiva vitivinícola del país.

En términos económicos, la uva como actividad productiva se refleja en el VBP (Valor Bruto de Producción), que de enero a junio 2019-2020, registró 995 111 millones (a precios en soles del año 2007), representando el 3.82% del VBP Agrícola a nivel nacional; por lo que, en cuanto a su volumen y dinamismo creciente, se posiciona como el segundo producto de nuestra agricultura nacional, tal como podemos observar en la Tabla 9.

Tabla 9

*Valor de la Producción Agrícola, principales productos a nivel nacional, periodo:
enero-junio 2019-2020 - (millones de soles a precios 2007)*

ORDEN	DESCRIPCIÓN	MILES DE TM		VBP					
		ENERO-JUNIO		ENERO-JUNIO			JUNIO		
		2019	2020	2019	2020	VAR. %	2019	2020	VAR. %
TOTAL SECTOR AGRICOLA		23,040,251	26,581,432	12,838,642	13,200,698		2,707,606	2,661,009	
1	Esparrago	177,237	188,996	540,675	576,545	6.63%	86,985	109,695	26.11%
2	Uva	342,556	355,648	488,226	506,885	3.82%	20,123	7,859	-60.95%
3	Palta	393,114	426,314	461,230	500,252	8.46%	134,320	156,921	16.83%
4	Aceituna	175,508	154,400	372,973	328,116	-12.03%	85,715	39,828	-53.53%
5	Mandarina	253,411	263,221	183,130	190,219	3.87%	48,164	57,932	20.28%
6	Mango	279,633	239,589	151,862	130,115	-14.32%	0.273	0.073	-73.26%
7	Cebolla	245,337	248,653	134,238	136,052	1.35%	20,125	22,346	11.04%
8	Paprika	13,055	18,543	79,943	113,548	42.04%	19,525	25,211	29.12%
9	Frijol grano se	41,569	40,406	83,576	81,239	-2.80%	36,078	34,049	-5.62%
10	Alcachofa	42,433	15,692	62,039	22,942	-63.02%	6,080	2,459	-59.56%
OTROS PRODUCTOS		-1,101,504	-1,051,170	-1,040,765	-995,598	-4.34%	-329,884	-330,887	0.30%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI, 2020)

1.2.1. Comportamiento de la producción de uva en el Perú

Como se mencionó anteriormente, la producción nacional de uva en el último decenio ha mostrado un comportamiento dinámico y expansivo, en función al crecimiento de la demanda mundial. Así como una industria vitivinícola en apogeo.

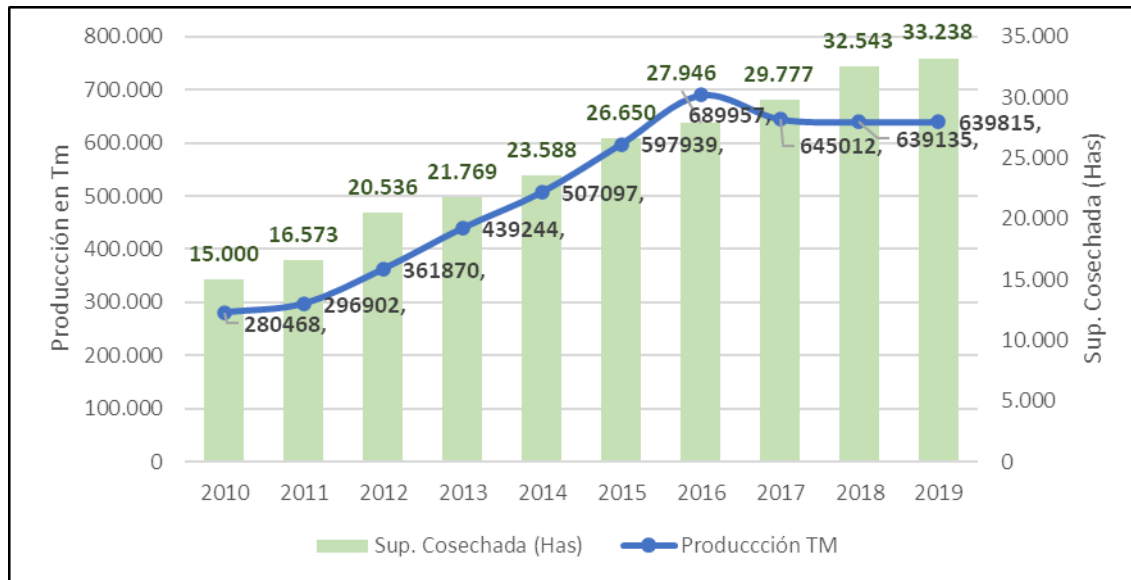
En el periodo de estudio 2010 al 2019, su nivel de producción logró registrar un crecimiento en el orden del 128%; es decir en un promedio de crecimiento anual del 10%, al pasar de poder producir 280 mil toneladas a 640 mil toneladas respectivamente. Según información del SIEA-Minagri, el nivel de producción se incrementó debido a una ampliación y despegue de manera progresiva en las áreas de cultivo de vid, aumentando a una tasa promedio anual de 9,24%, de 15 mil has en el año 2010 a 33 mil has en el año 2020. Así mismo, se observa una mejora importante en los niveles de rendimiento en el periodo en estudio, con un crecimiento promedio anual de 0,32%. A nivel de Arequipa, cabe resaltar que, en el decenio en estudio, es la primera región que registra los mayores niveles de crecimiento en rendimiento por hectárea, muy por encima de todos los demás principales departamentos que producen el producto.

Así muestra en promedio un dinamismo en el orden del 7%. Al pasar de 12,01 toneladas por hectárea a 22,09 toneladas por hectárea. Según el Ministerio De Agricultura Y Riego (2019) la reducción en la producción de las uvas de los dos últimos años 2017 y 2018, se debió principalmente a la afectación sufrida por el fenómeno de el Niño costero,

que afectó de manera especial la costa norte del país, reduciendo la fertilidad de la tierra, lo que impactó en la producción general de la uva.

Figura 2

Superficie cosechada y producción en el País de la uva, Periodo 2010-2019



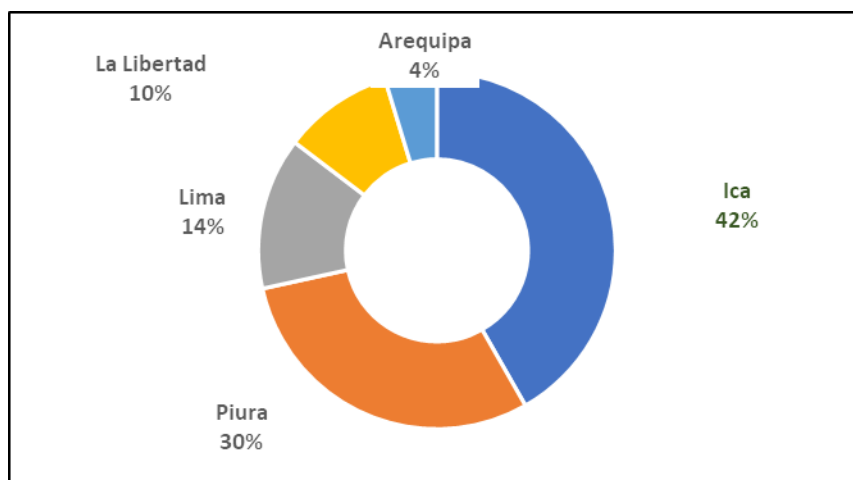
Fuente: Elaboración propia en base a datos del MIDAGRI (2020).

1.2.2. Zonas productoras de uva en el Perú

Analizando por regiones productoras de uva a nivel nacional, podemos mencionar que los principales departamentos que registran un constante y buen nivel de producción son Ica con una participación del 42% del total de la producción del país, seguido del departamento de Piura con el 30%, Lima (14%), La Libertad (10%) y Arequipa (4%). Estos 5 departamentos concentran el 94% del total de la producción en el país.

Figura 3

Principales departamentos que producen uva en el Perú, Periodo 2010-2019



Fuente: Elaboración propia en base a datos del MIDAGRI (2020).

En el decenio de estudio, el departamento con mayor crecimiento fue Piura, en el orden del 19% como tasa promedio anual, superior a Ica (9%). Sin embargo, Arequipa mostró después de Piura el más alto crecimiento productivo, que en promedio fue de 17%, lo cual lo ubica por encima de los demás departamentos.

Tabla 10

Principales Indicadores de la Uva a nivel nacional, Periodo 2010-2019

AÑO/DEPARTAMENTO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Producción TM	280,468	296,902	361,870	439,244	507,097	597,939	689,957	645,012	639,135	639,815
Ica	120,999	133,137	149,768	169,043	189,921	229,997	224,666	238,919	265,005	273,388
Piura	34,981	33,958	65,597	125,616	147,263	182,594	278,366	223,491	167,160	165,691
Lima	55,732	54,869	60,265	64,645	70,547	74,596	73,218	75,098	74,990	53,691
La Libertad	43,384	43,689	44,010	41,093	41,321	46,898	49,356	51,229	55,582	60,004
Arequipa	8,275	11,085	14,774	18,890	22,997	22,428	25,287	29,577	37,407	33,400
Sup. Cosechada (Has)	15,000	16,573	20,536	21,769	23,588	26,650	27,946	29,777	32,543	33,238
Ica	6,198	7,300	8,643	8,744	9,017	10,454	11,150	12,132	13,620	15,099
Piura	1,368	1,333	3,517	4,220	4,993	5,584	5,809	7,064	7,017	7,077
Lima	3,531	3,481	3,697	3,715	3,902	3,919	3,995	3,964	3,795	2,774
La Libertad	1,730	1,820	1,923	1,938	1,989	2,478	2,522	2,507	2,991	3,138
Arequipa	689	765	806	1,073	1,117	1,139	1,205	1,336	1,512	1,512
Rendimiento (Kg/Ha)	18,698	17,915	17,621	20,177	21,498	22,436	24,689	21,661	19,837	19,249
Piura	25,571	25,475	18,651	29,767	29,494	32,699	47,920	31,638	23,822	23,413
Arequipa	12,011	14,490	18,330	17,605	20,588	19,691	20,985	22,139	24,740	22,090
La Libertad	25,079	23,999	22,881	21,201	20,770	18,929	19,570	20,432	19,128	19,124
Ica	19,523	18,237	17,328	19,332	21,062	22,000	20,150	19,693	19,457	18,107
Lima	15,784	15,582	16,120	17,192	17,946	18,896	18,216	18,825	19,634	19,354

Fuente: Elaboración propia en base a datos del MIDAGRI (2020).

En la Tabla 10 se puede observar la presencia del departamento de Arequipa como uno de los cinco principales que producen y exportan uva. Ello permite deducir la importancia que tiene este producto en la región, en el contexto nacional y por ende en su nivel de participación en las exportaciones tanto a nivel del sector agrícola como a nivel nacional. Para ello necesitamos ver su grado de participación y competitividad en los mercados internacionales, cuyo análisis se explicará más adelante.

1.2.3. Estacionalidad

De acuerdo a información del MIDAGRI, el apogeo en el dinamismo de la producción de uva en el Perú se basa en su clima tropical y subtropical, lo cual representa una gran ventaja competitiva respecto a otros países productores como Chile y México; donde explotan en gran medida la tecnología y mano de obra calificada para incrementar sus lotes de producción. Esto lo podemos aprovechar, dado que, la producción de uva se da en diferentes regiones a lo largo del litoral peruano, principalmente de noviembre a abril, donde el mercado de Estados Unidos inicia sus importaciones, dado que el estado de California tiene producción de mayo a diciembre.

Según el Ministerio de Agricultura y Riego, actualmente, la oferta comercial de uva del Perú se da en las siguientes variedades: Superior (White Seedless), Sugarone (sin pepa, ligeramente dulce), Thompson Seedless (muy jugosa, variedad más demandada a nivel mundial), Flame Seedless (sin pepa, dulce, resultado de cruce de uvas), Red Globe (con pepa, bayas grandes y redondas), Crimson Seedless, las cuales se producen principalmente en el norte del Perú, siendo Piura, La Libertad, Lambayeque los principales departamentos; y en el centro y sur del país en Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna (Ministerio De Agricultura Y Riego, 2019)

Considerando la cantidad de productores de la uva, tenemos que la región Arequipa concentra a 2503 productores, que conforma el 11% de todo el país; además los destinos de la producción total de las uvas se dirigen principalmente para el consumo familiar (9%), elaboración de vino (15%), uva de mesa (27%) y elaboración de Pisco (49%). (Layme Arque, 2018)

Figura 4

Variedades de Uva de Exportación

		
<p>Red Globe De apetecible color rojo intenso, pulpa carnosa y gran tamaño se describe la RED GLOBE. (Perú: cosecha entre diciembre y enero)</p>	<p>Thompson Seedless Delicado al paladar y de color verde ámbar, se presenta compacta la THOMPSON SEEDLESS. (Perú: cosecha en octubre)</p>	<p>Crimson Seedless Suave rojo y sutil sabor, se describe a la CRIMSON. (Perú: cosecha en noviembre)</p>

Fuente: Ministerio De Agricultura Y Riego (2019).

En el mes de noviembre de acuerdo a información del MINAGRI, solo el mercado peruano y brasileño tienen la capacidad de poder exportar uva al mercado internacional. Sin embargo, en el mercado brasileño, dada su cantidad de población su consumo es alto, no permitiendo generar excedentes de exportación.



Al inicio de la temporada de exportación, el Perú compite con uvas de Estados Unidos, y al final de la temporada la competencia proviene de Chile y Sudáfrica; sin embargo, en los dos últimos años los productores de California han estado almacenando parte de sus cosechas y vendiéndose al final del año, a fin de aprovechar los precios más altos, convirtiéndose en uno de nuestros principales competidores junto a Chile.

En el Perú la uva se produce casi todo el año en los principales departamentos productores, de donde la mayor cantidad de producción se genera entre los meses de octubre a marzo en los departamentos de Ica, Piura y Lima, los cuales concentran el 93% de la producción anual en el país, siendo la variedad mayor sembrada en estos últimos años la sin pepa, aunque la variedad Red Globe es la que tiene una mayor participación a nivel nacional.

De ello decimos que existe una ventaja de abastecimiento para el Perú al mercado mundial, en los meses donde los principales países importadores y consumidores de uva no la producen, lo cual incrementa los precios de exportación, tal como se observa en la Figura 5.

Figura 5

Calendario de producción de la uva de mesa del País

VARIEDAD	PAÍSES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
	AUSTRALIA												
	NAMIBIA												
	BRASIL												
	CHILE												
	MÉXICO												
	SUDÁFRICA												
	EE. UU.												
	PERÚ												

Fuente: Ministerio De Agricultura Y Riego (2019).

1.2.4. Factores condicionantes en la producción de uvas en el Perú

Si bien el clima es favorable en la producción de uva en el Perú, también debemos notar aspectos negativos, como es el Fenómeno de El Niño, el cual ocasiona pérdidas en los terrenos agrícolas, destrucción de infraestructura productiva de la vid, deterioro de las vías de comunicación, entre otras. Adicionalmente, dados los efectos del cambio climático en la agricultura, propiciaría a la exposición de plagas en condiciones de sequía, reduciendo la rentabilidad de los cultivos por el aumento de los costos de producción vinculados con insecticidas, además de los daños ocasionados a las infraestructuras de riego por las inundaciones; situación que promueve el constante monitoreo por la entidad responsable de gestionarla.

Otra dificultad relacionada a su producción es la que tiene que ver con su logística, ya que una gran proporción de tierras accesibles a lo largo de la franja costera peruana no dispone de la cantidad suficiente de agua, por lo que estas requieren de elevados montos de inversión que permitan su incorporación en la biosfera productiva nacional. (Caycho Rodríguez et al., 2017)

El agua es el recurso hídrico más importante para el desarrollo de los cultivos principalmente en la costa peruana, la cual dadas sus características se constituye por una zona altamente seca, por lo que el desarrollo de esta depende de la accesibilidad, cantidad y calidad del recurso. Para un adecuado manejo del cultivo de la vid, se requiere entre 12 mil a 21 mil 600 litros de este elemento por hectárea sembrada, cifra que varía de acuerdo a la técnica de riego. Al respecto, en el Perú se ha aprobado el Decreto Supremo

005-2015 aprobando la ley 30157, ley de las organizaciones de usuarios del agua. (Ministerio De Agricultura Y Riego, 2009)

Es así que la Agencia de Promoción de la Inversión Privada (Proinversión) tiene como meta la gestión de proyectos que permitan el incremento de las hectáreas para la agricultura de 100 mil a 240 mil, en grandes proyectos como Chavimochic, Pampas Verdes, etc., en donde se trasladarán recursos hídricos de cuentas donde se tenga disposición hacia aquellas con escasez. (BCRP, 2016)

Además, el MIDAGRI, con la meta de aprovechar al máximo estos recursos ha generado convenios con distintas entidades para la colaboración conjunta en el desarrollo de obras de infraestructura, de manera que se pueda cubrir la demanda del recurso por aproximadamente 50 años, esto con una inversión de 700 millones de soles, que además está acorde al reglamento de la ley 30157.

Este mismo ministerio, por medio del SENASA ha promovido la certificación de las zonas de producción en la región Arequipa Asimismo, el Ministerio de Agricultura y Riego, a través del SENASA, inició el proceso de certificación de lugares de producción ubicados en la región Arequipa, lo cual, a través de los especialistas de dicha institución realizan la inspección de predios con el objetivo de movilizar los productos desde los predios hacia otras plantas empacadoras, que eventualmente movilicen estos hacia la exportación; esta certificación también incluye la evaluación del proceso de cultivo, y el manejo de plagas que podrían comprometer la exportación. (SENASA , 2020)

Esto en concordancia con las fechas en que inicia la campaña de exportación (noviembre - marzo), en la cual el SENASA actúa como un ente que coordina entre los exportadores para el logro de los requisitos fitosanitarios que cada país de destino mantiene.

Otro factor que condiciona el dinamismo de la producción y exportación de la uva se da por la presencia de empresas extranjeras en el norte del país, las cuales por medio de proyectos de inversión han logrado producir uva en terrenos que de otra manera serían considerados áridos, incrementándose en ese proceso la frontera nacional agrícola. Esto también ha sido posible por la presencia de diferentes instituciones estatales, como el Instituto Nacional de Investigación Agraria, la Universidad Agraria la Molina, entre otros que aportaron activamente en el desarrollo de investigación e innovación en tecnología.

Otro factor de mucha influencia en la comercialización y exportación de uva fresca es la logística empleada para su exportación, la cual incrementa el costo total del producto en el exterior, incrementando el precio de la uva entre 32,1% (Piura) a 33,8% (Ica y Lima); sin embargo, el desarrollo de las vías de transporte y comunicaciones permite que el crecimiento de la exportación crezca, por lo que es de vital importancia el análisis de los factores que conducen finalmente a un incremento de los precios de forma que se puedan manejar, y de ser posible reducir, sin que esto afecte a la calidad del fruto final. (MINCETUR, s.f.)

2. COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR AGROPECUARIO EN LA REGIÓN AREQUIPA, 2010-2019

En la Tabla 11 podemos observar el comportamiento de las exportaciones del sector agropecuario y agroindustrial en el departamento de Arequipa en el periodo de estudio. Como se nota, Arequipa, en el último decenio, reportó movimiento comercial internacional en este sector donde resaltan movimientos comerciales en subsectores como las frutas, flores y plantas vivas, grasas y aceites de animales o vegetales, entre otros. Así mismo, se puede observar que el subsector que más dinamismo ha mostrado en el decenio en estudio fue el de frutas con una tasa de crecimiento promedio en el orden del 26.09%, seguido de las flores y plantas vivas en un 25.76%.

Tabla 11

Comportamiento del sector Agropecuario, Agroindustrial en el departamento de Arequipa, periodo 2010-2019

Sector	Valor FOB (US\$)									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
TOTAL NO TRADICIONAL	97,876,641	121,335,560	116,455,616	116,547,435	131,252,054	101,004,510	125,042,963	124,437,741	138,027,764	118,670,267
AGROPECUARIO Y AGROINDUSTRIAS	97,876,641	121,335,560	116,455,616	116,547,435	131,252,054	101,004,510	125,042,963	124,437,741	138,027,764	118,670,267
ANIMALES VIVOS Y PRODUCTOS DEL REINO										
ANIMAL	2,494,407	3,161,618	5,720,746	4,164,580	3,111,209	46,150	1,279,783	438,200	2,739,321	2,023,828
FLORES Y PLANTAS VIVAS	0	21,603	79,436	80,385	108,671	28,838	39,607	86,514	149,467	135,161
HORTALIZAS	67,305,737	88,736,819	71,349,539	53,280,815	52,863,200	48,666,433	64,015,252	65,033,325	56,941,738	52,707,747
LEGUMBRES	306,827	1,096,484	274,334	342,384	558,536	268,867	206,095	262,433	340,076	393,575
FRUTAS	5,625,467	9,022,022	14,439,752	22,919,351	30,394,314	29,655,613	39,540,168	38,579,219	57,721,954	45,328,264
CEREALES	1,434,401	741,607	1,542,590	5,436,021	14,495,887	6,808,534	5,298,969	4,020,934	3,264,619	3,062,060
OTROS PRODUCTOS VEGETALES	13,880,908	10,182,215	6,935,916	20,091,447	23,479,788	9,921,640	8,322,040	10,803,218	10,962,589	9,269,599
COLORANTES NATURALES	1,778,023	506,602	1,631,395	781,672	87,262	500	1,189,608	80,100	76,012	6,000
GRASAS Y ACEITES DE ANIMALES O VEGETALES	9,637	7,408	27,107	1,731	8,591	9,407	0	0	5,131	43,876
OTROS PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA										
ALIMENTARIA	881,695	286,955	361,508	296,133	350,053	399,157	389,001	907,572	1,354,003	645,749
BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRES	4,159,538	7,572,226	14,093,295	9,152,915	5,794,543	5,199,372	4,762,439	4,226,226	4,472,853	5,054,409

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de la Asociación de Exportadores (ADEX, s.f.).

Cabe destacar que este dinamismo también sucede a nivel de participación donde las hortalizas representan el 52% del total de envíos al mercado internacional, seguido de las frutas con el 25%, lo cual posiciona a la región como la segunda localidad a nivel nacional donde muestra envíos de una gran cantidad de productos después de la ciudad de Lima.

El Departamento de Estudios Económicos del BCRP (2021), en su reporte menciona que el crecimiento del sector agrícola en Arequipa se debe principalmente por el incremento de la producción de cultivos con destino para la exportación y agroindustria (131,3%), esto en gran parte producto de mayores extensiones cosechadas de vid (78,8%) en La Joya, además de incrementos en la alcachofa (56,3%), quinua (39,8%), palta (38,9%) y páprika (> al 1000%) en localidades como Majes y La Joya; por otro lado, las cosechas que son destinadas al consumo interno han tenido disminuciones del 9,2% a causa de reducción de la producción de ajo (-27,6%), cebolla (18,3%) y trigo (-71,9%).

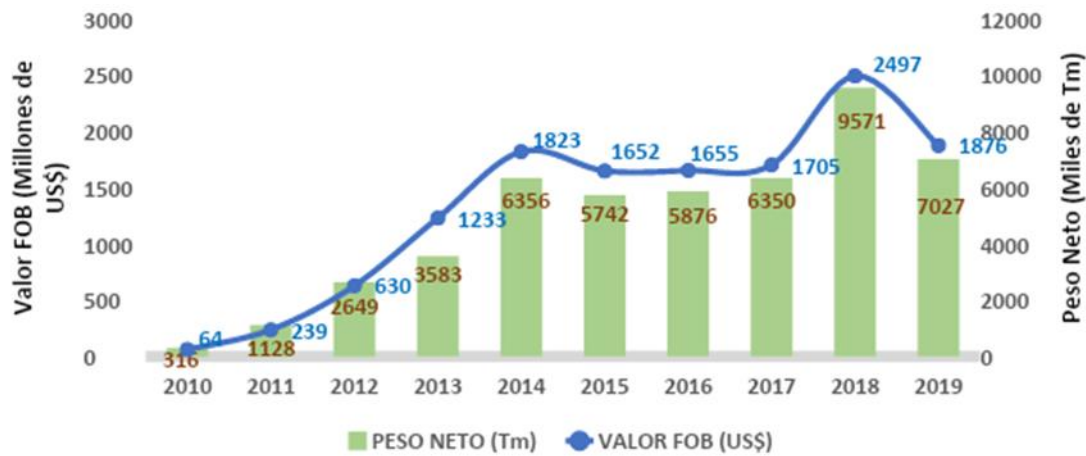
3. DINAMISMO DE LAS EXPORTACIONES DE LA UVA FRESCA DE LA REGIÓN AREQUIPA

En los últimos años la región Arequipa se ha convertido en una zona muy importante en el desarrollo del sector agroexportador ya que un gran volumen de productos de este sector se exportaron a más de 24 países a nivel mundial, el cual se centra principalmente en el envío de uva, que logró la certificación exportando 6 mil 900 toneladas y en segundo lugar la palta con 5 mil 500 toneladas; además este dinamismo ha permitido que otros productos puedan crecer en su oferta exportadora, como por ejemplo la granada (más de 3 mil 800 toneladas), cebolla (3 mil 300 toneladas), mandarina (mil 400 toneladas) y ajo (770 kilos). (Productos Agrícolas de Arequipa Conquistaron 24 Mercados Internacionales, 2020)

Las exportaciones de la región Arequipa se fueron incrementando de manera gradual aprovechando el dinamismo que ya mostraban los envíos de la zona norte del país lo cual posicionó al producto de la región, donde las colocaciones en el mercado de Estados Unidos, China y Europa fruto de los acuerdos comerciales permitieron una ventana de oportunidad que poco a poco se está explotando, esto sumado a los mayores niveles de rendimiento por hectárea que los productores están logrando es que se tiene unas mejores perspectivas de posicionamiento.

Figura 6

Exportaciones de Uva de la región Arequipa, periodo 2010-2019



Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de la Asociación de Exportadores (ADEX, s.f.).

En el inicio del decenio apenas se logró exportar 316 toneladas de uva fresca a los principales países de destino, sin embargo, como podemos observar en la Figura 6 que Arequipa logra en el siguiente año (2011) el despegue en sus envíos apoyado por SENASA, donde se logró la certificación en los envíos, se fortaleció el sector agroexportador en la región mejorando los niveles de rendimiento, las inversiones, la planificación en las siembras y principalmente el aprovechamiento de las ventanas de oportunidad en términos de la estacionalidad de los mercados internacionales para el destino de la uva de la región, como son Estados Unidos, Países Bajos, Corea del Sur, China, entre otros.

En los siguientes periodos, se observa un dinamismo en las exportaciones, explicado principalmente por los mejores precios internacionales de las uvas peruanas que resaltan por su calidad, etc. En el periodo de estudio, las exportaciones lograron un crecimiento promedio en el orden del 41,14% al pasar de 316 toneladas en el 2010 a 7 mil 027 en el año 2019 (de US\$ 637 mil a 18 756 millones respectivamente, registrándose una tasa promedio de crecimiento de 45,60%).

Para el año 2020 las exportaciones continuarán por esa senda expansiva, ya que en los meses de enero a febrero se ha registrado un incremento del volumen de las

exportaciones en 71% lo que corresponde a un volumen de exportación de uvas de 200 mil toneladas.

Entonces, se reafirma el apogeo por el cultivo de uvas de variedades exportables en la región a los diferentes mercados internacionales, cuyas características tanto en su manejo post cosecha como en su transporte facilitan el nivel de aceptación en los mercados internacionales.

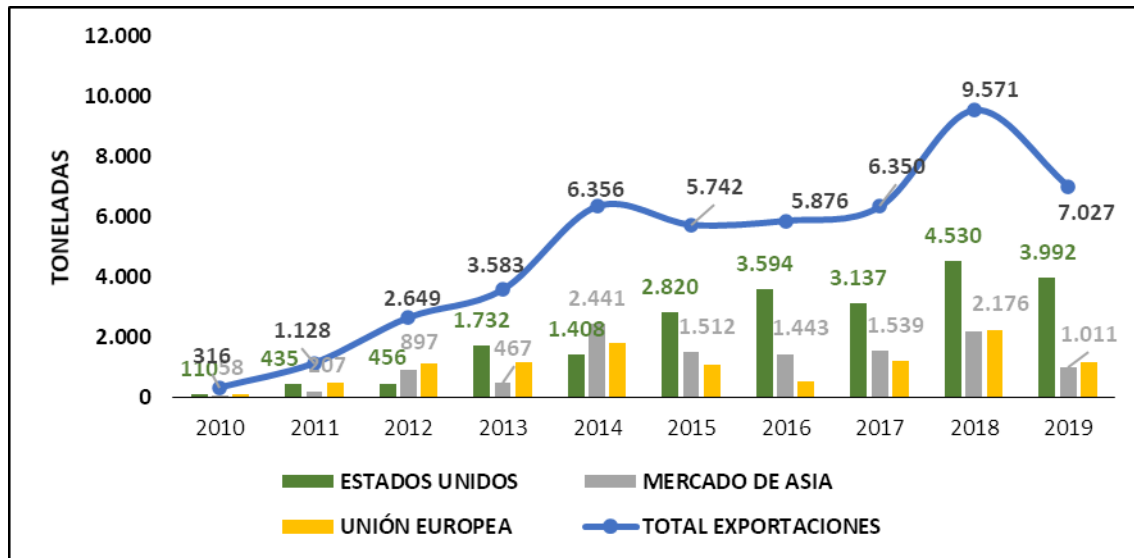
3.1. Mercados de destino de las exportaciones de uva de la región Arequipa

Al inicio del presente análisis, se puede observar que el destino de las exportaciones de uva de la región se concentra solo en cinco mercados principales mercados, Rusia, Panamá, de donde Estados Unidos y la Unión Europea (Países Bajos e Italia) lideran nuestras exportaciones con el 64% del total de exportaciones del año 2010 (202 mil 536 toneladas). En el caso de la Unión Europea, los Países Bajos resaltan en las compras con el 23% del total, situación que varió totalmente para el año 2019 donde se observa un despegue en el destino de las exportaciones de uva (25 países), de donde los mega mercados: Estados Unidos y Asia, representan el 70% del total de las exportaciones del periodo, destacando también la Unión Europea con el 22%.

El crecimiento de los envíos a esos mercados se debe en gran parte al Acuerdo de Promoción Comercial (APC) con Estados Unidos, que entró en vigencia en el año 2009, lo cual permite acceder a su mercado exonerado en el pago de aranceles. En los siguientes años se firma también el acuerdo comercial (TLC) con el mercado de la Unión Europea que también facilita el acceso de la uva peruana con el no pago de aranceles. Como también con el mercado de China, Corea del Sur entre otros.

Figura 7

Exportaciones de Uva de la región Arequipa, periodo 2010-2019



Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de la Asociación de Exportadores (ADEX, s.f.).

En ese escenario comercial, se puede apreciar un incremento de las exportaciones de uva al mercado mundial registrando un volumen total de 48 598 toneladas al año 2019, con un dinamismo promedio en el orden de 41% durante el periodo de análisis.

En orden de crecimiento, Estados Unidos muestra una tasa promedio por encima del total de envíos al mercado mundial, siendo de 49%, seguido del mercado de Asia en un 38% (Corea del Sur, China, Rusia, entre otros) y la Unión Europea con un 32% (Países Bajos, España y Reino Unido).

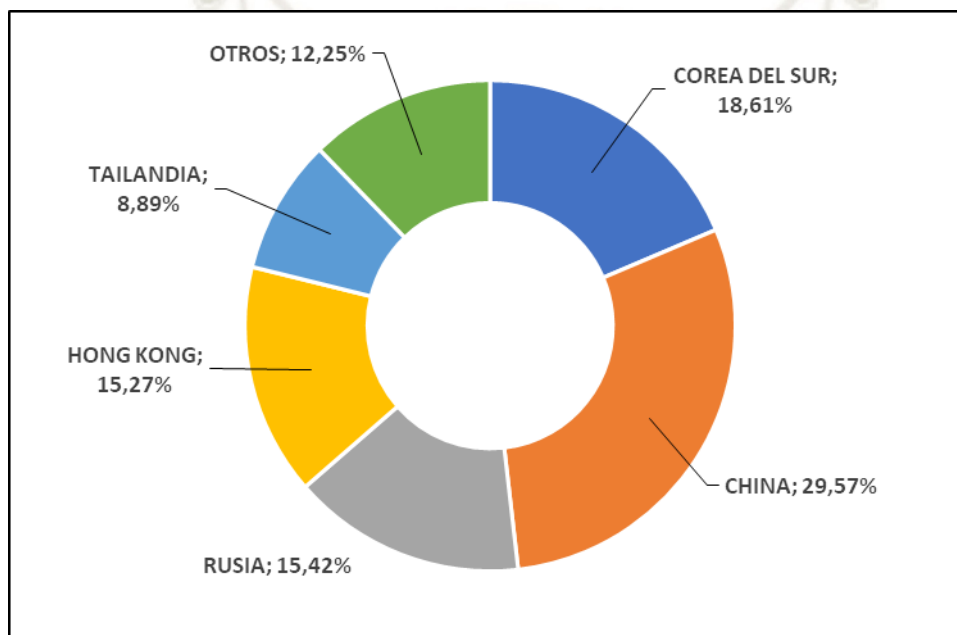
En el mercado de Asia, Corea del Sur muestra el mayor dinamismo de las exportaciones en el periodo de análisis, con un 61% de crecimiento promedio incentivado por el Acuerdo de Libre Comercio entre Perú y Corea (acuerdo que entró en vigencia el 1 de agosto del 2011). China se encuentra en el segundo lugar con una tasa del 40% y Rusia con el 13%. Cabe resaltar el crecimiento sostenido que muestran las exportaciones a este último país a pesar de la no existencia de un acuerdo comercial.

A nivel del mercado de Asia, se observa en la Figura 8, donde se mantienen los mercados de China, Corea del Sur y Rusia como principales países demandantes del producto arequipeño con 30%. 19% y 15% respectivamente. El mercado de Rusia resulta

más que interesante el poder observar los envíos dado que su mercado no lo produce y por lo tanto su demanda es todo el año; por lo que este mercado se vislumbra como un destino importante dado su creciente demanda, a pesar de no tener una ventaja arancelaria respecto a los otros países proveedores (Perú 3.75%). Sin embargo, creemos como todo mercado, el poder buscar estrategias y alternativas que puedan permitir el posicionamiento de la uva de la región Arequipa.

Figura 8

Principales mercados de exportación en Asia, periodo 2010-2019



Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de la Asociación de Exportadores (ADEX, s.f.).

3.2. Comportamiento de la demanda de las exportaciones de uva de la Región Arequipa

En los dos últimos años de análisis se observa una disminución en las compras de la uva por parte de los principales países importadores. En general se tuvo un decremento en el orden del 27%. Donde los mercados de Estados Unidos redujeron sus compras en 12%, el mercado de Asia en 54%, la Unión Europea en 49% entre otros. Sin embargo, también vale la pena rescatar el crecimiento que se generaron en los mercados como Hong Kong (3%), Panamá (2%) y Honduras (401%).

Cabe resaltar que esta disminución en los envíos al mercado internacional se debe básicamente a la adecuación de los cultivos a nuevas variedades, principalmente sin semillas. De acuerdo a información de la Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Arequipa (GERCETUR) en el periodo 2020 se logró exportar más de 9 millones de toneladas muy a pesar de las restricciones sanitarias por los efectos de la pandemia, teniendo como destinos principales a los Estados Unidos con cerca de 13 millones de dólares, incrementándose en 15,2% si se compara con el año previo, le sigue Holanda donde la exportación se redujo un 30,1% (1 millón de dólares), sin embargo, el 2021 se ha logrado exportar cerca de 10 millones de dólares, de los cuales 7 millones son al mercado de los EEUU (Exportación de Uva en la Región Arequipa, s.f.), lo cual muestra una recuperación y posicionamiento en los mercados internacionales.

En la actualidad se puede observar la existencia de una gran variedad de producción de uvas, por la respuesta dinámica de los agricultores/empresarios al ver que existe una alta demanda en el mercado internacional, de donde los Estados Unidos, como principal mercado de destino, se muestra con una gran posibilidad de crecimiento por las ventajas comerciales más interesantes que muestra el mercado.

Rusia, el mercado de Centroamérica, Venezuela, Colombia, Brasil muestran también una gran aceptación por la uva de la región, por lo que creemos que debe de haber un trabajo articulado entre el sector público y privado, en donde se aborden los temas de la utilización de plaguicidas, el agua, nuevas técnicas agrícolas, la maquinaria, etc., además de aprovechar los acuerdos comerciales como el Acuerdo Transpacífico (TPP), y otros, que permitan generar una mayor competitividad en el mercado internacional.

Debido a la gran producción de uvas que tiene los Estados Unidos, especialmente en el estado de California, el mercado para la uva peruana todavía sigue siendo débil, donde esta se encuentra subyugada a la baja de precios que afectan dicho mercado; las principales variedades compradas en este mercado son las Crimsons y Flames (rojas sin semillas), que son complementadas con las Sweet Celebration, Jack's Salute y Scarlotta; sobre las blancas sin semillas, la principal corresponde a las Sugraones y la Thompson (Ministerio De Agricultura Y Riego, 2019)

A pesar de todo, el Perú se ha posicionado como el tercer país exportador de uvas ese país, siendo estas mayores que la sumatoria del mismo producto a China y Hong Kong, logro solamente posible al enfoque formal acercamiento de este producto entre la SENASA y el Departamento de Agricultura de ese país (USDA, por sus siglas en inglés). (Ministerio De Agricultura Y Riego, 2019)

Tabla 12

Exportaciones de Uvas frescas al mercado mundial en Toneladas, periodo 2010-2019

PAISES	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
TOTAL EXPORTACIONES	316,139	1,128,170	2,649,018	3,582,858	6,356,364	5,741,731	5,876,473	6,350,276	9,570,515	7,027,262
ESTADOS UNIDOS	110,208	434,928	455,999	1,732,100	1,408,403	2,820,081	3,594,462	3,136,803	4,530,329	3,991,868
MERCADO ASIATICO	57,515	207,385	896,922	467,400	2,441,075	1,511,630	1,442,832	1,538,559	2,175,901	1,010,500
COREA DEL SUR	0	0	18,696	0	142,176	130,094	339,768	436,479	795,423	323,668
CHINA	0	18,696	261,744	149,568	954,800	839,352	261,744	280,440	427,056	280,440
RUSIA	57,515	18,696	37,392	186,960	18,696	243,048	37,392	372,936	672,982	166,296
TAIWAN	0	0	0	74,784	56,088	18,696	168,264	56,088	112,176	93,480
HONG KONG	0	0	37,392	18,696	842,175	112,176	448,704	243,048	18,696	72,816
TAILANDIA	0	0	392,130	37,392	167,674	0	168,264	56,088	149,568	73,800
ARABIA SAUDITA	0	0	0	0	185,666	0	0	0	0	0
FILIPINAS	0	0	37,392	0	0	0	0	0	0	0
INDIA	0	0	0	0	17,712	0	18,696	0	0	0
INDONESIA	0	151,297	74,784	0	0	18,696	0	93,480	0	0
MALASIA	0	0	0	0	0	37,392	0	0	0	0
SINGAPUR	0	18,696	0	0	0	0	0	0	0	0
VIETNAM	0	0	37,392	0	56,088	112,176	0	0	0	0
UNIÓN EUROPEA	92,328	465,432	1,109,137	1,177,702	1,806,722	1,100,650	523,512	1,215,942	2,241,191	1,148,617
PAISES BAJOS	72,648	465,432	980,936	1,102,918	1,700,299	1,081,954	468,512	1,199,214	1,784,615	983,349
LITUANIA	0	0	0	0	0	0	0	0	74,784	111,676
REINO UNIDO	0	0	128,201	74,784	31,639	0	0	16,728	0	37,392
ESPAÑA	0	0	0	0	56,088	0	55,000	0	363,096	16,200
FRANCIA	0	0	0	0	18,696	0	0	0	0	0
ITALIA	19,680	0	0	0	0	18,696	0	0	18,696	0
CANADA	0	0	18,696	0	139,753	93,480	16,728	17,515	289,550	88,560
PANAMA	56,088	0	56,088	37,392	37,392	18,696	0	74,784	51,332	138,268
MEXICO	0	0	0	0	0	0	37,392	68,929	184,992	147,600
COLOMBIA	0	0	56,088	0	74,784	18,696	18,696	149,652	0	18,696
VENEZUELA	0	0	0	168,264	74,784	0	0	0	0	37,392
BRASIL	0	0	0	0	167,797	67,306	18,696	0	22,435	0
HONDURAS	0	0	0	0	0	0	18,499	0	37,392	187,452
COSTA RICA	0	0	0	0	56,088	18,696	37,392	56,088	18,696	56,088
GUATEMALA	0	0	0	0	56,088	0	93,480	37,392	0	18,696
OTROS PAISES	0	20,425	56,088	0	93,480	92,496	74,784	54,612	18,696	183,524

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de la Asociación de Exportadores (ADEX, s.f.).

En la Tabla 12 se puede observar en forma desagregada los envíos de uva a los mercados internacionales, donde para fines de análisis se clasificó en tres grandes partes: (a) El análisis del mercado de Estados Unidos, (b) el mercado de Asia y (c) de la Unión Europea; dado que representan los mayores envíos al mercado internacional en el periodo de análisis. Así mismo se observa que a nivel de Centro América y Sudamérica, poco a poco las exportaciones están logrando posicionarse en estos mercados; lo cual nos permite deducir la posibilidad de diversificación de las exportaciones de la región, conllevando y reforzando que el producto de la región cada vez más se logra posicionar en el mercado

internacional. Se espera seguir en esa misma senda y aprovechar los acuerdos comerciales que se tiene con estos países. Por lo que se requiere incrementar la oferta exportable de la región y producir las variedades de uva según el requerimiento de los mercados internacionales.

3.2.1. Factores que impulsaron las exportaciones de la uva de la región Arequipa

El tratado de libre comercio con Estados Unidos (vigente desde el año 2009) fue un indicador que permitió apoyar los envíos a dicho mercado. Las preferencias arancelarias que muestra el producto en el mercado, permiten su ingreso con arancel cero. Adicionalmente el sabor, aroma, forma y tiempo de vida son factores que también permiten tener una preferencia por la uva de la región; de esta manera generar una ventaja competitiva con otros mercados productores como Chile y México.

La participación de SENASA, da su respaldo como organismo de sanidad agraria que verifica la calidad de la uva, permitiendo cumplir con los requerimientos sanitarios que exigen los mercados internacionales lo cual permite una preferencia por parte del consumidor. Adicionalmente la gestión de SENASA ha sido fundamental en la apertura de nuevos compradores con la participación de una certificación fitosanitaria.

Otro punto importante en el crecimiento de envíos al mercado internacional, es el apoyo gubernamental, dado por la Ley de promoción del sector agropecuario (Ley N° 27360, 2000), que facilita la promoción agroexportadora en temas tributarios hasta el año 2021, lo que refleja en cierta medida el crecimiento de este sector no tradicional. Dicho beneficio fue derogado por la Ley N° 31087 (2020); por lo que el sector empresarial está solicitando una ampliación de los beneficios por 20 años más al Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI).

Otro aspecto relevante, fue la participación de las empresas en las ferias internacionales, lo cual ha permitido generar lazos comerciales con los clientes en los mercados internacionales. No olvidemos que la asistencia a una feria permite contactar a potenciales clientes, dando posibilidad de ingresar a nuevos mercados o en todo caso afianzar los ya existentes.

La feria nacional Expoalimentaria es una gran ventana para la inversión en riego tecnificado y materiales y poder lograr un mejor aprovechamiento de las zonas agrícolas

lo cual sería fundamental si también se pudiera realizar compras masivas de abonos mediante asociaciones empresariales, obteniendo mejores precios y fomentando su competitividad.

Otro punto importante, es el factor clima y calidad de suelo, donde la región Arequipa posee en sus valles excelente clima, calidad de suelo y agua; lo que permite obtener los mejores rendimientos por hectárea a nivel nacional; esto además dadas las ventajas estacionales de los mercados como por ejemplo Estados Unidos, para así lograr una mayor participación como en términos de mejores precios. Sumado a la tendencia de los mercados mundiales en términos de un consumo saludable. Donde la incorporación en la dieta familiar de frutas, ha permitido un mayor incremento de nuestras exportaciones a mercados como Europa y Asia.

Finalmente, los empresarios del sector presentan una visión de negocio (cultura exportadora) donde no solo ven a los mercados como oportunidades, sino también como mercados consolidados, lo que también permite aprovechar al máximo los acuerdos comerciales y los requisitos de ingreso en cada mercado.

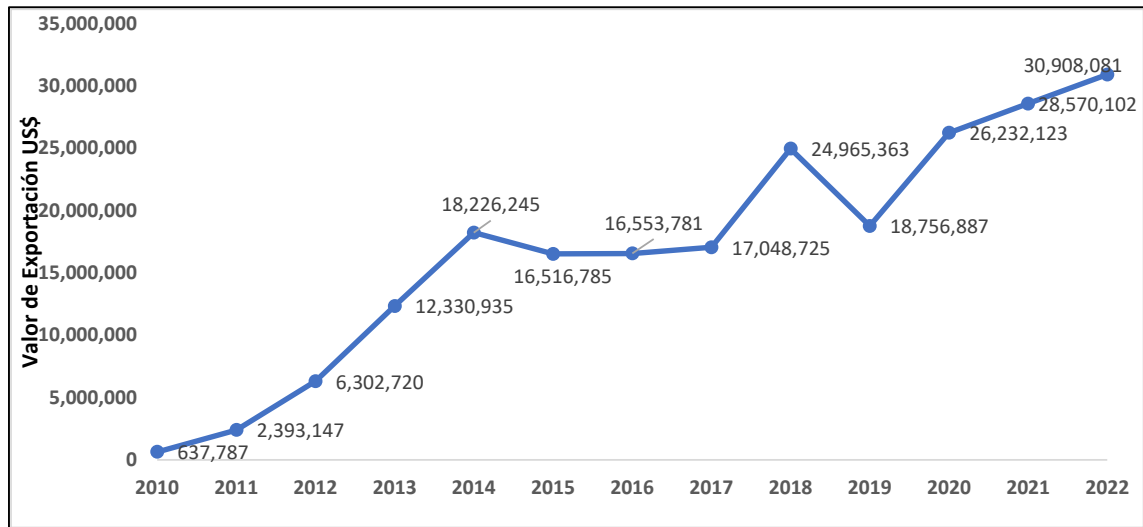
3.2.2. Estimaciones en las exportaciones de uva fresca

Las exportaciones de uva a lo largo del periodo muestran en promedio importantes niveles de crecimiento, teniendo posibilidades de abastecer a mercados exigentes y por ende obtener gran aceptación por parte de los consumidores en los mercados internacionales, esto genera un reto para los próximos periodos en donde se podría diversificar aún más las variedades de uva con un incremento en su calidad. Según información del MIDAGRI, la gran mayoría del mercado mundial prefiere las variedades de uvas que no contienen semilla, por lo que si se implementan más hectáreas de este producto a nivel nacional podría generar un impacto mayor en la economía.

Además, debido a la pandemia generada por el virus del COVID-19, se espera que la producción en la región pueda retomar sus niveles de crecimiento para los próximos 3 años, en un nivel aproximado de 11 418 toneladas al año 2022, por lo que, realizando un análisis de tendencia de las exportaciones en base a los datos del periodo en estudio, nos hace considerar un dinamismo en su crecimiento. En ese sentido podríamos deducir que los envíos al mercado internacional podrían llegar al año 2022 en US\$30 908 081 millones.

Figura 9

Estimación de las exportaciones de Uva Fresca en la región Arequipa



Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de la Asociación de Exportadores (ADEX, s.f.).

Según la Oficina Comercial del Perú en Miami, (2021). indica que se ha registrado ratios de crecimiento en las ventas de alimentos durante la pandemia en Estados Unidos; así muestra un 37% para fruta fresca, 35% para vegetales frescos, 38% para fruta envasada entre otros. Así mismo, la industria agrícola fue afectada por la disposición de mano de obra a lo largo de toda la cadena de suministros de productos frescos, dado el distanciamiento social por efectos de pandemia; también el sector de supermercados y tiendas de alimentación con un número inferior de clientes, que ha conllevado a un incremento en el consumo de servicios de delivery lo que ha derivado en una mayor compra de productos refrigerados y congelados, situación que ha incrementado la demanda de zonas de enfriamiento y procesado

Esto se espera pueda continuar aun cuando las medidas de distanciamiento hayan finalizado; refiriéndose directamente al producto, una investigación determinó que la uva podría tener efectos positivos en el pronóstico de COVID-19, puesto que es una fuente de vitamina K, lo que contribuiría a evitar coágulos en la sangre, además de que posee propiedades antiinflamatorias (Investigación sugiere que las uvas ayudarían contra el Covid-19, 2021) lo cual podría ser un indicador de una tendencia creciente en la demanda del producto por parte del mercado de Estados Unidos.

Otra tendencia de mercado, el cual es cada vez más importante, es el uso de la tecnología denominada “blockchain”, que permite que se realice un mejor seguimiento del producto en la cadena que conlleva a su suministro, de esta manera las grandes empresas pueden extender su uso a periodos distintos. Este punto creemos también que es importante, dado que la población está preocupada por la presencia de patógenos y por ende por la seguridad alimenticia de la población en general.

3.2.3. Precios promedio de las exportaciones de uva de la región

En términos de precios, se puede observar que, de los diez principales mercados de envío en el periodo en estudio, en promedio el precio de exportación de la región bordea 3,27 US\$/FOB por Kg en los envíos a Estados Unidos, seguido del mercado de Corea del Sur con un precio de 3,15 US\$/FOB por Kg; en tanto que al mercado de Honduras se exporta en un precio más bajo, que bordea 1,89 US\$/FOB y que se sustenta en menores envíos y en forma esporádica.

Tabla 13

Precios promedio de exportación en los principales mercados de destino de la uva fresca, periodo 2010-2019

PAIS	US\$/FOB/Kg										PROMEDIO DECENIO
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
ESTADOS UNIDOS	2.38	2.40	3.37	4.23	3.77	3.89	3.33	3.16	3.08	3.10	3.27
PAISES BAJOS	1.84	1.99	2.15	3.01	3.18	1.60	1.61	1.83	1.88	1.93	2.10
COREA DEL SUR			2.46		3.29	3.77	3.20	2.99	3.34	2.99	3.15
CHINA		2.21	2.46	1.99	2.20	1.99	1.89	1.95	2.17	2.14	2.11
HONDURAS							2.20		1.71	1.76	1.89
PANAMA	1.38		1.93	1.90	2.16	1.71		2.58	2.12	2.08	1.98
RUSIA	2.14	1.97	2.16	1.89	1.43	1.68	1.66	2.51	1.85	1.72	1.90
MEXICO							1.52	2.79	1.98	1.90	2.05
LITUANIA									2.32	2.42	2.37
CANADA			2.39		2.68	1.84	2.32	3.29	2.15	2.14	2.40
OTROS	2.09	1.85	2.15	2.32	2.29	1.97	1.85	2.28	1.99	2.15	2.09
PROMEDIO AÑO	1.97	2.08	2.39	2.56	2.62	2.31	2.18	2.60	2.23	2.21	

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de la Asociación de Exportadores (ADEX, s.f.).

En términos de tasas de crecimiento, el mercado de Corea del Sur registra un crecimiento de 3,27%, considerado el más alto, pero los envíos no han sido consistentes. En tanto que el Mercado de Estados Unidos muestra un crecimiento de 2,96%, favorecido por los envíos constantes y por ende el principal mercado de destino de las exportaciones de uvas de la región.

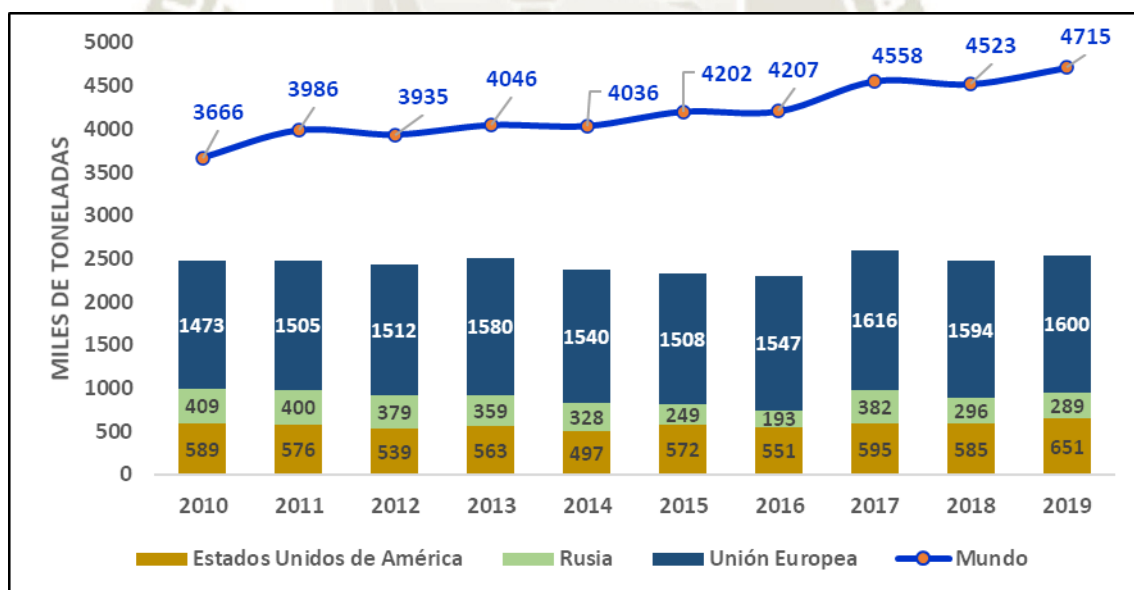
4. DEMANDA MUNDIAL DE UVA FRESCA

Según información de TradeMap (s.f.), la demanda mundial del producto ha mantenido un crecimiento sostenido; es así que en el año 2019 se llegó a un volumen de 4,7 millones de toneladas, viendo que en el periodo en estudio mantuvo un crecimiento en el orden del 28,60% y una tasa promedio anual de 2,83%. En la Figura 10 podemos observar la gran concentración que muestra las importaciones de uva fresca, básicamente por los mega mercados de la Unión Europea y Estados Unidos. Ambos mercados representan el 51% de las importaciones mundiales del periodo en estudio.

Rusia muestra de una igual forma un dinamismo en sus importaciones, representando el 8% de las importaciones mundiales. El mercado asiático, de igual forma muestra una importante presencia en las compras mundiales, resaltando mercados como: China, Hong Kong, Tailandia entre otros.

Figura 10

Importaciones mundiales de Uva fresca, periodo 2010-2019 en toneladas



Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de TradeMap (s.f.).

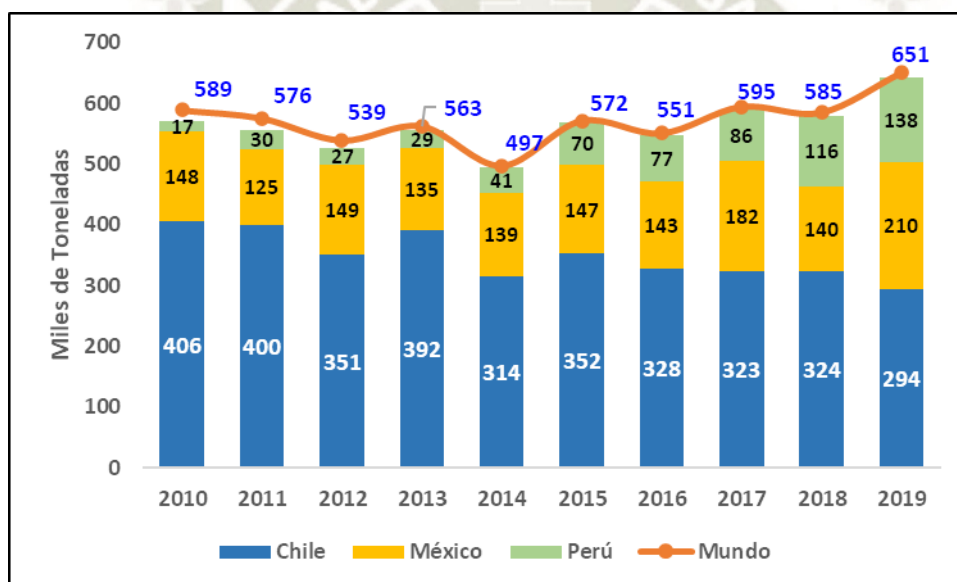
Como vemos son mercados muy interesantes, donde Perú es un principal proveedor; pero dada la presencia de nuevos competidores se recomienda no depender de estos mercados únicamente, por lo que se requiere trabajar en nuevos mercados y aprovechar la contra estacionalidad con productos de mejor calidad. De tal forma consolidarnos en los mercados internacionales y potenciar nuestra agroexportación.

5. COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA DE UVA FRESCA DEL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

Como se ha observado, Estados Unidos es uno de los principales mercados que consume uva fresca, creciendo en el orden del 1.11% promedio anual, lo que lo convierte en un mega mercado, dado sus niveles de producción y la participación de sus proveedores, lo que determina el comportamiento de las importaciones como el precio en el mercado mundial.

Figura 11

Comportamiento de las importaciones de Uva del mercado de Estados Unidos, periodo 2010-2019



Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de TradeMap (s.f.).

En términos de sus proveedores, se muestra que el mercado de Chile representa el 61% de las importaciones de Estados Unidos y Perú con el 11%. México se muestra como segundo proveedor en un nivel de participación de 27%. Mostrando ser los tres principales países que exportan la uva fresca a dicho mercado. En conjunto estos tres mercados representan casi el 100% del mercado.

Entre los años 2010-2014. Estados Unidos muestra un decremento de sus importaciones, donde el mercado de Chile disminuyó su comercio, esto de alguna forma fue aprovechado por los envíos desde Perú, dada la calidad del producto peruano y

aprovechando también la estacionalidad del producto, lo que permitió además anticiparse a los envíos del mercado chileno.

En los últimos años, las compras totales de Estados Unidos muestran una gran recuperación, en la que el Perú, poco a poco, se está consolidando, crecimiento que también tiene gran responsabilidad el SENASA, ya que ha posibilitado el cumplimiento de los protocolos que existe el departamento de agricultura de los Estados Unidos. En ese sentido, hoy por hoy podemos resaltar el posicionamiento de la uva peruana en ese mercado ubicándonos como el tercer país proveedor de la fruta, la cual es gran demandada por ser muy accesible de comer y saludable para todas las edades de la población y de estar disponible en todo el año en los diversos mercados.

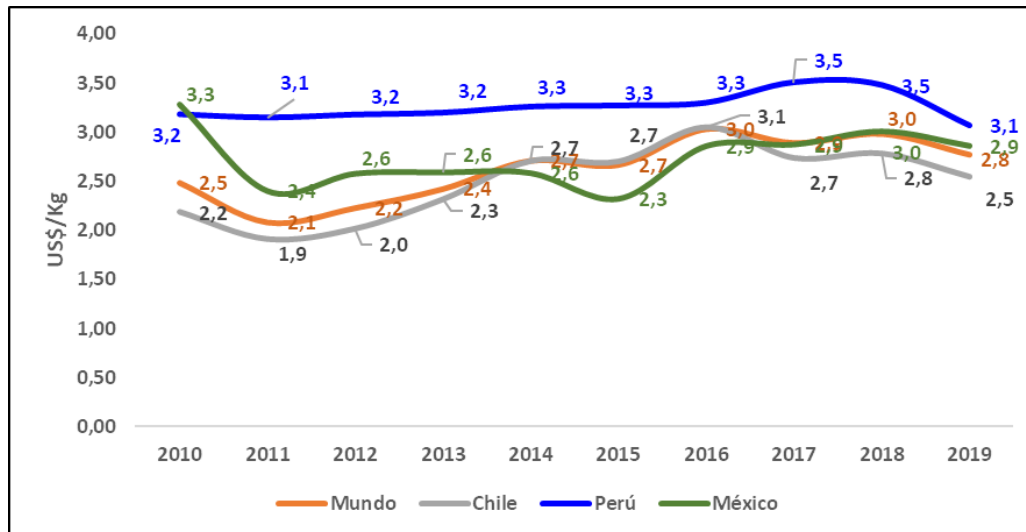
5.1. Precios de importación en Estados Unidos

Tal como se ve en la Figura 12, el Perú muestra un precio importante del producto en el mercado de Estados Unidos, su comportamiento es más que interesante, puesto que su precio se ha mantenido a lo largo del periodo de estudio muy por encima del promedio de importación de Estados Unidos y de sus principales países proveedores como Chile y México. Es decir, su cotización está por encima del promedio, lo cual ha sido generado por el periodo de estación anticipada observado en los puntos anteriores del presente documento. En ese sentido es importante que el país pueda seguir aprovechando estas oportunidades para lograr una mayor consolidación en dicho mercado.

Así podemos observar que, al inicio del periodo de estudio el kilo por dólar se cotizo en US\$ 3,20, en los siguientes años mantiene en promedio ese precio y en los años 2018 y 2019 mantiene una tendencia a la baja por los mayores abastecimientos tanto del mercado de California como de otros proveedores que empujaron el precio al descenso principalmente de la variedad de uva Red Globe; una variedad predominante en los países proveedores; sin embargo nuestras cotizaciones se muestran estables, lo que nos indica una preferencia del mercado norteamericano por nuestro producto.

Figura 12

Evolución de Precios de los principales países proveedores de uva fresca de Estados Unidos, periodo 2010-2019



Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de TradeMap (s.f.).

A nivel del mercado de Estados Unidos se muestra un precio promedio por debajo de las cotizaciones del Perú. En el año 2010 se cotizó en US\$2,50 el kilo, los siguientes años muestra un crecimiento en el precio promedio hasta el año 2016 y en los últimos años decreció a US\$ 2,80.

También podemos mencionar que según información de la Comisión de Comercio Internacional de Estados Unidos (USITC), los envíos del Perú ingresan a los distritos de: Baltimore, Buffalo, Houston, Los Ángeles, Miami, New York, Philadelphia, San Juan, Savannah, Seattle y Tampa. Por lo tanto, se deben priorizar estos mercados dados sus niveles de cotización.

Según la Oficina Comercial del Perú en Miami, (2021), a enero del 2021 la bolsa de 2 libras de uva Seedless verde fresca tiene un costo en el supermercado de US\$2,27, la bolsa de 1 libra de uva Seedless verde fresca tiene un costo en el supermercado de US\$2,34, la bolsa de 1 libra de uva Seedless roja fresca tiene un costo en el supermercado de US\$1,44. Para mayor información consulte el anexo 2.

5.2. Ventaja estacional de las importaciones de uva fresca de Estados Unidos

La estacionalidad de las exportaciones peruanas marca su fortalecimiento y/o posicionamiento en Estados Unidos, es por ello que sus altas demandas están correlacionadas con los periodos donde la competencia no abastece en mayores envíos. Es así, que los envíos procedentes del Perú se realizan principalmente entre octubre hasta febrero y donde la calidad del producto peruano también ha contribuido a mayores exportaciones. Según el MIDAGRI, considera que existe una brecha estacional que está siendo aprovechada por las exportaciones peruanas, ya que en dichos periodos las principales competencias del producto nacional tienen una producción disminuida (Ministerio De Agricultura Y Riego, 2019).

Entonces podemos observar la ventaja que presenta el producto peruano en el abastecimiento a Estados Unidos y aunado a ello la calidad y un precio competitivo. Por lo tanto, esperamos que a futuro la uva arequipeña y/o peruana se siga posicionando con mayores volúmenes y un manejo estratégico de mercado por parte de las empresas exportadoras.

5.3. Acuerdo Comercial Perú - Estados Unidos

Este fue firmado el 2006 en el estado de Washington D.C, entrando en vigencia el 1 de febrero del 2009; desde el cual ha sido una gran oportunidad para potenciar el desarrollo comercial y económico del país, ya que este permite que los productos peruanos puedan tener acceso a una gran economía, de donde las preferencias arancelarias han sido suficiente para motivar los envíos hacia ese país, de donde también se aprovechan las ferias comerciales como la Expoalimentaria y Fresh Summit.

Según la base de datos de la Comisión de Comercio Internacional de Estados Unidos – USITC, el ingreso de la uva fresca en términos de 10 dígitos de su partida arancelaria lo cataloga mediante 3 partidas arancelarias:

- Uvas, frescas, si ingresaron durante el periodo del 1 de julio al 14 de febrero, incluido, del año siguiente – Partida 0606.10.6000.
- Uvas, frescas, si ingresaron durante el periodo del 15 de febrero al 31 de marzo, inclusive, en cualquier año – Partida 0806.10.2000

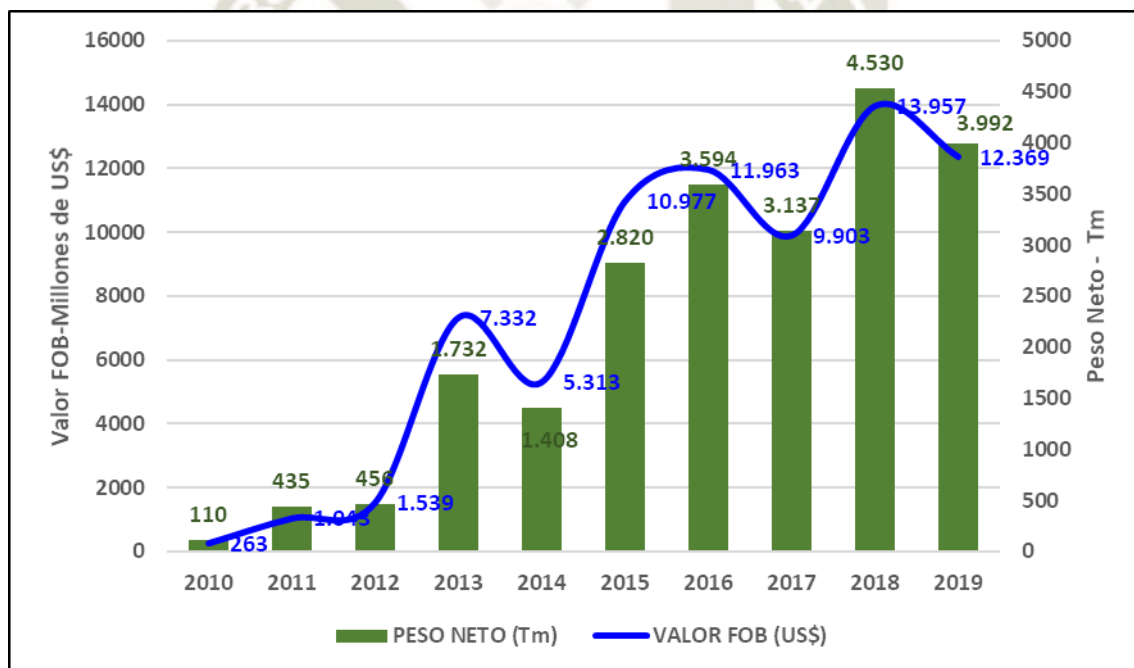
- Uvas, frescas, si ingresaron durante el periodo del 1 de abril al 30 de junio, incluido, en cualquier año – Partida 0806.10.4000.

Como observamos a nivel de 10 dígitos la aduana de Estados Unidos clasifica a la uva proveniente de los mercados internacionales en términos de periodos de ingreso, lo cual permite afianzar la estacionalidad del producto en las importaciones del producto., de las cuales, el Perú está en el manejo de estas tres partidas arancelarias.

6. DINÁMICA DE LAS EXPORTACIONES DE LA REGIÓN AREQUIPA EN EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

Figura 13

Dinámica de las exportaciones de Uva de la región Arequipa hacia Estados Unidos, periodo 2010-2019



Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de la Asociación de Exportadores (ADEX, s.f.).

Las exportaciones de Arequipa al mercado de Estados Unidos tuvieron un comportamiento muy positivo en el periodo de estudio. Dinamismo que lo podemos observar en la Figura 13; en donde, en términos de volumen se registra una tasa de crecimiento promedio en el orden del 49,01%; y en términos de valor en una tasa de 53,42%. ello significa que el precio pagado por el producto por parte del mercado de

Estados Unidos mantiene un comportamiento positivo importante; donde el precio de la uva peruana se encuentra por encima de los países competidores (ver Figura 12). Así mismo, podemos observar que Estados Unidos compro durante el periodo un total de 22 mil 215 TM de uvas valorizadas en US\$ 74 657 279 millones.

6.1. Envíos de uva al mercado de Estados Unidos por empresas en la región

En la Tabla 14, se observa los envíos al mercado internacional por empresa; donde resalta la participación de Agrícola Pampa Baja SAC con una participación de 64,7%, SC Packing S.A.C. con el 16,3% y Greenland Peru S.A.C. con un 11,6%; en total estas tres empresas representan el 92,6% de todos los envíos, las cuales tienen principalmente como destinos a los Estados Unidos, Países Bajos y Corea del Sur, bajo la modalidad de uvas frescas y uvas de mesa. Así mismo, se puede observar que en el periodo de estudio exportaron quince empresas a los diferentes mercados internacionales.

Tabla 14

Exportaciones por empresa de la Uva al mercado internacional en Kg, periodo 2010-2019

EMPRESA	PESO NETO - KG									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
AGRICOLA PAMPA BAJA S.A.C.	257,640	750,792	1,587,109	2,562,991	3,667,285	3,916,968	4,337,159	3,763,515	6,024,007	4,598,321
SC PACKING S.A.C.	0	0	0	0	878,712	575,025	1,113,888	1,664,928	2,266,447	1,407,128
GREENLAND PERU S.A.C.	0	0	1,046,490	982,475	224,352	598,165	54,120	702,182	1,238,929	789,347
COMERCIAL NIVAMA S.A.C.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	112,176
FUNDO SACRAMENTO S.A.C.	58,499	37,392	15,419	0	1,380,433	490,787	352,610	163,479	0	82,897
FRUTIMAIES S.A.C.	0	0	0	0	0	0	0	56,088	22,435	18,696
INKA SELECT FRUIT S.A.C.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18,696
MANUELITA FYH S.A.C.	0	0	0	0	0	0	0	84	0	0
PROCESADORA LARAN SAC	0	0	0	0	18,106	0	0	0	0	0
SOCIEDAD AGRICOLA RAPEL S.A.C.	0	0	0	0	19,680	0	0	0	0	0
FUNDO AMERICA SAC.	0	0	0	0	167,797	67,306	0	0	0	0
AGRICOLA AREQUIPA EIRL	0	0	0	0	0	0	0	0	18,696	0
AGRICOLA LAS MARIAS S.A.C.	0	0	0	37,392	0	37,392	0	0	0	0
CONSORCIO AGRICOLA L&F S.A.C.	0	0	0	0	0	56,088	18,696	0	0	0
CONSORCIO AGROEXPORTADOR DEL PERU S.A.C	0	339,986	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL EXPORTACIONES	316,139	1,128,170	2,649,018	3,582,858	6,356,364	5,741,731	5,876,473	6,350,276	9,570,515	7,027,262

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de la Asociación de Exportadores (ADEX, s.f.).

Los envíos al mercado de Estados Unidos en el último periodo de estudio, se concentran en 7 empresas, que en volumen representan el 55,02% del total de envíos a los mercados internacionales. Las empresas representativas en el mercado de Estados Unidos son Agrícola Pampa Baja SAC con un 68,68% y SC Packing SAC con el 20,58%, que en total abarcan el mercado en un 89,26%.

Tabla 15

Exportaciones por empresa al mercado de Estados Unidos en valor y peso neto, periodo 2019

EMPRESA	AÑO 2019	
	US\$ FOB	PESO NETO - KG
AGRICOLA PAMPA BAJA S.A.C.	9,126,529.00	2,655,388.00
SC PACKING S.A.C.	2,027,169.00	795,784.00
GREENLAND PERU S.A.C.	718,945.00	210,527.00
COMERCIAL NIVAMA S.A.C.		
FUNDO SACRAMENTO S.A.C.	195,112.30	82,897.40
FRUTIMAJES S.A.C.		
INKA SELECT FRUIT S.A.C.		
MANUELITA FYH S.A.C.	34,200.00	18,696.00
PROCESADORA LARAN SAC	37,708.00	18,696.00
SOCIEDAD AGRICOLA RAPEL S.A.C.	229,221.00	84,528.00
TOTAL EXPORTACIONES	12,368,884	3,866,516

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de la Asociación de Exportadores (ADEX, s.f.).

Cabe resaltar que los envíos al mercado de Estados Unidos por parte de las empresas de la región se realizan por los distritos de: Baltimore, Buffalo, Houston, Los Ángeles, Miami y New York.

6.1.1. Condiciones de los envíos de uva de la región Arequipa al mercado de Estados Unidos

Las exportaciones por parte de las empresas de la región Arequipa al mercado de Estados Unidos según las Aduanas SUNAT (s.f.), contempla envíos realizados vía marítima y por los puertos: Callao, Matarani, Pisco y Paita. Así mismo, llegaron al mercado de Estados Unidos por los puertos: Philadelphia, Los Ángeles, Long Beach-California, Port Everglades-Florida, Houston, Savannah-Georgia y Miami-Florida.

En términos de las variedades y embalaje que se exporta están:

- En cajas, tratamiento en frío, variedad Thompson
- En cajas, tratamiento en frío, variedad Sugraone
- En cajas, tratamiento en frío, variedad Red Globe
- En cajas, tratamiento en frío, variedad Flame
- En cajas, tratamiento en frío, variedad Crimson

Vale resaltar que, en su mayoría de los envíos, las empresas se acogen al régimen aduanero de Restitución de Derechos Arancelarios/Drawback, generando incentivos a las empresas, dado los beneficios del régimen; ello implica la importación de insumos con el pago total derechos arancelarios e incluirlo en su exportación final del producto; información recogida por la DAM.

También podemos mencionar que según la Oficina del Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior Peruano (SIICEX, s.f.) en su enlace de requisitos de acceso a mercados (RAM), considera los siguientes requisitos generales de acceso:

- Certificado Fitosanitario
- Certificado de lugar de producción
- Certificado de planta de empaque
- Carta de instrucción al capitán
- Certificado de calibración de sensores

Así mismo, de acuerdo con el Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal (APHIS) del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), las uvas están sujetas a un permiso de importación (Import Permit), y los envíos son inspeccionados en los puertos de ingreso conforme a los requisitos que se aplican para las importaciones de frutas y verduras.

La Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza (Customs and Borders Protection-CBP) del Departamento de Seguridad Nacional (Department of Homeland Security) de los Estados Unidos es quien está a cargo de la aplicación de los reglamentos de APHIS en los puertos, además de inspeccionar cuando este producto llegue a un puerto de entrada. El Departamento de Agricultura de EE.UU. (USDA) es la entidad que establece cuales son las reglas y protocolos que se debe de seguir para la importación de las uvas a los Estados Unidos. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2021), más información en el Anexo 3.

6.2. Índice De Ventaja Comparativa Revelada (IVCR) y Normalizada (IVCRN)

Tomando en cuenta las relaciones económicas de la región con el producto en el mercado mundial y Estados Unidos, podemos mencionar que las variables de ventaja comparativa y competitividad muestran una relación, donde la ventaja comparativa está

relacionada con la eficiencia en la producción al comparar dos países, donde la teoría indica que el país que presenta el costo de oportunidad más bajo se considera más eficiente, y por lo tanto posee una ventaja comparativa; esto permite que los países se vean beneficiados por mayores niveles de producción, mejor calidad y precios menores; En términos de competitividad, según Krugman et al. (2012) esta se presenta como el grado, por el cual un país en condiciones de libre mercado, produce bienes y servicios mayores a los mercados internacionales, lo que permite que haya un aumento de los ingresos reales de la población de forma constante.

Balassa, (1965) acuñó el término de Índice de Ventaja Comparativa Revelada, del cual permite ver el flujo de las transacciones comerciales de los países, de manera que se puedan vislumbrar sus ventajas comparativas, estos además reflejan los costos y diferencias que hay entre los países en análisis, es decir, como se dan las operaciones comerciales entre los países en cuestión.

Ramírez-Padron et al, (2018) resalta los beneficios del uso de este índice porque se conforma como una herramienta fundamental para el desarrollo de las actividades comerciales de cualquier país o producto, ya que permite establecer estrategias que mejoren o incrementen las ganancias, además de que da una visión del desempeño y la competitividad en materia comercial y de producción; este indicador es una medida fiable de las ventajas y desventajas en competitividad de un país al presentarse al mercado internacional con un producto específico.

En este contexto, la investigación busca medir la competitividad de la uva de la región Arequipa, en uno de los mercados principales que importan el producto como es Estados Unidos con la estimación del Índice de Ventaja Comparativa Revelada (IVCR), realizando el siguiente procedimiento:

$$VCR = \frac{\frac{X_i^k}{XT_i}}{\frac{X_w^k}{XT_w}}$$

Donde X_i^k son las exportaciones del producto k por el país i al mundo, XT_i exportaciones totales por el país i al mundo, X_w^k exportaciones del producto k del mundo w y XT_w las exportaciones totales del mundo w .

Los resultados de este indicador pueden presentarse de forma bilateral o multilateral, ya que de acuerdo al enfoque del análisis que se le dé, puede indicar comparativamente a dos economías con el resto del mundo; además este es desagregado ya que permite reconocer cuales son las ventajas comparativas que hay entre los productos o industrias de las economías. (Castellanos Aristizábal, 2014)

Por otro lado, la normalización del IVRCN en términos del total de exportaciones, X , convierte al IVCRN en un indicador más adecuado para el desarrollo de las comparaciones entre países y productos (Yu et al., 2010).

Entonces, el IVCRN permite dar una visión mejorada del análisis al normalizar este a valores entre -1 y 1, con la formula siguiente:

$$IVCRN = \frac{IVCR - 1}{IVCR + 1}$$

Su utilización, en la ciencia actual, sirve como una forma de análisis de los productos que sufrieron modificaciones en relación a su ventaja comparativa, al respecto existen estudios, como el de García et al. (2012) que determinaron como el comportamiento del sector agropecuario se vio afectado en México posteriormente a la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).

En términos del producto y con información de ADEX-Perú se llegaron a los siguientes resultados para la región Arequipa.

Como se observa en la Tabla 16, en base a los resultados de las exportaciones del producto a Estados Unidos y del sector; así como también, las exportaciones al resto de países y del sector, se hicieron los cálculos según las relaciones indicadas anteriormente. En donde los resultados muestran un comportamiento positivo e irregular, donde, en término medio, el IVCR fue de 1,27 lo cual nos hace indicar que la región Arequipa posee una ventaja comparativa en los envíos a este mercado. Siendo el valor total de envíos en el 2019 de US\$ 12 368 884 y un índice de 1,87 el más alto en el periodo de análisis; por lo tanto, para este último periodo, se muestra un mayor nivel de competitividad de la uva en Estados Unidos.

Tabla 16

Exportaciones de Uva y del sector agrícola al mercado de Estados Unidos, periodo 2010-2019 (miles de dólares)

AÑO	De Uva de AQP a EEUU.	Totales sector Agrícola de AQP a EEUU.	De Uva de AQP hacia el Mundo	Totales sector Agrícola de AQP hacia el Mundo
	X_i^k	XT_i	X_w^k	XT_w
2,010	262,637	23,301,562	637,787	91,222,696
2,011	1,043,285	45,475,520	2,393,147	110,601,715
2,012	1,538,555	35,340,291	6,302,720	96,641,575
2,013	7,331,634	41,122,911	12,330,935	103,229,939
2,014	5,312,530	54,014,819	18,226,245	122,346,302
2,015	10,976,505	45,503,833	16,516,785	95,758,988
2,016	11,963,394	60,684,990	16,553,781	119,000,741
2,017	9,902,516	57,780,575	17,048,725	119,773,315
2,018	13,957,341	55,171,416	24,965,363	130,815,589
2,019	12,368,884	39,413,672	18,756,887	111,592,030

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de la Asociación de Exportadores (ADEX, s.f.).

En términos del IVCRN de la uva hacia Estados Unidos, en promedio tuvo un comportamiento también positivo en el orden de 0.09, por lo que se encuentra en el rango de -0,33 a 0,33 (Duran-Lima & Álvarez, 2008), en el periodo de análisis y un comportamiento irregular explicado por la tendencia de exportaciones del sector agrícola de la región, y porque no decirlo también, reflejando una propensión al comercio intra producto (intercambio de productos del mismo grupo).

Tabla 17

IVCR y IVCRN de la Uva de la región Arequipa en el mercado de Estados Unidos, periodo 2010-2019

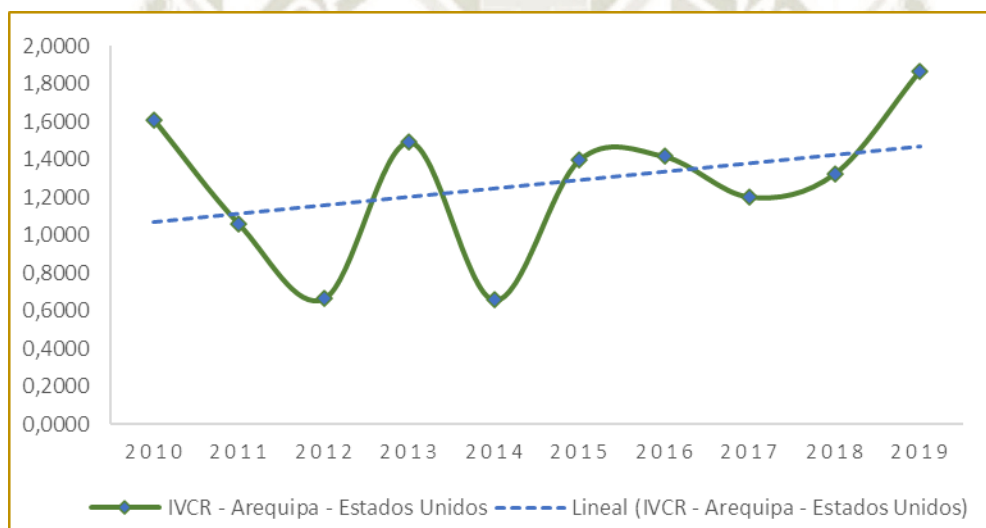
AÑO	IVCR AQP - Estados Unidos	IVCRN AQP - Estados Unidos
2010	1.612124	0.234340
2011	1.060273	0.029255
2012	0.667542	-0.199370
2013	1.492542	0.197606
2014	0.660210	-0.204667
2015	1.398525	0.166154
2016	1.417182	0.172590
2017	1.204015	0.092565
2018	1.325593	0.140004
2019	1.867050	0.302419
PROMEDIO	1.270506	0.093090

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de la Asociación de Exportadores (ADEX, s.f.).

De igual forma, podemos mencionar que dado los resultados con IVCR (mayor a cero) la Uva presenta una ventaja comparativa revelada y que las exportaciones superan a las importaciones del producto en la región, de donde las tendencias en los resultados (Figuras 14 y 15) registra un comportamiento creciente en el orden del 1,64%, por lo tanto, la región Arequipa mejoró su ventaja comparativa revelada de la uva en el periodo en estudio y por ende su posición competitiva. Ello implica que la región está mostrando un producto competitivo con gran potencial, además de que se exporta más el producto en términos relativos a Estados Unidos, de lo que la región hace con los demás productos del sector.

Figura 14

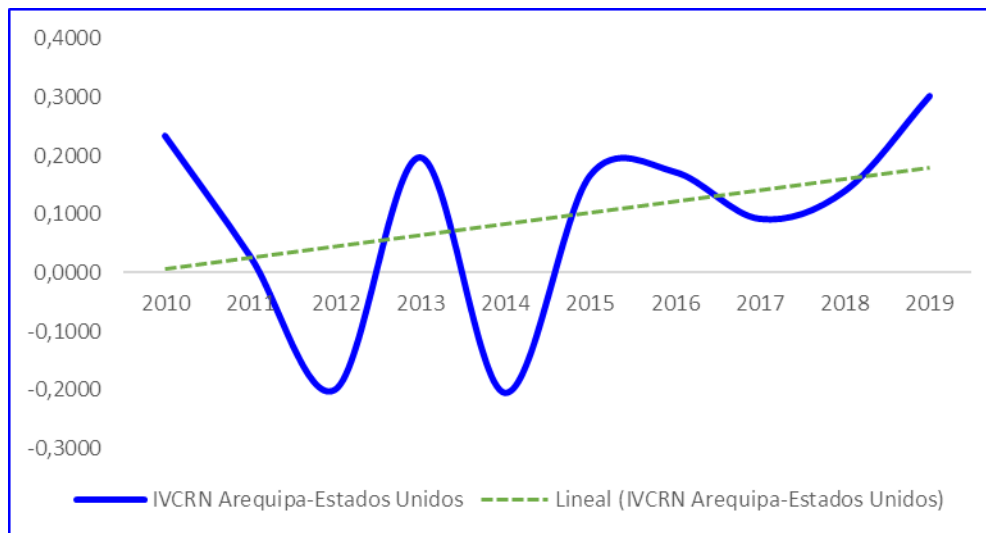
IVCR de la Uva al mercado de Estados Unidos, periodo 2010-2019



En base a los resultados (Tabla 17), consideramos que es necesario poder identificar a potenciales países competidores con información de sus mercados en términos de tendencias de consumo; con el objetivo de diversificar nuestras exportaciones, no solo del producto en análisis, sino también de todos los productos de exportación agrícola que la región Arequipa produce; y apoyarlo con el cálculo de los Indicadores en mención y tener una idea clara de los productos más vulnerables y competitivos de toda la región Arequipa en el sector agroexportador.

Figura 15

IVCRN de la Uva al mercado de Estados Unidos, periodo 2010-2019

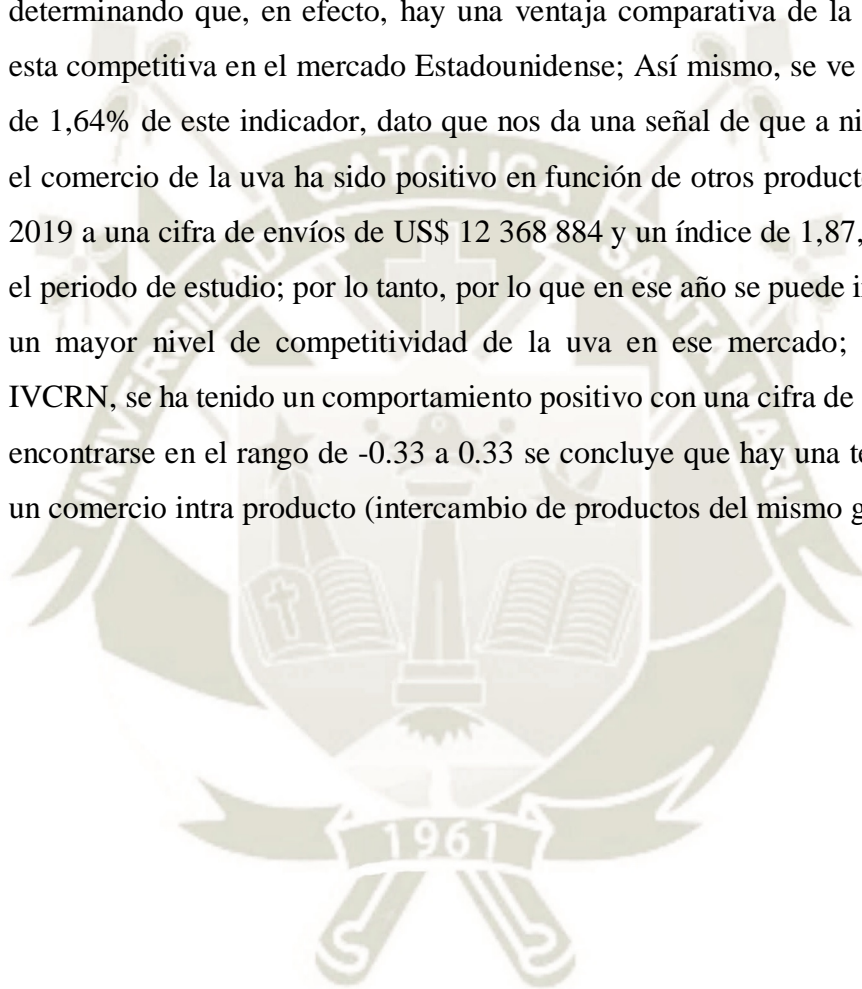


Por lo tanto, sugerimos realizar en una próxima investigación, en donde se pueda determinar la posición competitiva de todos los productos del sector, para tener en cuenta las ventajas y desventajas que la región posee en el ámbito internacional, y por ende tomar medidas en el ámbito de políticas públicas para la mejora del producto en su inserción al mercado internacional. De igual forma considerar un cálculo de estos indicadores en términos comparativos con los demás países que la región Arequipa exporta el producto; para poder determinar la posición de la uva de la región en el contexto internacional.

CONCLUSIONES

1. Las exportaciones del sector agrícola en la región han mostrado un marcado dinamismo, donde las frutas crecieron en el orden del 26,09%, seguido de las flores y plantas (25,76%). Refiriéndonos a la participación, las hortalizas representan el 52% y las frutas el 25%; esto permite denotar que hay una diversificación en las exportaciones de la región, que ubica a Arequipa en segundo lugar a nivel nacional, exportando una variedad amplia de productos, solo después de la capital de la república.
2. En el periodo estudiado, las exportaciones se incrementaron en aproximadamente el 41,14% pasando de 316 TM en el 2010 a 7 mil 027 TM en el año 2019 (de US\$ 637 mil a 18 756 millones respectivamente, registrando un crecimiento de 45,60%). El precio de exportación de la región bordea 3,27 US\$FOB/Kg para envíos a Estados Unidos, en segundo lugar, a Corea del Sur con un precio de 3,15 US\$FOB/Kg por kilogramo, y Honduras en 1,89 US\$FOB/Kg por lo que las exportaciones a este último mercado son menores. Revisando solo las tasas de crecimiento, el primer lugar lo ocupa Corea del Sur con una tasa de 3,27%, a pesar de que las exportaciones a este destino no han sido totalmente consistentes; para Estados Unidos el crecimiento ha sido de 2,96%, que se ha visto beneficiado por la dinámica constante de exportación, lo que lo convierte en el destino favorito de los envíos de uva por la región.
3. En los envíos por país, el 2010 se enviaron solo a 5 países; para el 2019 este se incrementó a 25 países, siendo en el periodo de análisis de 40 países de destino; de donde Estados Unidos y Asia, constituyen el 70% del total, resaltando en tercer lugar a la Unión Europea con el 22%, este incremento tan elevado se explica en gran medida por la firma de los Tratados de Libre Comercio que el país ha firmado con diversas economías; en donde analizando solo los crecimientos se tiene que los Estados Unidos presentan una tasa por encima del total mundial con 49%, seguido del Asia con 38% y la Unión Europea con 32%, de donde se puede añadir el gran potencial del mercado ruso ya que este no presenta producción de uva, por lo que todo su consumo se produce del exterior, esto a pesar de la ventaja arancelaria menor con relación a los otros países (Perú 3,75%).

4. La región requipa se está presentando como un exportador de uvas hacia Estados Unidos, el cual ha sido posible debido al acceso formal de este producto a su mercado, además del apoyo de la SENASA y la oficina del United States Department of Agriculture (USDA).
5. Se concluye que en términos del Índice de Ventaja Comparativa Revelada en promedio en el periodo de estudio fue de 1,27, siendo este mayor que cero, determinando que, en efecto, hay una ventaja comparativa de la región, siendo esta competitiva en el mercado Estadounidense; Así mismo, se ve un incremento de 1,64% de este indicador, dato que nos da una señal de que a nivel de tiempo, el comercio de la uva ha sido positivo en función de otros productos, llegando el 2019 a una cifra de envíos de US\$ 12 368 884 y un índice de 1,87, el más alto en el periodo de estudio; por lo tanto, por lo que en ese año se puede indicar que hay un mayor nivel de competitividad de la uva en ese mercado; Analizando el IVCRN, se ha tenido un comportamiento positivo con una cifra de 0,09, la cual al encontrarse en el rango de -0.33 a 0.33 se concluye que hay una tendencia hacia un comercio intra producto (intercambio de productos del mismo grupo).



RECOMENDACIONES

1. Para lograr mantener una participación en Estados Unidos, debemos implementar un sistema especializado que permita investigar constantemente el mercado, como por ejemplo el conocimiento de las ventanas estacionales, precios, competidores, tendencias de consumo, etc., donde participen universidades, sector privado, el Estado y la información sea de acceso público.
2. Para mejorar los volúmenes de envío a Estados Unidos, se debe integrar a más agricultores que permita potencializar la uva de exportación; de tal forma que puedan incluirse en la cadena productiva en forma directa, propiciando la generación de alianzas estratégicas: en términos de infraestructura, cadena de frío y servicios, los cuales al momento siguen siendo limitados.
3. Apoyar la ejecución del proyecto Majes Siguan II con el objetivo de ampliar la oferta exportable de la uva y otros productos del sector con destino a los mercados internacionales.
4. Fomentar un apoyo a los agricultores y exportadores del producto por parte del Estado en términos de herramientas digitales, como: Zoom, Microsoft Teams, Google Meet, Skype, entre otras, con el motivo de promocionar sus productos en ferias virtuales, dada la situación de pandemia.
5. Realizar una constante evaluación competitiva mediante los indicadores IVCR y IVCRN de todos los productos del sector agrícola y mercados de destino de la región Arequipa, en relación a otros mercados competidores en Estados Unidos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias Segura, J., & Segura Ruiz, O. (2004). Índice de Ventaja Comparativa Revelada: Un indicador del desempeño y de la competitividad productiva comercial en un país. *Revista Intercambio Área de Comercio y Agronegocios*. 4, 10 p. https://www.researchgate.net/publication/272167573_Indice_de_ventaja_comparativa_revelada_un_indicador_del_desempeno_y_de_la_competitividad_productivo-comercial_de_un_pais
- Asociación de Exportadores (s.f.). *Adex data trade* (Base de datos). <https://www.adexdatatrade.com/>
- Asociación Macrorregional de Productores para la Exportación (2018). *Perfil de producto Uva*. <https://www.slideshare.net/kaeslo/perfil-uva-14492361>
- Balassa, B. (1965). Trade liberalisation and “revealed” comparative advantage. *The Manchester School of Economics and Social Studies*, 119, 93-123. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9957.1965.tb00050.x>
- Banco Central de Reserva del Perú (2016). *Reporte de inflación: Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2016-2018*. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2016/junio/report-de-inflacion-junio-2016.pdf>
- Borda Rivera, E., Cáceres Angulo, L. E., Jáuregui Mercado, R., Neyra Araoz, G., y Obando Aguirre, M. (2006). *Aportes para el gobierno regional 2007-2010. Región Arequipa*. Universidad Católica de Santa María y Consorcio de Investigación Económica y social. <https://cies.org.pe/sites/default/files/pagina/files/region-arequipa.pdf>
- Caycho Rodríguez, E. M., Condezo Aliaga, P., Pancorbo Méndez, K., & Romero Casasola, J. (2017). *Planeamiento Estratégico de la Uva en el Perú* (Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú). Repositorio PUCP. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/8765>
- Casas, C. (2005). *Indicadores Regionales de Competitividad Regional*. Consejo Nacional de Competitividad.

- Castellanos Aristizábal, I. V. (2014). *Indicadores de Ventaja Comparativa* (Tesis de Grado, Universidad ICESI). Repositorio ICESI. https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/78103/1/TG00930.pdf
- Centro de Estudios Financieros (s.f.). *Concepto de Investigación de Mercados*. <https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>
- De Benedictis, L., & Tamberi, M. (2001). A note on the Balassa Index of revealed comparative advantage. *SRNN Electronic Journal*. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.289602>
- Banco Central de Reserva del Perú (2021). *Arequipa: Síntesis de actividad económica - diciembre 2020*. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Arequipa/2020/presentacion-arequipa-12-2020.pdf>
- Departamento de Hacienda y Finanzas (2014). *Revista Vasca de Economía: Ekonomiaz. La productividad. Tendencias y factores explicativos*. Gobierno Vasco. <https://www.euskadi.eus/web01-a2ogaeko/es/k86aEkonomiazWar/ekonomiaz/getArticulosPubl?idPubl=82>
- Dirección Nacional de Aduanas (s.f.). *Contenedores. Definición*. Ministerio de Economía y Finanzas. <https://www.aduanas.gub.uy/innovaportal/v/2542/8/innova.front/contenedores-definicion.html>
- Duran Lima, J. E., & Álvarez, M (2008). *Indicadores de Comercio Exterior y Política Comercial: Mediciones de Posición y Dinamismo Comercial*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3690/S2008794_es.pdf
- Exportación de Uva de la Región Arequipa (s.f.). *Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo*. <https://www.gerceturarequipa.gob.pe/comercio-exterior/2021/07/05/exportacion-de-uva-de-la-region-arequipa/>

- Fideicomiso de Riesgo Compartido (2017). *El Valor Agregado de la Uva*. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/firco/es/articulos/el-valor-agregado-de-la-uva?idiom=es>
- García, F., Martínez, F., Díaz, H., & Molina, M. (2012). Evolución de la ventaja comparativa revelada normalizada en productos agropecuarios mexicanos. *Revista Estudiantil de Economía*. <http://ree.economiatic.com/A4N2/222282.pdf>
- Gonzales Bernal, T., Puelles Risco, L., Villacorta Cortez, J., & Vizcardo Arias, G. A. (2005). *Diagnóstico De La Uva De Mesa Peruana De Exportación Orientado A La Competitividad: Lineamientos Estratégicos* (Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú). Repositorio PUCP. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/1677>
- Gutiérrez Acero, M. L. (2020). *Exportaciones De Uva 2020*. AUTODEMA. <http://opip.pems.pe/wp-content/uploads/2020/12/EXPORTACIONES-DE-LA-UVA-2020.pdf>
- Huamán Lupú, R. A., & Palacios Otero, C. A. (2019). *Comercio Internacional De Uva De Mesa, Utilizando El Modelo De Porter En La Región Piura, Periodo 2014-2018* (Tesis de Grado, Universidad Nacional de Piura). Repositorio UNP. <https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1986/ADM-HUA-MAR-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Identifique los Valores CIF y FOB en Transacciones Comerciales (2020). *Agencia de Aduanas Alberto Romero Sánchez y Cia. Ltda.* <https://www.agenciaromero.cl/es/noticias/detalle/identifique-los-valores-cif-y-fob-en-transacciones-comerciales-12>
- Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias (s.f.). *¿Qué es un clúster?* Gobierno del Principado de Asturias. <https://www.idepa.es/innovacion/clusteres/que-es-un-cluster>
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Individual (2018). *Comisión Nacional Contra La Biopiratería, Tema: Uva*. <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20791/2291514/Bolet%C3%ADn+N%C2%B0+5+%E2%80%93+Uva.pdf/55a5b459-51e6-f0e6-ab61-69c213451692>

- Instituto Peruano de Economía (2019). *Índice De Competitividad Regional*.
https://incoreperu.pe/portal/images/financepress/ediciones/INCORE_2019_FIN AL.pdf
- Investigación Sugiere que las Uvas Ayudarían Contra el Covid-19 (2021). *Redagrícola*.
<https://www.redagricola.com/cl/investigacion-sugiere-que-las-uvas-ayudarian-en-la-lucha-contra-el-covid-19/>
- Krugman, P. R., Obstfeld, M., & Melitz, M. J. (2012). *Economía Internacional: Teoría y política (9^{na} Edición)*. PEARSON EDUCACIÓN, S.A.
- Layme Arque, E. A. (2018). *Efecto De Diferentes Niveles De Carga En Las Variedades De Uva Moscatel Y Negra Criolla, Y Su Influencia En La Calidad Del Pisco, En La Irrigación De Majes - Autodema* (Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de San Agustín). Repositorio Institucional.
<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/5919/AGlaarea.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ley N° 27360 (2000). *Ley que aprueba las normas de promoción del sector agrario*.
<http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/per22169.pdf>
- Ley N° 31087 (2020). *Ley que deroga la Ley N° 27360, Ley que aprueba las norma de promoción del sector agrario, y el Decreto de Urgencia N° 043-2019, que modifica la Ley N° 27360*. <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/per200257.pdf>
- López Caba, D. (2020). *Acuerdo*. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/acuerdo.html>
- Minaya Mendoza, C. J. (2014). *Ventajas Comparativas De La Uva De Mesa Y Su Exportación Al Mercado De Estados Unidos 2008-2013* (Tesis de Grado, Universidad César Vallejo). Repositorio Institucional.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/2442/Minaya_MCJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ministerio de Agricultura y Riego (2019). *La Uva Peruana: Una Oportunidad en el Mercado Mundial*.

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/419832/Informe-Uva-peruana.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (s.f.). *Acuerdo de promoción comercial Perú-eeuu. Acuerdos comerciales del Perú.*
http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/En_Vigencia/EEUU/inicio.html

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (s.f.b). *Costos Logísticos.*
<https://www.mincetur.gob.pe/comercio-exterior/facilitacion-del-comercio-exterior/costos-logisticos/>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2021). *Ficha mercado producto uvas frescas.*
<https://institucional.promperu.gob.pe/ContenidosFichas/norteamerica/OMIA-Ficha-Mercado-EEUU-Producto-Uvas-Frescas-2021.pdf>

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (s.f.). <https://www.midagri.gob.pe/portal/181-exportaciones/que-podemos-exportar/532-definicion-de-oferta-exportable>

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2020). *Estadísticas De Agroexportaciones* (Base de datos) https://siea.midagri.gob.pe/portal/siea_bi/index.html

Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (s.f.). *Cultura Exportadora.* <https://proesa.gob.sv/cultura-exportadora/>

Páez, G. (2020). *Certificado De Origen.* Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/certificado-de-origen.html>

PERUCÁMARAS (2019). *Maco Región Sur Crecería 2,5% Al Cierre De Este Año.*
<https://perucamaras.org.pe/nt316.html>

Productos Agrícolas de Arequipa Conquistaron 24 Mercados Internacionales (2020). La República. <https://larepublica.pe/sociedad/2020/01/15/productos-agricolas-de-arequipa-conquistaron-24-mercados-internacionales-exportacion-ministerio-de-agricultura-lrsd/?ref=lr>

Quispe Huaranca, J. (2017). *Exportación De La Uva Red Globe peruana A Estados Unidos 2006-2015* (Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo). Repositorio

Institucional.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23732/Quispe_HJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ramírez-Padrón, L. C., Caamal-Cauich, I., Pat-Fernández, V. G., & Martínez-Luis, D. (2018). Ventaja comparativa revelada de la fresa (*Fragaria spp.*) mexicana en los mercados importadores. *Agroproductividad*, 11(1), 105-110. <https://revista-agroproductividad.org/index.php/agroproductividad/article/view/160/135>

Redacción Gestión (2021). *Perú Se Consolida Como El Segundo Exportador Mundial De Uva*. Gestión. <https://gestion.pe/economia/peru-se-consolida-como-segundo-exportador-mundial-de-uva-noticia/>

Romboila, N. (2015). *¿Qué es el drawback?*. FINANCIALRED. <https://www.finanzas.com/%C2%BFque-es-el-drawback>

Sánchez Galán, J. (2015). *Ventaja Comparativa*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-comparativa.html>

SENASA Contigo (2020). *MINAGRI Inicia Certificación De Lugares De Producción De Uva En Arequipa*. <https://www.senasa.gob.pe/senasacontigo/minagri-inicia-certificacion-de-lugares-de-produccion-de-uva-en-arequipa/>

Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú (2020). *Arequipa: Exportaciones De Uva Superaron Las 8 Mil Toneladas Durante Campaña 2019-2020*. Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. <https://www.gob.pe/institucion/senasa/noticias/296145-arequipa-exportaciones-de-uva-superaron-las-8-mil-toneladas-durante-campana-2019-2020>

Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (2021). *Partidas Arancelarias Del Producto, Exportadas En Los Últimos Años: 0806100000 - Uvas Frescas*. https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=202&pnomproducto=Uva

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (s.f.). *Estadísticas De Comercio Exterior* (base de datos). https://www.sunat.gob.pe/estad-comExt/modelo_web/web_estadistica.htm

TradeMap (s.f.). *Estadísticas Del Comercio Para El Desarrollo Internacional De Las Empresas* (Base de Datos). <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Valencia Sandoval, K., & Duana Ávila, D. (2019). La competitividad del comercio de uva en el mercado internacional y en Estados Unidos, el caso de Perú y México. *Revista CIMEXUS*, 14(1), 59-77. <https://doi.org/10.33110/cimexus140103>

Ventaja Comparativa Revelada (s.f.). *Wikipedia*.
https://es.wikipedia.org/wiki/Ventaja_comparativa_revelada

Vermorel, J. (2011). *Estacionalidad* (Cadena de suministro). LOKAD.
[https://www.lokad.com/es/definicion-estacionalidad#:~:text=Estacionalidad%20\(cadena%20de%20suministro\)&text=En%20la%20cadena%20de%20suminsitro,de%20la%20%C3%A9poca%20del%20a%C3%B1o.](https://www.lokad.com/es/definicion-estacionalidad#:~:text=Estacionalidad%20(cadena%20de%20suministro)&text=En%20la%20cadena%20de%20suminsitro,de%20la%20%C3%A9poca%20del%20a%C3%B1o.)

Westreicher, G. (2016). *Balanza de Pagos*. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/balanza-de-pagos.html>

Yu, R., Cai, J., Loke, M. K., & Leung, P. (2010). Assessing the comparative advantage of Hawaii's agricultural market exports to the US mainland market. *The Annals of Regional Science*, 45(2), 473-485. <http://dx.doi.org/10.1007/s00168-009-0312-9>

¿Qué es un Agente de Compras o Agente Aduanero? (s.f.). *Maitsa Customs Brokerage*.
<https://www.maitsa.com/agente-de-aduanas-en-espana/que-es-un-agente-de-aduanas-o-agente-aduanero>

ANEXOS

ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA



TEMA: COMPETITIVIDAD DE LA OFERTA EXPORTABLE DE LA UVA DE LA REGIÓN AREQUIPA EN EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS, PERIODO 2010 – 2019				
Problema principal	Objetivo general	Hipótesis	Variable	Indicadores
¿Cómo es la competitividad de la Oferta exportable de la Uva de la región Arequipa en el mercado de Estados Unidos, periodo 2010-2019?	Analizar la Competitividad de La Oferta Exportable de la Uva de la Región Arequipa en el mercado de Estados Unidos, periodo 2010 – 2019.	DADO QUE: no se logra precisar si la región Arequipa posee un gran dinamismo en las exportaciones de Uvas, para determinar si cuenta con la competitividad de la oferta exportable necesaria de este producto para el mercado de Estados Unidos, periodo 2010 – 2019; ES PROBABLE QUE: mediante un análisis de Índices de competitividad de la oferta exportable de Uva de la región Arequipa, se pueda establecer la existencia de factores tanto internos como externos que limitan una competitividad en la región, se proponga soluciones al crecimiento exportador, y por ende un mayor crecimiento económico en la región de Arequipa	Independiente Competitividad	Índice de Ventaja Comparativa Revelada (IVCR) Índice de Ventaja Comparativa Revelada Normalizada (IVCRN) Competitividad de las empresas Estacionalidad de la producción
Problemas específicos	Objetivos específicos		Variable	Indicadores
¿Cómo fueron las exportaciones del sector agrícola en la región Arequipa, durante el periodo 2010-2019?	Analizar las exportaciones del sector agrícola en la región Arequipa, durante el periodo 2010-2019		Dependiente Oferta exportable de la Uva	Valor FOB de las exportaciones del producto no tradicional (uva) en el sector agrícola. Oferta exportable a nivel regional. Demanda de uva a nivel regional en mercados extranjeros

<p>¿Cómo fueron las exportaciones de la Uva en la región Arequipa en términos FOB, cantidad y precio?</p>	<p>Analizar las exportaciones de la Uva en la región Arequipa en términos FOB, cantidad y precio</p>			
<p>¿Cuáles fueron los mercados de destino de la Uva en el periodo 2010-2019?</p>	<p>Estudiar los mercados de destino de la Uva en el periodo 2010-2019</p>			
<p>¿Cómo es el comportamiento de la demanda y oferta de la Uva, entre la región Arequipa y el mundo durante el periodo de estudio?</p>	<p>Examinar el comportamiento de la demanda y oferta de la Uva, entre la región Arequipa y el mundo durante el periodo de estudio</p>			
<p>¿Cómo es la dinámica en base al Índice de Ventaja Comparativa Revelada en las exportaciones de Uvas en la región Arequipa?</p>	<p>Examinar la dinámica en base al Índice de Ventaja Comparativa Revelada en las exportaciones de Uvas en la región Arequipa</p>			

ANEXO 02: Precios de referencia de la Uva fresca en Estados Unidos, enero 2021

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg, otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
Winn Dixie	Bolsa	US\$2,27	California	17 enero 2021	Seedless verde fresca, bolsa de 2 libras	
Winn Dixie	Bolsa	US\$2,82	EE.UU.	17 enero 2021	Seedless roja fresca, bolsa de 2 libras	
Winn Dixie	Libra	US\$3,99	EE.UU.	17 enero 2021	Seedless negra, fresca, bolsa 1 libra	

Walmart	Libra	US\$2,34	n/d	17 enero 2021	Seedless verde, fresca, bolsa 1 lb	
Walmart	Bolsa	US\$2,26	n/d	17 enero 2021	Seedless negra, fresca, bolsa 1 libras	
Walmart	Libra	US\$1,44	n/d	17 enero 2021	Seedless roja, fresca, bolsa 1 lb	

Publix	Libra	US\$2,75	Perú	24 enero 2021	Seedless red grapes	
Publix	Libra	US\$2,19	Chile	29 enero 2021	Seedless red grapes	

ANEXO 03: REQUISITOS DE ACCESO DE LA UVA A ESTADOS UNIDOS

Para la exportación de alimentos a EE.UU. se debe cumplir con los siguientes requisitos básicos:

- Registro de instalaciones alimenticias – FDA (Food and Drugs Administration)
- Notificación previa de alimentos importados – FDA
- Certificado de Origen
- Factura Comercial

Según el Sistema Armonizado de Aranceles de Estados Unidos, los envíos de uvas frescas desde Perú están exentos del pago del arancel aduanero.

De acuerdo con el Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal (APHIS) del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), las uvas están sujetas a un permiso de importación (Import Permit), y los envíos están sujetos a inspección en los puertos de entrada de acuerdo con los requisitos generales que figuran en el § 7 CFR 319,56-3 que son aplicables a la importación de todas las frutas y verduras.

La Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza (Customs and Borders Protection-CBP) del Departamento de Seguridad Nacional (Department of Homeland Security) de los Estados Unidos es la encargada de aplicar los reglamentos de APHIS en los puertos de ingreso y de realizar la inspección cuando el envío de uvas arribe en el puerto de entrada.

El Departamento de Agricultura de EE.UU. (USDA) establece regulaciones y protocolos para la importación de la uva de mesa a los Estados Unidos. Todas las uvas, a excepción de las variedades especificadas a continuación, deben ser inspeccionadas y certificadas para cumplir con los requisitos mínimos de calidad, tamaño y madurez antes de su importación. El costo de la inspección y certificación es pagado por el solicitante. Toda uva de mesa de la especie Vinífera tiene que cumplir con estas reglas establecidas para el periodo desde el 10 de abril al 10 de julio cada año.

El grado o calidad, deberá ser como mínimo "U.S. No. 1 Table" o "U.S. No. 1 Institutional grapes", que consisten en racimos de uvas bien desarrolladas, de apariencia uniforme, y que cumplan con requisitos específicos sobre madurez, firmeza, tolerancia y libres de daños, entre otros. El tamaño corresponde a un diámetro mínimo de la uva de entre 9/16 pulgadas (1,43cm) a 10/16 pulgadas (1,59cm), según la variedad.



La tolerancia será del 33 por ciento en lugar del 4 por ciento como se requiere para cumplir con el grado institucional n.o 1 de EE. UU. Las uvas que cumplan con estos requisitos de calidad no se marcarán como "Paquete institucional", pero pueden estar marcadas como "DGAC No. 1 institucional". Además, las uvas de grado de mesa No. 1 de EE. UU. Pueden empacarse en paquetes individuales para el consumidor que contienen 5 libras peso neto o menos; siempre que no más del 20 por ciento del peso de dichos contenedores pueda consistir en racimos individuales que pesen menos de un cuarto de libra, pero con al menos cinco bayas cada uno.

Casos concretos son los de la variedad uva "Perlette", que además de cumplir con los estándares anteriores, deberá tener un tamaño mínimo de la uva de 1,59 cm. De igual manera, la uva "Flame Seedless" también debe cumplir con las mismas reglas y tamaño que la uva Perlette y además con una madurez específica: será considerada madura si el jugo contiene no menos de 15% de sólidos solubles que son iguales o en exceso de 20 partes a cada parte de ácido contenida en el jugo.

Las regulaciones de importación de uva no aplican a las siguientes variedades:

- | | | |
|--------------|-------------|---------------|
| • Almeria | • Christmas | • La Rochelle |
| • Alphonse | • Rose | • Muscatel |
| • Lavelle | • Dauphine | • Queen |
| • Barlinka | • Emperor | • Ribier |
| • Bien Donne | • Italia | • Rouge |
| • Bonheur | • Pirovano | • Sonita |
| • (Bonnoir) | • (Blanca | • Tokay |
| • Calmeria | • Italia) | • Waltham |
| | • Kyojo | • Cross |

Los estándares están disponibles en el enlace <https://www.ams.usda.gov/grades-standards/table-grapes-european-or-vinifera-type-grades-and-standards>, y las tolerancias aquí: <https://www.gpo.gov/fdsys/pkg/CFR-2005-title7-vol2/pdf/CFR-2005-title7-vol2-part51-subpart-id1790-subjectgroup-id1798.pdf>

- U.S. Extra Fancy: Tabla consta de racimos de uvas bien desarrolladas de una variedad.
- U.S. Extra Fancy Export: consiste en uvas que cumplen con los requisitos de U.S. Extra Fancy Table y, además, cumplen con los requisitos de empaquetado establecidos en §51.912.
- U.S. Fancy Table: consta de racimos de uvas bien desarrolladas de una variedad, excepto cuando se designan como variedades variadas, que son al menos razonablemente bien coloreadas, de apariencia uniforme.
- U.S. Fancy Export consiste en uvas que cumplen con los requisitos de U.S. Fancy Table, excepto que los racimos deben pesar no menos de media libra y además cumplir con los requisitos de empaque establecidos en §51.912.
- U.S. No. 1 Table consiste en racimos de uvas bien desarrolladas de una variedad, excepto cuando se designan como variedades variadas, que son por lo menos bastante bien coloreadas, uniforme en apariencia cuando así se especifica en relación con el grado.
- U.S. No. 1 Institutional grapes: Deben tener no menos del 95 por ciento de los envases en el lote marcado de manera legible como "Paquete institucional". Otros requisitos para este grado incluyen uvas que consisten en racimos de uvas bien desarrolladas de una variedad, excepto cuando se designan como variedades variadas, que son al menos bastante bien coloreadas, uniforme en apariencia cuando así se especifica en relación con el grado.
- Perlette: deberá cumplir con los requisitos de grado y tamaño enumerados anteriormente, excepto que el tamaño mínimo de la baya será de diez dieciseisavos de pulgada (1.59 cm).

- **Flame Seedless:** Deberá cumplir con los requisitos de grado y tamaño enumerados anteriormente, excepto que el tamaño mínimo de la baya será de diez dieciseisavos de pulgada (1.59 cm) y la madurez será la especificada en la columna de madurez de esta fila. Las uvas flameadas sin semillas se consideran maduras si el jugo contiene no menos del 15% de sólidos solubles que son iguales o superiores a 20 partes por cada parte de ácido contenido en el jugo.

Las uvas de mesa que no cumplan con las regulaciones establecidas por USDA pueden ser: (1) exportadas, (2) desechadas bajo la supervisión del Programa Federal de Inspección o el Programa Federal-Estatal de Inspección con el importador asumiendo los costos de certificar la disposición, (3) desviadas al procesamiento de jugo utilizando el formulario FV-6, o (4) reacondicionadas y regresadas al punto de inspección sin la porción fallida.

Los importadores de uva de mesa deben hacer los arreglos necesarios para la inspección y certificación al menos un día antes de su entrada a las oficinas de inspección en el puerto, dos días antes de su entrada a las oficinas regionales y tres días antes de su entrada a la oficina central de Washington.

Para más información sobre las regulaciones de importación de uva se puede consultar el siguiente enlace: https://www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?SID=4c0434f92c86fda5b022d737960bb927&mc=true&node=se7.8.944_1503&rgn=div8

Tratamiento

Adicionalmente, las uvas de Perú deben seguir un tratamiento frío denominado T107-a-1 antes de llegar a Estados Unidos, siguiendo las siguientes instrucciones como condición de entrada:

Temperatura	Tiempo de exposición
34 ° F (1.11 ° C) o menor	15 días
35 ° F (1.67 ° C) o menor	17 días

En caso de que este tratamiento no se llegue a completar o cuente con alguna falla, las uvas que lleguen a Estados Unidos deberán ingresar por puertos ubicados al norte de la latitud 39º y al este de la longitud 104º; o a través de puertos que cuenten con instalaciones aprobadas para realizar tratamiento en frío.

Una vez la mercancía ha cumplido con el tratamiento, deberá ser inspeccionada para su verificación. La Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza (Customs and Borders Protection-CBP) del Departamento de Seguridad Nacional (Department of Homeland Security) de los Estados Unidos es la encargada de aplicar los reglamentos de APHIS en los puertos de ingreso y de realizar la inspección cuando el envío de uvas arribe en el puerto de entrada.

Para mayor información sobre esta reglamentación se puede consultar el siguiente enlace: https://epermits.aphis.usda.gov/manual/index.cfm?action=cirReportP&PERMITTED_ID=8264

Las normas establecidas requieren que estos productos frescos entren al país por puertos ubicados por encima de la latitud 39º, siguiendo unos requerimientos cuyos puntos más destacables son:

- Certificación de las instalaciones de refrigerado de frutas y vegetales, que necesitará renovarse cada tres años, o cuando APHIS considere necesario. Estas instalaciones deberán cumplir con los requisitos de temperatura para las frutas y pulpas.
- Las frutas y vegetales deberán ser pre-enfriados y refrigerados antes o después de su llegada a EE.UU., siguiendo las indicaciones de la regulación. En caso de que no hayan sido tratados antes de su ingreso en el país, deberá realizarse el tratamiento en frío en plantas locales aprobadas por un administrador.
- Los procedimientos a seguir serán vigilados, controlados y asesorados por un oficial autorizado por APHIS. Además, gestionará la aprobación de los equipos usados para el tratamiento.
- Se aplicarán requisitos adicionales tras la llegada de la mercancía a los diferentes puertos o aeropuertos de EE.UU.

Sin embargo, desde 2013, APHIS autorizó un programa para determinados productos con origen en países específicos, entre los que encuentran las uvas, arándanos y cítricos peruanos, para que pudieran ingresar al país por puertos por debajo de la latitud 39º, siguiendo el tratamiento frío en el trayecto. Bajo este programa ha ido autorizando nuevos puertos en los estados del sur del país, consiguiendo así acortar los tiempos de embarque actuales, alargar la vida útil del producto, y reducir los costos finales para el consumidor.

Puertos sureños aprobados para uvas peruanas	Fecha efectiva
Port of Miami, Port Everglades	1 octubre 2013
Savannah	1 septiembre 2014
Jacksonville, Tampa, Manatee	1 octubre 2015
Charleston	2 marzo 2016



ANEXO 04: PLAN DE TESIS

Universidad Católica de Santa María
Facultad De Ciencias Económico Administrativas
Escuela Profesional De Ingeniería Comercial



PLAN DE TESIS

**COMPETITIVIDAD DE LA OFERTA EXPORTABLE DE LA UVA DE LA
REGIÓN AREQUIPA EN EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS, PERIODO
2010 – 2019**

Plan de Tesis presentada por
las Bachilleres:

**De los Reyes Villegas,
Juana Raquel
De los Reyes Villegas, Verónica
Ximena**

para optar el Título
Profesional de

**Ingeniera Comercial con
Especialidad en Negocios
Internacionales.**

Arequipa – Perú

2021

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1. PROBLEMA

1.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

“Competitividad de la oferta exportable de la uva de la región Arequipa en el mercado de estados unidos, periodo 2010 – 2019”

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Actualmente, las ciudades y los países están dando mayor importancia a sus intercambios comerciales con los mercados internacionales, puesto que favorece a la ampliación de los beneficios de los acuerdos y tratados de libre comercio a las comunidades, para mejorar la calidad de la ciudadanía. La apuesta por el mercado exterior es una forma de luchar contra la pobreza. La producción para la exportación genera empleos sostenibles, extiende los beneficios y garantiza el crecimiento económico de la región.

La región Arequipa es una de las más importantes en la contribución económica del país. Según la Cámara Nacional de Comercio, Producción, Turismo y Servicios (PERUCÁMARAS, 2019), estimó que el PBI de Arequipa alcanzaría los S/ 32,260.1 millones al cierre del 2019, equivalente a un crecimiento de 2,3% con relación al año 2018. **Esta región aportaría 5,9% al PBI nacional.** Lo que la ubica como la segunda economía más grande del Perú después de Lima.

También considerada una región competitiva, Según El Índice de Competitividad Regional (INCORE, 2019) Arequipa fue la segunda región más competitiva del país. Luego de Lima, cabe mencionar que existe aún una brecha importante para lograr ser una región verdaderamente competitiva en el marco del contexto internacional.

Michael Porter, alude que se dispone de todas las herramientas para poder ser competitivos, pero que solo falta explotarlo. Dentro de estas herramientas se dispone a la oferta exportable de uvas, donde la región Arequipa es competitiva. Según el boletín Arequipa: Exportaciones de uva superaron las 8 mil toneladas durante Campaña 2019-2020, Arequipa logró la certificación fitosanitaria de 8300 toneladas de este producto,

destinado a 24 mercados internacionales. El volumen agroexportable del 2020 superó las cifras del 2020, logrando posicionarse en importantes mercados como EE.UU., Holanda (Países Bajos), China, Corea del Sur entre otros. Cabe resaltar que, en el 2019, el Perú se consolidó como el tercer exportador más grande de uva en el mundo.

Por consiguiente, las empresas peruanas tienen un buen posicionamiento a nivel mundial. No puede dejarse de lado que el sector agropecuario, al cual pertenece el producto de la uva es una de las actividades económicas más importantes de Arequipa.

Como indica La Cámara Nacional de Comercio, Producción, Turismo y Servicios, (PERUCÁMARAS, 2019) las actividades que impulsan la economía de esta región son Minería e hidrocarburos (con una participación de 35,6%), Otros servicios (16,4%) y Manufactura (10,4%). Le siguen Comercio (9,3%) y Construcción (7,9%). Más atrás se ubican *Agropecuaria* (5,5%), Transportes (5,1%), Telecomunicaciones (3,6%), Administración pública (3,1%), Alojamiento y restaurantes (2%), Electricidad, gas y agua (0,9%) y Pesca (0,2%).

El presente trabajo expondrá un análisis de la competitividad regional según el índice de competitividad revelada (IVCR) y el Índice de Ventaja Comparativa Revelada Normalizada (IVCRN) que reflejan la competitividad del producto en relación con los países importadores. La competitividad se refiere al “grado en el cual un país, bajo condiciones de mercado libres y justas, puede producir bienes y servicios que superen el test de los mercados internacionales, incrementando en forma sostenida los ingresos reales de su población” (OCDE, 1992).

Según *La Revista Agro Productividad (2018)* El análisis de la ventaja comparativa revelada y de la comparativa revelada normalizada, requiere de las variables: exportaciones al país importador y las exportaciones totales del país exportador hacia el mundo del producto y del sector de la producción del producto.

La gran ventaja de estos métodos es que se logra cuantificar el grado de competitividad de un producto o un servicio de un país en función de sus valores de importación y exportación las cuales se encuentran en relación con los demás países del mundo, pues esta información sí está disponible.

En este contexto el objetivo de la investigación será medir la competitividad de la Uva producida en la región Arequipa, en el principal mercado importador que es Estados

Unidos, en el periodo 2010 – 2019, con el cálculo del Índice de Ventaja Comparativa Revelada (IVCR) y el Índice de Ventaja Comparativa Revelada Normalizada (IVCRN).

Según Acuerdos Comerciales del Perú (2020), Perú y Estados Unidos tienen un Acuerdo de Promoción Comercial (APC) el cual, a partir de 2009, el APC vigente entre el Perú y los EE.UU. ha empezado ya a permitirnos potenciar el desarrollo económico del Perú a través del comercio, con expectativas de comercio nunca antes experimentadas, teniendo de forma consolidada un acceso perenne a mercados muy grandes.

La necesidad de las empresas por ser más eficientes y perdurar en el tiempo ha originado el estudio de las ventajas y las estrategias competitivas (Casas, 2005).

Por tanto, consideramos que la investigación realizada tiene criterio de prioridad y oportunidad, puesto que se busca ver el potencial exportable que Arequipa puede tener, sumado a diversas estrategias lo cual constituirá una oportunidad con relación al aumento de las posibilidades de intercambio comercial y las innovaciones que traerá dicha integración con la entrada de nuevos capitales y tecnologías para hacer de la región más competitiva.

1.2.1 CAMPO Y ÁREA DE ESTUDIO

- Campo: Ciencias Jurídico y Empresariales
- Área: Ingeniería Comercial
- Línea: Negocios Internacionales – Exportación

1.2.2 TIPO DE PROBLEMA

El problema es descriptivo y analítico dado que vamos a explicar los acontecimientos ocurridos de los años 2010-2019 del producto de la Uva en el sector agropecuario y su implicancia en sus exportaciones.

1.2.3 VARIABLES

Variable Independiente: Competitividad

Variable Dependiente: Oferta exportable de la uva

Tabla N° 01: Operacionalización de variables del proyecto

Variable	Indicadores	Sub Indicadores
Variable Independiente Competitividad de la uva	Índice de Ventaja Comparativa Revelada (IVCR)	Comportamiento exportador regional de la Uva Tendencias de mercado Ventaja comparativa
	Índice de Ventaja Comparativa Revelada Normalizada (IVCRN)	Comportamiento exportador regional de la Uva Tendencias de mercado
	Competitividad de las empresas	Cadenas de producción de la Uva Número de empresas exportadoras
	Estacionalidad de la producción	Volumen de producción Rendimiento de la producción
Variable Dependiente Oferta exportable de la uva de la región Arequipa 2010 - 2019	Valor FOB de las exportaciones del producto no tradicional (uva) en el sector agrícola	Exportaciones por valor y volumen Destino de las exportaciones Medios de transporte internacional
	Oferta exportable a nivel regional	Área sembrada Área cosechada Precios Cultura exportadora
	Demanda de uva a nivel regional en mercados extranjeros	Volumen importado en el mercado de destino Precios CIF de importación Acuerdos comerciales Países competidores

Elaboración: Propia

1.2.4 INTERROGANTES

1.2.4.1 INTERROGANTE GENERAL

¿Cómo es la competitividad de la Oferta exportable de la Uva de la región Arequipa en el mercado de Estados Unidos, periodo 2010-2019?

1.2.4.2 INTERROGANTES ESPECÍFICAS

- ¿Cómo fueron las exportaciones del sector agrícola en la región Arequipa, durante el periodo 2010-2019?
- ¿Cómo fueron las exportaciones de la Uva en la región Arequipa en términos FOB, cantidad y precio?
- ¿Cuáles fueron los mercados de destino de la Uva en el periodo 2010-2019?
- ¿Cómo es el comportamiento de la demanda y oferta de la Uva, entre la región Arequipa y el mundo durante el periodo de estudio?
- ¿Cómo es la dinámica en base al Índice de Ventaja Comparativa Revelada en las exportaciones de Uvas en la región Arequipa?

1.3 JUSTIFICACIÓN

Las razones que justifican el problema de investigación son:

Porque es relevante socialmente. La producción y exportación de uva ayuda al desarrollo económico produciendo y generando trabajo en la sociedad.

Según MINAGRI (2018) . Este producto al año 2018 se ha convertido en el primer producto de la agroexportación con una participación del 12% del total de las agroexportaciones (US\$ 7,033.4 millones), se exportó por un valor de US\$ 817,9 millones (342,5 mil toneladas), superando a otros productos tradicionalmente exportables como el café, espárragos, mangos y cacao principalmente, con una tendencia creciente y dinámica desde hace una década, convirtiéndose en un producto de calidad y de gran demanda en los principales mercados del mundo.

Porque la investigación tiene una utilidad práctica. En efecto, la información que se obtendrá coadyuvará a la delimitación de estrategias orientadas al mejoramiento de forma progresiva y permanente de la oferta de la Uva en la ciudad de Arequipa, sobre todo, porque se brindará a las empresas interesadas el conocimiento acerca de los factores importantes que hacen de Arequipa una región competitiva respecto a dicho producto.

Porque la investigación contribuye a una mejor delimitación teórica y a la fomentación de mayor conocimiento referido al tema de la competitividad de la oferta en cuanto a la calidad y cantidad de la producción exportable de la Uva de la región Arequipa en el mercado de Estados Unidos, considerando que el estudio contribuirá al desarrollo de nuevas investigaciones, por ejemplo sobre la competitividad que poseen los productos exportados a países desarrollados lo cual constituye una ventaja competitiva para la región Arequipa y de esta manera lograr el crecimiento económico y extender los beneficios del Acuerdo Promocional Comercial, entre otros, mejorando la calidad de vida de la población.

La exportación a países desarrollados y competitivos que tienen niveles de precios altos más exigentes en cuanto a calidad y cantidad del producto exportado, ayuda a la región a insertarse a mercados difíciles y a la vez más rentables que los mercados locales. Esto significa la internacionalización de las economías regionales, que muchas veces, al insertarse exitosamente, adquieren niveles más altos de competitividad y crecimiento incluso que sus propios países (Boisier 1998)

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar la Competitividad de La Oferta Exportable de la Uva de la Región Arequipa en el mercado de Estados Unidos, periodo 2010 – 2019.

1.4.2 OBJETIVO ESPECIFICO

- Analizar las exportaciones del sector agrícola en la región Arequipa, durante el periodo 2010-2019
- Analizar las exportaciones de la Uva en la región Arequipa en términos FOB, cantidad y precio
- Estudiar los mercados de destino de la Uva en el periodo 2010-2019

- Examinar el comportamiento de la demanda y oferta de la Uva, entre la región Arequipa y el mundo durante el periodo de estudio
- Examinar la dinámica en base al Índice de Ventaja Comparativa Revelada en las exportaciones de Uvas en la región Arequipa

1.5 MARCO TEÓRICO

1.5.1 MARCO CONCEPTUAL

- **Acuerdo:** Un acuerdo es una determinación que toman dos o más Estados, personas o empresas. La decisión final de un acuerdo es el fruto de un proceso de negociación entre las distintas partes.
- **Acuerdo comercial:** Afectan a las barreras al comercio. Regulan, disminuyen o eliminan aranceles y cuotas en favor del libre comercio. Son de gran utilidad para establecer relaciones comerciales más colaborativas. No solo se ocupan los aranceles, también abordan aspectos como la propiedad intelectual, los derechos aduaneros, trámites administrativos de las mercancías y la legislación aplicable para resolver conflictos comerciales.
- **Agente de Aduanas:** Es un profesional de comercio exterior altamente capacitado, que debe poseer un conocimiento profundo de la normativa aduanera, así como estar al tanto de las modificaciones de las leyes y reglamentos administrativos, por parte de la Unión Europea. La complejidad de la tarea se hace evidente cuando se tiene en cuenta que por cada envío que entra en España, el agente de aduanas debe determinar la clasificación correcta y el valor imponible, y ser plenamente consciente de la gran cantidad de productos sujetos a cuotas, restricciones, y controles parадuaneros.
- **Balanza de pagos:** La balanza de pagos es un documento contable en el que se registran operaciones comerciales, de servicios y de movimientos de capitales de un país con el exterior.
- **Certificado de Origen:** El certificado de origen es un documento legal donde se indica el país de fabricación o producción de un bien.
- **Competitividad Empresarial:** La eficacia es un concepto relativo a la capacidad de una organización para cumplir con su misión. Sin embargo, eficacia no implica eficiencia ya que una organización puede ser eficaz, pues cumple correctamente

su misión, pero esto no implica que resulte eficiente, pues invierte grandes recursos en el logro de sus resultados económicos.

- **Contenedor:** Por contenedores se entiende el elemento de transporte o caja de carga que consiste en un recipiente especialmente construido para facilitar el traslado de mercaderías, como unidad de carga, en cualquier medio de transporte con la resistencia suficiente para soportar una utilización repetida y ser llenado o vaciado con facilidad y seguridad provisto de accesorios que permitan su manejo rápido y seguro en la carga, descarga y transbordo, identificable de acuerdo a las normas internacionales en forma indeleble y fácilmente visible.
- **Cultura Exportadora:** Se enfoca en la exportación como un negocio, sino como una nueva cultura, que busca desarrollar la capacidad de trasladar valores, forma de vida, costumbres, conocimientos y prácticas empresariales para lograr una actitud y comportamiento favorables a la competitividad. Generar conciencia al empresario de que la exportación- internacionalización es un factor clave en el crecimiento de la empresa y del desarrollo inclusivo del país.
- **Competitividad:** Según Harvard Institute for Strategy and Competitiveness, la prosperidad de una nación depende de su competitividad, la cual se basa en la productividad con la que puede producir bienes y servicios. Políticas macroeconómicas sólidas e instituciones políticas y legales estables son condición necesaria, aunque no suficiente para asegurar la prosperidad económica. También sostiene que la competitividad tiene sus raíces en los fundamentos microeconómicos, el nivel tecnológico y las estrategias de las empresas, así como en la calidad del ambiente empresarial en el que las compañías compiten. Entender los fundamentos microeconómicos de la competitividad es fundamental para la política económica nacional.
- **Clúster:** Es un grupo de empresas e instituciones interrelacionadas, concentradas geográficamente, que compiten en un mismo negocio. Generalmente incluyen: Empresas situadas en varios escalones de la cadena de valor, Empresas productoras de bienes y servicios complementarios, Instituciones y organizaciones relacionadas: universidades, centros de investigación, agencias gubernamentales, con el propósito de mejora de la posición competitiva, acceso a nuevos mercados, acceso y aprovechamiento eficiente de recursos de alto coste, acceso y aprovechamiento eficiente de recursos complementarios, incremento de

la innovación y desarrollo tecnológico, realización conjunta de proyectos compartidos, creación de economías de concentración y de localización, creación y explotación de nuevos negocios.

- **Devolución de Impuestos de Importación. (Draw Back):** Régimen Aduanero, que evita que el pago de productos importados para hacer otros cuyo destino sea la exportación, suponiendo un coste añadido, y por tanto elevan su precio. Lógicamente influyendo esto último en su competitividad frente a otras empresas del mercado. A la hora de realizar una importación/exportación hay que tener en cuenta que cambia dependiendo del país al que se haga.
- **Estacionalidad de la producción:** En la cadena de suministro, se dice que la demanda —o las ventas— de un determinado producto muestra estacionalidad cuando la serie de tiempo subyacente atraviesa una variación cíclica predecible, dependiendo de la época del año. La estacionalidad es uno de los patrones estadísticos más utilizados para mejorar la precisión de los pronósticos de demanda.
- **Exportación:** Las exportaciones son el conjunto de bienes y servicios vendidos por un país en territorio extranjero para su utilización. Junto con las importaciones, son una herramienta imprescindible de contabilidad nacional. Una exportación es básicamente todo bien y/o servicio legítimo que el país productor o emisor (el exportador) envíe como mercancía a un tercero (importador), para su compra o utilización.
- **Índice de ventaja comparativa:** Es uno de los fundamentos básicos del comercio internacional. Asume como decisivos los costes relativos de producción y no los absolutos. En otras palabras, los países producen bienes que les supone un coste relativo más bajo respecto al resto del mundo.
- **Índice de Ventaja Comparativa Revelada (IVCR):** Permite conocer la especialización exportadora de un país. Se define como el cociente entre la participación de un producto en las exportaciones de un país y la participación de ese mismo producto en las exportaciones mundiales. Un valor mayor (menor) a uno indica la presencia (ausencia) de VCR en ese producto porque, en relación al total exportado, exporta más (menos) que el mundo.
- **Índice de Ventaja Comparativa Revelada Normalizada (IVCRN):** El IVCRN mide para un país i el grado de desviación de sus exportaciones alrededor de un

nivel de ventaja comparativa neutral, en términos de la exportación mundial. La normalización del IVRCN en términos del total de exportaciones, X , convierte al IVCRN en un indicador más apropiado para realizar comparaciones entre países y productos (Yu, et al, 2009)

- **Investigación de Mercado:** Se define como la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta de la empresa y el mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo. Se trata, en definitiva, de una potente herramienta, que debe permitir a la empresa obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a sus intereses.
- **Niveles de inversión:** La inversión tiene que ver tanto con el ahorro, como con la ubicación del capital y aspectos vinculados al consumo. Una inversión es típicamente un monto de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones con el fin de que el mismo se incremente producto de las ganancias que genere ese fondo o proyecto empresarial. Toda inversión implica tanto un riesgo como una oportunidad. Un riesgo en la medida en que la devolución del dinero invertido no está garantizada, como tampoco las ganancias. Una oportunidad en tanto el éxito de la inversión puede implicar la multiplicación del dinero colocado. En la inversión privada suelen considerarse tres variables distintas. El rendimiento esperado, es decir, la rentabilidad que se considera que tendrá en términos positivos o negativos. El riesgo aceptado, es decir, la incertidumbre sobre el rendimiento, la posibilidad de que la inversión no se recupere. Y por último el horizonte temporal, o bien el período a corto, mediano o largo plazo durante el que la inversión se sostendrá.
- **Oferta Exportable:** La oferta exportable de una empresa es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino. La oferta exportable también tiene que ver con la capacidad económica, financiera y de gestión de la empresa, esto es:
 - Disponibilidad de producto: Con base en el producto que desea exportar, la empresa debe determinar el volumen que tiene disponible para el mercado externo. El volumen debe ser aquel que pueda ofrecer de manera

estable o continua. De igual modo, el producto debe cumplir con las exigencias y requerimientos del mercado objetivo.

- Capacidad económica y financiera de la empresa: La empresa debe contar con los recursos necesarios para solventar una exportación, igualmente debe estar en condiciones de contar con precios competitivos. Si la empresa no cuenta con posibilidades de solventar el proceso con recursos propios, deberá contar con capacidad de endeudamiento y conseguir financiamiento externo.
- Capacidad de gestión: La empresa debe desarrollar una cultura exportadora, con objetivos claros y conocimiento de sus capacidades y debilidades.
- **Producto Bruto Interno:** Es el valor de los bienes y servicios finales producidos durante un período de tiempo en un territorio. Sólo se refiere a bienes y servicios finales porque sus precios incorporan el valor de los bienes intermedios. Por tanto, incluir los bienes intermedios conllevaría a una doble contabilización.
- **Valor FOB:** También por las siglas en inglés de Free on Board, que en español puede utilizarse como Franco a bordo. Al igual que el valor CIF, es una cláusula de compraventa, pero se diferencia en cuanto a que el valor del transporte y seguro es cubierto por el comprador, es decir por el país de procedencia. El vendedor sólo debe cumplir con la obligación de entregar la mercancía en el medio de transporte designado por el comprador.

Una forma de identificar el valor FOB en contratos o documentos, es la utilización de la palabra libre, que significa que el vendedor se encuentra liberado de mayores obligaciones, a parte de la de entregar los bienes a un lugar designado por transferencia o a un carrier.

- **Valor CIF:** El valor CIF es una abreviatura del inglés Cost Insurance and Freight, o Costo, seguro y flete. Es aquel valor que el vendedor aporta, cubriendo los costos que produce el transporte de la mercancía, ya sea por vía marítima al puerto de destino, o por vía terrestre a un hito determinado que puede ser un paso fronterizo o un punto terminal.

La importancia del valor CIF no viene dada solo por el transporte, sino también por el seguro contratado para cubrir riesgos como pérdida o daño de la mercancía. En gran parte de las transacciones, los mejores vendedores son aquellos que se comprometen en correr con los costos CIF.

- **Ventaja Comparativa:** En términos económicos una ventaja comparativa es la capacidad que tiene un país de producir determinados bienes de consumo con el menor coste de oportunidad respecto a otros países, que, aunque sí podrían producir el mismo bien, lo harían utilizando mayores recursos.

Este concepto se basa por lo tanto en que cada país se especialice en la producción de aquellos bienes sobre los que tiene una ventaja comparativa, es decir, aquellos que puede producir con menos recursos, lo que favorece un crecimiento de la producción total. Además, al aplicar la ventaja comparativa a la producción, los países que comercializan entre sí obtienen también un mayor beneficio en esta comercialización de productos en los que están especializados.

1.5.2 BASE TEÓRICA

1.5.2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

La uva o grano de uva es el nombre que recibe el fruto que crece formando racimos de la vid común o vid europea. Pertenece al género *Vitis* de la familia de las Vitáceas, que incluye unas 600 especies de arbustos, por lo general trepadores y que producen frutos en baya, propios de países cálidos y tropicales. Dentro del género *Vitis* se incluyen unas 20 especies cultivadas por sus frutos y algunas por sus hojas que se consumen como cualquier verdura.

1.5.2.2 GENERALIDADES

La uva es una fruta obtenida de la vid. Las uvas, granos de uva, vienen en racimos y son pequeñas y dulces. Se comen frescas o se utilizan para producir mosto, vino y vinagre.

Crecen agrupadas en racimos de entre 6 y 300 uvas. Pueden ser negras, moradas, amarillas, doradas, púrpuras, rosadas, marrones, anaranjadas o blancas, aunque estas últimas son realmente verdes y evolutivamente proceden de las uvas rojas con la mutación de dos genes que hace que no desarrollen antocianos, siendo estos los que dan la pigmentación. Como fruta seca se la llama pasa.

- Nombre científico: *Vitis vinifera*
- Nombre vulgar en español: Vid, Parras, Uva de Mesa
- Nombres vulgares en otros idiomas:

Tabla N° 2: Nombres de la Uva en otros países

País	Nombre común	País	Nombre común
Estados Unidos	Grape o Grapevine	Países Bajos	Druif
Italia	Uva, Vite	Portugal	Vide, Uva
Alemania	Traube, Weinstock, Winrebe		
Francia	Vigne, Raisin		

Fuente: Asociación Macroregional de Productores para la exportación – AMPEX

- Su mejor época: La uva va madurando según las variedades y las zonas de cultivo desde mediados de verano hasta principios del invierno. La recolección de la uva se lleva a cabo en cuanto es posible la etapa de maduración, lo que sucede entre mediados de septiembre y final de noviembre. Por tanto, las uvas frescas de temporada se pueden degustar durante los meses de otoño y principios de invierno.
- Características:
 - Forma: Fruta carnosa que nace apiñada en largos racimos compuestos por varios granos redondos o alargados.
 - Tamaño y peso: los racimos que se comercializan se ajustan a unas normas de calidad que determinan el peso y el tamaño medio de los frutos; estos tendrán un diámetro medio de 1,6 centímetros y un peso de entre 200 y 350 gramos.
 - Color: la piel es verdosa, amarillenta, rojiza o purpúrea, dependiendo de las variedades.
 - Sabor: tiene una pulpa jugosa y dulzona.

- **Propiedades nutritivas:** La composición de la uva varía según se trate de uvas blancas o negras. En ambas destacan dos tipos de nutrientes: los azúcares, principalmente glucosa y fructosa, más abundantes en las uvas blancas y las vitaminas (ácido fólico y vitamina B6), ésta última en una cantidad que solo se ve superada por las frutas desecadas y las frutas tropicales como el aguacate, el plátano, la chirimoya, la guayaba y el mango. Su riqueza en azúcares, les convierte en una de las frutas más calóricas. Las uvas cultivadas en regiones frías suelen tener menos azúcares que las cultivadas en terrenos cálidos y secos. Entre los minerales, el potasio es el más abundante y se encuentra en mayor cantidad en la uva negra; mientras que el magnesio y el calcio están en cantidades moderadas y son más abundantes en la uva blanca. El aprovechamiento en el organismo de éste último mineral no es tanto como el que procede de los lácteos u otros alimentos que son buena fuente de dicho mineral.

Tabla N° 3: Valores nutricionales de la Uva

Composición por 100 gramos de porción comestible (Uva blanca-Uva negra)	
Calorías	63-67
Hidratos de carbono (g)	16.1 – 15.5
Fibra (g)	0.9 – 0.4
Potasio (mg)	250 – 320
Magnesio (mg)	10 – 4
Calcio (mg)	17 – 4
Vitamina B6 (mg)	0.1 – 0.1
Provitamina A (mcg)	3 – 3
Ácido fólico (mcg)	16 - 26
mcg = microgramos	

Fuente: AMPEX

En las uvas abundan diversas sustancias con reconocidas propiedades beneficiosas para la salud, tales como antocianos, flavonoides y taninos, responsables del color, aroma y textura característicos de estas frutas, y de los que dependen diversas propiedades que se le atribuyen a las uvas. Las diferencias nutritivas y energéticas entre las uvas frescas y las pasas son notables, pues estas últimas constituyen un alimento muy energético, y su aporte calórico es aproximadamente cuatro veces superior al de la uva fresca. El resto de nutrientes también se concentra, por lo que su contenido en fibra, vitaminas y minerales es notablemente superior. El ácido fólico interviene en la producción de glóbulos rojos y blancos, en la síntesis material genético y la formación anticuerpos del sistema inmunológico. La vitamina B6 ayuda a mantener la función normal del cerebro, actúa en la formación de glóbulos rojos e interviene en el metabolismo de las proteínas. El potasio es necesario para la transmisión y generación del impulso nervioso, para la actividad muscular normal e interviene en el equilibrio de agua dentro y fuera de la célula.

- Clases y variedades: En países donde el cultivo de vid está altamente tecnificado las variedades se agrupan en las siguientes clases:

- Para mesa
- Para vinos
- Para pasas
- Para jugos

En nuestro país las variedades se agrupan en 3 clases:

- Para mesa
- Para vinos y piscos
- Para pasas

En términos de variedades, se tiene lo siguiente:

Para mesa:

- Blancas sin semilla: Superior seedless, Thompson seedless.
- Coloreadas sin semilla: Flame seedless , black seedless y Ruby seedless
- Coloreadas con semilla: Red Globe
- Blancas con semilla: Palestina y Italia

Para Vinificación

- Para vino tintos y rosados: Quebranta, Malbeck , Ruby Cabernet, Carignan, Sauvignon

- Para vinos blancos: Sauvignon Blanc Pinot blanco , Albilla , torontel
- Para Pisco: Quebranta, Italia , moscatel , negra corriente , albilla
- Para Pasas
- Italia y Thompson seedless
- Reproducción: La vid se reproduce sexualmente por semillas y se multiplica vegetativamente por estacas, acodos e injertos. La reproducción sexual o por semillas solo le interesa al genetista para la obtención de nuevas variedades híbridas.
 - Estacas: El largo usual de las estacas es de 30 a 40 cm., rara vez conviene que sean más largas porque lo que regula la longitud de las mismas es el número de yemas, que varía entre 3 y 6. Cuando se cortan las estacas deben eliminarse los zarcillos y brotes laterales. Hay varios tipos de estacas según sea solo de madera, de un año (simples) o tomando un trocito de madera de dos años (pata de mula) o un trozo de sarmiento de dos años (en cruceta o martillo). Cuando las estacas se destinan a viveros, las mejores son las que se extraen a pata de mula. En los suelos húmedos o arcillosos de regiones templadas o frías deberá preferirse las estacas no muy largas y lo contrario en los suelos arenosos o pedregosos de clima cálido.
 - Acodos: Otra forma de multiplicación de la vid es la de acodos subterráneos o mugrones, aplicados en variedades de difícil arraigamiento. Es usado en general para la reposición de fallas y consiste en enterrar un sarmiento o parte de él cubriéndolo con tierra para provocar la emisión de raíces adventicias de las yemas enterradas, separando luego este tramo de las plantas madres y constituyendo de este modo una nueva cepa. Se conocen dos tipos de acodos: Simple o derecho y Guyot o invertido.
 - Injertos: Los tipos de injertos más empleados en la vid son:
 - Ingles de doble lengüeta
 - Hendidura simple, doble y llena Escudete
 - Candillac
 - Canutillo

Actualmente el injerto es la operación fundamental de la viticultura, pues aumenta la producción, la adelanta en 2 o 3 años y sobre todo, se obtienen plantas resistentes a la filoxera. Las raíces de las vides

europeas no resisten al ataque de la filoxera, las vides americanas son muy resistentes, aunque no inmunes, por eso se las utiliza como porta injerto.

- Plantación del viñedo: El factor principal que determina la época de plantación es el clima. En las regiones cálidas puede iniciarse inmediatamente después de la caída de las hojas, lo que sucede a fines de mayo y continuarla hasta agosto, en cambio en las regiones frías y templadas es conveniente postergar la plantación hasta el comienzo de la primavera cuando hayan pasado las heladas intensas. La plantación debe estar orientada de acuerdo a las modalidades del clima y terreno, buscando el mejor aprovechamiento del sol, el sentido de la menor pendiente del suelo, y la menor exposición de los vientos reinantes. A excepción de los climas muy cálidos, donde el sol puede llegar a tostar los racimos expuestos, la mejor orientación es la N. S. En viticultura se puede adoptar cualquiera de los sistemas de plantación: cuadrado, tres botellas, la densidad de la plantación varía según el sistema de conducción de las plantas, ya que si se utiliza el sistema Thomery o Royat (de 2 a 2.5 x 1.5 a 2 m.) se deben colocar las plantas a mayor distancia que cuando se utiliza el sistema Guyot, Bordelés u otro de contra espaldera simple (1.6 a 1.8 m x 1 a 1.40 m) $2 \times 2 = 2500$ pl. / ha. En el parral casero la distancia es de 3 a 4 m. Entre hileras y de 1.5 a 2 entre plantas, con respecto a la altura no conviene darle más de 2.5 m ya que si no dificultaría todas las tareas. La profundidad de plantación está supeditada a las temperaturas, humedad y textura del suelo, en las regiones cálidas las plantaciones se hacen de 30 a 40 cm, en cambio en climas fríos y húmedos la profundidad no debe ser mayor de 20 – 25 cm.
- Poda: La poda en la vid consiste en la remoción de sarmientos, pámpanos, hojas y otras partes vegetativas de las copas y puede ser complementada por medio del raleo, que se basa en la eliminación de ramilletes florales, racimos o partes de ellos. Cuando la poda se realiza durante el receso vegetativo se denomina poda seca, en cambio si se efectúa cuando la planta está en actividad se llama poda verde.
- Sistema de conducción: Tres son los sistemas básicos: Sistema de Contra espaldera, Sistema de Espaldera y Parrales (predominio del tipo español).

Ambos términos: “espaldera” y “contraespaldera”, significan en el lenguaje vitícola que la disposición de la carga se hace sobre un plano vertical continuo, por lo común de poca altura, no superior a los 1.5 m, sobretodo en

contraespaldaras. En casi toda la zona de Cuyo se denomina contra espaldara a la forma común en plano vertical, continuo y libre, es decir que los racimos se van disponiendo libremente a ambos lados del plano bajo, mientras que se llama espaldara a aquella forma apoyada sobre muros, etc. que solo permiten la carga de frente, de un solo lado. La diferencia principal entre estos dos sistemas es el tipo de poda a emplear. De aquí la división en tres grupos.

- Fertilización: En general los abonados de la viña son a base de tres elementos fundamentales: N – P – K. El primero aumenta el desarrollo de los brotes y hojas, lo que permite a la planta elaborar y transformar mayor cantidad de sustancias nutritivas, se utiliza a razón 100 – 200 Kg / ha de nitrato de amonio. El P favorece el cuajado de las flores, estimula el crecimiento de las raíces, regula la maduración de las uvas y aumenta la resistencia a las enfermedades, se usa a razón de 300 Kg./ha de superfosfato de Ca. El K influye también en la floración y el cuajado, aumenta la riqueza de azúcar, y también las hace más resistentes a plagas y enfermedades. Se aplica de 100 a 200 Kg./ha de sulfato de potasio.
- Riegos: En primer término, el riego debe ser unas 8 horas por hectárea con la finalidad que el abono se descomponga y ayude a acelerar el brotamiento de las nuevas yemas El segundo riego en la floración para tener un buen cuajado El tercer riego se realiza en la etapa de desarrollo del fruto o llenado de grano Y un cuarto riego de mantenimiento. Es importante no dejar de regar la parra después de la cosecha porque esto dependerá que asimilar nutrientes que quedan en las hojas para guardar reserva para la próxima campaña.
- Plagas: Las plagas más frecuentes en el cultivo de uva son: Filoxera, gusanos blancos, polillas del racimo, Erinosis, Trips, Araña roja, Coquillo o Altica, Cigarrero de la vid, Acariosis y Piral de la vid.
- Enfermedades: Las enfermedades más frecuentes en el cultivo de la vid son: Oidio. Mildiu, Botritis o Podredumbre, Gris, Podredumbre de las raíces, Yesca, Eutipiosis, Negrilla, Tumores o agallas del cuello, Virosis, Necrosis bacteriana

1.5.2.3 FICHA TÉCNICA

Tabla N° 4: Ficha Técnica de la Uva

VID (Vitis vinifera (Linn))	
FAMILIA	Vitaceae
CENTRO DE PRODUCCION	Entre el mar Caspio y Asia menor
ZONAS DE PRODUCCION	Ica, Lima, Arequipa, Tacna
PERIODO VEGETATIVO	Planta perenne con cosechas anuales, con una producción a partir del tercer año de instalado
VARIETADES PRINCIPALES	Italia, Cardinal, River, Quebranta, Thompson y Flame, estas dos últimas variedades sin semilla
REQUERIMIENTO DE CLIMA	Requieren de un clima tropical y sub-tropical. Temperaturas entre 7° y 24°C con una humedad relativa de 70% y 80%.
SUELO APROPIADO	Desarrollan exitosamente en suelos franco - arcillosos.
PROPAGACION	Se propaga por vía sexual (semillas) o asexual (estacas, acodos e injertos)
ASPECTOS AGROTECNICOS	
Preparación del terreno :	Hoyos de plantada de 0.40 m x 0.40 con una profundidad de 0.60 m. adicionando material orgánico en hoyos d plantada, suelos bien mullidos con una nivelación adecuada.
Época de plantación:	Los meses de agosto y setiembre.
Densidad de plantación:	De 2.0 m entre plantas y 3.0 m. entre hileras.
Fertilización:	Requieren de una dosis de fertilización en forma adecuada y oportuna, teniendo de agua, el cual varía según el clima, suelo, estado vegetativo de la planta y variedad cultivada.
Labores culturales:	Podas, deshierbos, eliminación de malezas.
COSECHA	
Índice :	La cosecha o vendimia, madurez comercial (cuando exista el balance en el sabor entre dulzura y acidez), fisiológica (aptos para germinar). Se deberá tener especial cuidado debiendo eliminarse los racimos dañados por agentes físicos, químicos, mecánicos y/o biológicos.
Época :	Meses de enero-abril concentrándose la mayor producción.
POST-COSECHA :	Para su conservación poner a una temperatura de 0°C.

Fuente: AMPEX

1.5.2.4 PARTIDA ARANCELARIA

En la siguiente tabla se detallan las partidas arancelarias de la Uva y sus derivados en el país, según el Arancel de Aduanas.

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA
Uvas frescas	0806.10.00.00
Uvas pasas	0806.20.00.00
Jugo de uva	2009.60.00.00
Aguardiente de Orugo de uva	2208.20.30.00

1.5.2.5 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Nuevamente, la diversidad de variedades, sistemas de conducción (parronal español o doble T), zonas de producción y el propio manejo del agricultor, no permiten identificar una estructura única de costos de producción para la vid. Sin embargo, en promedio podríamos decir que el costo de instalación se encuentra entre los US\$10,000 – US\$14,000 por hectárea (dependiendo si se incluye el costo de instalación del sistema de riego por goteo o del costo de la tierra), mientras que el mantenimiento de la planta supone aproximadamente US\$3,000 por hectárea para los primeros años, y va aumentando en relación directa con la productividad, llegando a alcanzar los US\$5,000 por hectárea. En este sentido, la inversión requerida para la instalación de este cultivo es de una magnitud importante, lo que impide que cualquier agricultor que no tenga acceso a fuentes de financiamiento pueda sembrar la uva.

1.5.2.6 MANEJO PRE EMBARQUE DE LA UVA

- Recepción y Saneamiento de la fruta: Dentro de la recepción y el saneamiento se encuentra la limpieza, cuya función es eliminar del producto todo tipo de material extraño que desmejore la presentación, la calidad o altere el peso y el volumen real de la uva. Se requiere de un sitio o lugar dentro de la edificación con buenas características higiénicas, igualmente de los equipos, así como en las dotaciones físicas del personal; el agua debe ser de muy buena calidad y los sistemas de eliminación o utilización de desechos, deben ser eficientes. El saneamiento de la fruta en la bodega o

empacadora, es el complemento a la labor de selección que se inició en el campo y consiste en retirar aquellas frutas que presenten deterioro de la calidad, se manifiesten con tamaño muy pequeños, heridas, pudriciones, fruta manchada con residuos de pesticidas y la falta de coloración.

- Selección de la fruta: Se trata de revisar y complementar en la casa empacadora la selección de la fruta que se inició en el campo, para ajustarla a los requisitos mínimos de sanidad y calidad exigidos por los compradores y consumidores finales y separar aquellas que van para el mercado de fruta fresca de las que van para la agroindustria.
- Clasificación: Las frutas suelen clasificarse por tamaño, color y consistencia, con el fin de darle uniformidad al producto y a la vez, cumplir con los requerimientos del comprador. Para el caso de la Uva, el tamaño de los racimos de las bayas, el color y la sanidad, son los factores que más se tienen en cuenta al momento de evaluar la calidad de la fruta. Para el grado de madurez la fruta se selecciona con base en el color externo y la consistencia de la misma, labor que se realiza normalmente en forma manual y visual, sin la ayuda de equipos.
- Pesaje: Una vez que la fruta se ha seleccionado y clasificado se coloca dentro de una bandeja de icopor que contiene una libra (500 gr), Luego la medida se deposita dentro de un empaque máster de 18 libras (8.2 Kg). Según el tipo de empaque (canastillas plásticas, cajas de cartón) se han estandarizado diferentes pesos de 7, 8.2, 9 y 12,5 Kilogramos.
- Empaque: La fruta se pone dentro de empaques apropiados, de acuerdo con la variedad y mercado de destino. Para el mercado de Estados Unidos se utilizan cajas de 18 Lb. Antes de cerrar la caja, se coloca un generador de anhídrido sulfuroso, el cual tiene como finalidad evitar el crecimiento de algunos microorganismos causantes de enfermedades.
- Paletizado: Las cajas de uva son colocadas en pallets de madera.
- Fumigación: En esta etapa se realiza el tratamiento con fumigantes químicos destinados a eliminar la presencia de posibles plagas
- Pre-enfriamiento: Se denomina así a la remoción del calor de campo de los productos recién cosechado, antes del envío al almacenamiento o procesamiento. Es recomendable para muchos productos perecederos una cadena de frío.

La uva es conducida a cámaras de enfriamiento que operan con aire forzado a temperaturas que oscilan entre los -5°C y -7°C . Este golpe de frío permite disminuir la temperatura de la fruta hasta un nivel cercano a los 0°C , lo que facilita su ingreso posterior a la cámara de almacenamiento refrigerado, entre 0°C y 2°C , y a una humedad relativa de entre 85% y 95%.

- Almacenamiento y Refrigerado: La uva al ser un fruto muy delicado, el transporte debe de ser muy cuidadoso. Así, a lo largo de todas las etapas logísticas, desde la cámara hasta el consumidor final no debe de romperse la cadena de frío.

Imagen N° 1: Proceso de Almacenamiento y Refrigeración de la Uva



Fuente: AMPEX

1.5.2.7 COMERCIALIZACIÓN DE LA UVA

La comercialización de uva de calidad exportable la realiza cada productor contactándose directamente o a través de una empresa comercializadora local, con algún bróker internacional. Este último recibe la fruta en concesión, y la coloca a los mayoristas o minoristas de los países destino. Asimismo, en algunos países de Latinoamérica es posible para los productores locales llegar directamente a los supermercados, aunque no es lo más común. La parte de la producción que no tiene la calidad exportable es destinada al mercado nacional a través de diversos canales. La forma más sencilla es la venta en campo, en la que los gastos de cosecha, manipuleo, empaque y transporte corren por cuenta del comprador, que generalmente es un mayorista. Asimismo, el productor puede correr con dichos gastos y vender la producción directamente al mercado mayorista o a los supermercados.

1.5.3 ÍNDICE DE VENTAJA COMPARATIVA

Para el análisis del presente estudio se consideró dos indicadores de desempeño competitivo planteado por Balassa (1965) que es el Índice de Ventaja Comparativa Revelada y por Yu, Cai y Leung (2009) que es el índice de Ventaja Comparativa Revelada Normalizada.

- **Índice de Ventaja Comparativa Revelada (IVCR)**

El IVCR de un determinado producto de un país en un mercado específico utiliza la siguiente relación:

$$VCR = \frac{\frac{X_i^k}{XT_i}}{\frac{X_w^k}{XT_w}}$$

Donde X_i^k son las exportaciones del producto k por el país i al mundo, XT_i exportaciones totales por el país i al mundo, X_w^k exportaciones del producto k del mundo (w) y XT_w las exportaciones totales del mundo (w).

Si el IVCR que se obtiene es mayor que cero ($IVCR > 0$), existe ventaja comparativa para el país y el producto de análisis, de esta forma se considera que el país es competitivo en los mercados internacionales. Si el IVCR que se obtiene es menor que cero ($IVCR < 0$), existe desventaja comparativa para el país y el producto de análisis, de esta forma se considera que el país no es competitivo en los mercados internacionales (Balassa, 1965). Sin embargo, si se presenta el último resultado, esto no quiere decir que el país no tenga el debido potencial competitivo en el producto de análisis, sino que éste no ha desarrollado las suficientes ventajas comparativas.

Si el indicador se incrementa (disminuye) en el transcurso del tiempo, el crecimiento del comercio del producto en estudio es positivo (negativo) en términos relativos a los demás productos y con respecto al resto del mundo.

Según Arias et al, muestra otra interpretación del índice, hacer referencia al índice de frutas en América Latina. El resultado que obtuvo fue de 1.68, lo cual interpretó que este sector presenta una ventaja comparativa revelada casi dos veces mayor al agregado en el comercio con el resto de productos que se utilizaron

para hacer el presente cálculo. Así mismo según información del indicador, se tiene la posibilidad de analizar para uno o varios países según la selección que podría hacer el usuario.

- **Índice de Ventaja Comparativa Revelada Normalizada (IVCRN)**

Según Benedictis et al, el hecho de que el índice de VCR de Balassa sea difícil de interpretar o comparar entre países y períodos de tiempo, sumado a su naturaleza asimétrica y su valor de medida variable, ha llevado a muchos autores a proponer otras versiones del índice original.

Según Malca (Malca, et. al, 2016), por tal motivo, la mejor opción para poder determinar la dimensión de la ventaja comparativa que un país tiene con respecto a un producto de una forma más precisa y consistente, es a través del índice de VCR Normalizada (VCRN). Utilizando el VCRN será posible hacer comparaciones entre los productos, el país y el tiempo.

La normalización del IVCRN en términos del total de exportaciones, X, convierte al IVCRN en un indicador más apropiado para realizar comparaciones entre países y productos (Yu, et al, 2009)

Considerado lo anterior, entonces el IVCRN permite mejorar su análisis, el cual se normaliza a un máximo de 1 y a un valor mínimo de -1, de la siguiente forma:

$$IVCRN = \frac{IVCR - 1}{IVCR + 1}$$

Los índices determinados se encontrarán en un rango de 1 y -1, donde valores entre +0.33 y +1 consideran que existe ventaja comparativa para el país; por lo que el comercio con el país analizado es favorable; en tanto que si se obtiene valores entre -0.33 y -1 estarían reflejando desventaja comparativa para el país, y con -0.33 y +0.33 muestran una tendencia hacia un comercio intra producto, es decir, a intercambiar productos en el mismo grupo tecnológico (Duran y Álvarez, 2008).

1.6 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Quispe (2016), en su tesis: EXPORTACIÓN DE UVA RED GLOBE PERUANA A ESTADOS UNIDOS, PERIODO 2006 – 2015, demuestra que la evolución de la exportación uva Red Globe peruana hacia EE.UU en el periodo 2006-2015 ha tenido una tendencia creciente de un 26 % con un volumen en 69009 TM lo cual representa que el valor de exportación ha tenido una tendencia creciente con un monto de 202839 miles dólares americanos.

Gonzales et al. (2008) en la tesis titulada: DIAGNÓSTICO DE LA UVA DE MESA PERUANA DE EXPORTACIÓN ORIENTADO A LA COMPETITIVIDAD: LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS, analiza la situación del sub-sector de uva de mesa peruana de exportación, comenzando por la descripción de las principales características de la uva mesa de exportación, un análisis del entorno internacional identificando los principales exportadores mundiales, así como también a los principales demandantes a nivel mundial. Asimismo, realiza un análisis del entorno nacional en el ámbito económico, político, social y climatológico, predominante de la actividad productora y exportadora en la economía peruana, durante el año 2003. En base a las cinco fuerzas competitivas de Michael E. Porter, determina la presión competitiva existente en el mercado de la uva de mesa de exportación y los factores críticos de éxito de la uva de mesa en el ámbito internacional.

Valencia y Duana, (2019) en la investigación titulada: LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO DE UVA EN EL MERCADO INTERNACIONAL Y EN ESTADOS UNIDOS: EL CASO DE MÉXICO Y PERÚ, analiza la competitividad del comercio de uva de México y Perú en el mercado internacional y, específicamente, a los Estados Unidos por tratarse de un mercado en franco crecimiento. Se emplearon cuotas de exportación,

el Índice de Ventaja Comparativa Revelada y Ventaja Comparativa de Exportaciones, además se usó el Análisis de Participación Constante en el Mercado (CMS). Los resultados muestran que, pese a que México es uno de los principales proveedores de alimentos de Estados Unidos, en el comercio de uva no es competitivo, caso contrario a Perú quien cada vez se posiciona como un proveedor importante del fruto. Para futuras líneas de investigación se recomienda realizar el estudio para los mercados europeos y asiáticos como alternativa de expansión y crecimiento para ambos

países. Se pudo concluir que Perú ha incrementado las exportaciones mejorando la competitividad de la viticultura nacional logrando mayores beneficios comerciales.

Mendoza y Jair (2014) en la tesis titulada: VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA UVA DE MESA Y SU EXPORTACIÓN AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS 2008- 2013, analiza la influencia de las distintas estrategias de las ventajas competitivas para la exportación de uva de mesa al mercado norteamericano. Los resultados de la investigación demuestran que las ventajas competitivas, liderazgo en costos, diferenciación y enfoque son aplicables para la exportación y posicionamiento de la uva de mesa en el mercado estadounidense.

Huamán y Márquez (2019) en la tesis titulada: “COMERCIO INTERNACIONAL DE UVA DE MESA, UTILIZANDO EL MODELO DE PORTER EN LA REGIÓN PIURA, PERIODO 2014-2018”, analiza el comportamiento de la uva de mesa, sus propiedades, clasificación arancelaria y utiliza el modelo de Porter para describir los determinantes que hacen un país competitivo. Por otro lado, desarrolla los siguientes determinantes: condiciones de los factores, condiciones de la demanda, sectores afines y de apoyo, estrategia, estructura y rivalidad de las empresas; reconociendo la situación en la que se encuentra la uva de mesa de la región Piura.

Tras recopilar la información requerida, concluye que el comercio internacional de uva de mesa, utilizando el modelo de Porter permite conocer los determinantes de la ventaja competitiva nacional para luego identificar las fortalezas del producto en estudio.

En conclusión, basado en las investigaciones anteriores hasta el momento, nos atrevemos a considerar factible la relación de las variables de estudio y por ende la importancia de la investigación en el producto considerado.

1.7 HIPÓTESIS

Se establece la siguiente hipótesis:

DADO QUE: no se logra precisar si la región Arequipa posee un gran dinamismo en las exportaciones de Uvas, para determinar si cuenta con la competitividad de la oferta exportable necesaria de este producto para el mercado de Estados Unidos, periodo 2010 – 2019;

ES PROBABLE QUE: mediante un análisis de Índices de competitividad de la oferta exportable de Uva de la región Arequipa, se pueda establecer la existencia de factores tanto internos como externos que limitan una competitividad en la región, se proponga soluciones al crecimiento exportador, y por ende un mayor crecimiento económico en la región de Arequipa.



CAPITULO II

DISEÑO TÉCNICO Y RESOLUCIÓN DE DATOS

2.1 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

La técnica que se utilizará para la obtención de datos tanto para la variable dependiente como para la variable independiente será la observación documental. Se hará uso de información primaria y secundaria, Primaria: para la verificación y comportamiento de la variable independiente, que es la competitividad de uvas frescas. Asimismo, consistirá en datos, cuadros estadísticos y bibliográficos tales como, información secundaria de los reportes que brindan las instituciones acreditadas en economía y negocios internacionales, adicionalmente información de fuentes de las páginas web de organismos nacionales como el Banco Central de Reserva del Perú, el Ministerio de Economía y Finanzas, PROMPERU, SIICEX MINCETUR, SUNAT-ADUANAS, ADEX, MINAGRI y de organismos internacionales tales como TRADEMAP, VERITRADE.

En conclusión, utilizaremos las siguientes técnicas:

Tabla N° 6: Técnicas de recopilación de datos

VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTOS
1. VARIABLE INDEPENDIENTE Competitividad de uvas frescas	a) Valor FOB de las exportaciones del sector b) Valor FOB de las exportaciones no tradicionales. c) Índice de ventaja comparativa por subsector	a) Observación documental y recolección de datos b) Observación documental y recolección de datos c) Observación documental y recolección de datos d) Observación documental y	a) Datos estadísticos b) Datos estadísticos c) Datos estadísticos d) Análisis del documento

	<p>d) Estacionalidad de las exportaciones.</p> <p>e) Países de destino</p> <p>f) Número de empresas</p> <p>g) Partidas arancelarias</p> <p>h) Cultura exportadora</p>	<p>recolección de datos</p> <p>e) Análisis y síntesis de datos</p> <p>f) Análisis y síntesis de datos</p> <p>g) Análisis y síntesis de datos</p> <p>h) Observación documental</p>	<p>e) Datos estadísticos</p> <p>f) Datos estadísticos</p> <p>g) Datos estadísticos</p> <p>h) Análisis del documento</p>
<p>2. VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>Oferta exportable de la uva de la región Arequipa 2010- 2019</p>	<p>a) Producción Bruta Interna (PBI)</p> <p>b) Producción Bruta Interna por sector</p> <p>c) Porcentaje de variación del PBI</p> <p>d) Competitividad de las empresas</p> <p>e) Clusters</p> <p>f) Inversiones en el sector</p> <p>g) Niveles de empleo</p>	<p>a) Análisis, síntesis y recolección de datos</p> <p>b) Observación documental y recolección de datos</p> <p>c) Análisis y síntesis</p> <p>d) Análisis, síntesis y recolección de datos</p> <p>e) Análisis, síntesis</p> <p>f) Observación documental y recolección de datos</p> <p>g) Observación documental y análisis de datos</p>	<p>a) Datos estadísticos</p> <p>b) Datos estadísticos</p> <p>c) Documento</p> <p>d) Datos estadísticos</p> <p>e) Documento</p> <p>f) Datos estadísticos</p> <p>g) Documento</p>

Fuente: Elaboración propia

2.2 ESTRUCTURA DE LOS INSTRUMENTOS

Como fuentes primarias

- Fichas de observación

Como fuentes secundarias

- Fichas bibliográficas

2.3 CAMPO DE VERIFICACIÓN

2.3.1 ÁMBITO:

El estudio será realizado en la Región Arequipa – Perú.

2.3.2 TEMPORALIDAD: (LONGITUDINAL)

El periodo tomado en cuenta para dicha investigación comprende los años 2010 al 2019.

2.3.3 UNIDAD DE ESTUDIO

Las unidades de estudio están compuestas por las empresas de Arequipa que se dedican a la exportación de Uva Fresca.

2.4 ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Primero: se realizará la búsqueda de información de la variable independiente, la cual es la Competitividad de Uvas frescas. Así mismo, sobre toda la información de los indicadores tales como área sembrada, volumen de producción, etc, que nos llevará a determinar la oferta de Uva, que posee Arequipa. y años de estudios, para luego procesarlas en hojas de Excel.

Segundo: Buscaremos información sobre el volumen importado en el mercado de destino, investigando en las páginas web de Exportaciones filtrando por información con la palabra clave exportaciones de Uva al mercado de Estados Unidos, extrayendo la información, publicaciones relacionadas con la variable dependiente de investigación. Se

consultaron varias fuentes de información como en el MEF, INEI, BCR, páginas web, asimismo, se utilizarán herramientas de información. Para posteriormente filtrar en una página Excel y elaborar gráficas y cuadros con registros de información anual.

Todas estas técnicas e instrumentos se utilizaron con el fin de alcanzar una máxima calidad de información que permitió tomar decisiones acertadas y así tener la posibilidad de analizar e interpretar de mejor manera los resultados.

Para la presente investigación se tiene como población a toda la información disponible sobre las exportaciones, del periodo comprendido entre 2010 al 2019; sin embargo, será necesario en algunos casos considerar muestras (muestreo estadístico), tales como los principales productos exportados, importados, los principales productos con valor agregado, los principales productos con ventajas comparativas, el PBI del sector, los principales países de destino de nuestras exportaciones, etc.

2.5 RECURSOS NECESARIOS

2.5.1 HUMANOS

Investigadoras:

- De los Reyes Villegas, Juana Raquel
- De los Reyes Villegas, Verónica Ximena

2.5.2 MATERIALES

- Material de escritorio (lapiceros, hojas bond)
- Computadora, Laptop
- Una impresora a tinta
- Conectividad a Internet
- Memoria USB
- Libros físicos y virtuales
- Papers virtuales

2.5.3 FINANCIEROS

Tabla 7: Estimación de costos para la realización del presente trabajo de investigación

CONCEPTO	UNIDADES	UNIDADES REQUERIDAS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Energía eléctrica	Meses de servicio	3	40.00	120.00
Conectividad a Internet	Meses de servicio	3	50.00	150.00
Llamadas telefónicas	Meses de servicio	3	50.00	150.00
Útiles de escritorio			20.00	20.00
Total				440.00

Fuente: Elaboración propia

Éste trabajo de investigación es financiado con los propios recursos del investigador.

2.6 CRONOGRAMA

TIEMPO	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ACTIVIDADES POR SEMANA																				
Identificación del tema	■	■	■																	
Redacción del Plan de Tesis				■	■	■	■	■												
Presentación del Plan de Tesis									■	■										
Búsqueda de Información									■	■	■	■								
Análisis de la Información											■	■								
Redacción del Marco Teórico													■	■	■	■				
Elaboración e interpretación de gráficas													■	■	■	■				
Redacción de Introducción													■	■	■	■				
Redacción de conclusiones													■	■	■	■				
Presentación del Borrador de Tesis														■	■	■				
Presentación final y sustentación																	■	■	■	■