



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# **FACULTAD DE NEGOCIOS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**ANÁLISIS DEL MERCADO DE COREA DEL SUR  
PARA VIABILIZAR LA EXPORTACIÓN DE  
CONSERVAS DE ALCACHOFA DE LA REGIÓN  
LA LIBERTAD, TRUJILLO - 2016**

Tesis para optar el título profesional de:

**Licenciado en Administración y Negocios Internacionales**

**Autores:**

Br. Arnold Eduardo Lozano Cheppe

Br. Bryan Renato Reyes Rodriguez

**Asesor:**

Dr. Victor Cuadra Jiménez

TRUJILLO – PERÚ

2016



---

UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# **FACULTAD DE NEGOCIOS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES

ANÁLISIS DEL MERCADO DE COREA DEL SUR  
PARA VIABILIZAR LA EXPORTACIÓN DE  
CONSERVAS DE ALCACHOFA DE LA REGIÓN  
LA LIBERTAD, TRUJILLO - 2016

Tesis para optar el título profesional de:

**Licenciado en Administración y Negocios Internacionales**

**Autores:**

Br. Arnold Eduardo Lozano Cheppe

Br. Bryan Renato Reyes Rodriguez

**Asesor:**

Dr. Victor Cuadra Jiménez

TRUJILLO – PERÚ

2016

## APROBACIÓN DE LA TESIS

El (La) asesor(a) y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por los Bachilleres Arnold Eduardo Lozano Cheppe y Bryan Renato Reyes Rodriguez, denominada:

**“ANÁLISIS DEL MERCADO DE COREA DEL SUR PARA VIABILIZAR LA  
EXPORTACIÓN DE CONSERVAS DE ALCACHOFA DE LA REGIÓN LA  
LIBERTAD, TRUJILLO – 2016”**

---

Dr. Victor Cuadra Jiménez  
**ASESOR**

---

Dr. Alberto Zelada Zegarra  
**JURADO  
PRESIDENTE**

---

Ing. Marco Florián Rodríguez  
**JURADO**

---

Mg. Aldo Cotrina Villar  
**JURADO**

## DEDICATORIA

*Esta tesis se la dedico a mi familia que gracias a su ayuda pude concluir mi carrera profesional. A mi madre por brindarme su apoyo y comprensión que fueron un soporte en esta etapa de mi vida. A mi padre por inculcarme valores y darme consejos para mi formación profesional. A los demás miembros familiares por sus palabras y buenos deseos que significó un impulso para mí.*

**Arnold Eduardo Lozano Cheppe**

*Dedico esta tesis a Dios por haberme dado la vida, la fuerza y la convicción necesaria para poder culminar esta etapa importante de mi formación profesional. A mi madre por sus consejos y el inmenso amor que siempre me demuestra, a mi padre por su apoyo incondicional. A mi familia en general porque me han brindado su cariño, confianza y por compartir conmigo buenos y malos momentos.*

**Bryan Renato Reyes Rodriguez**

## AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios, por estar con nosotros y guiarnos en nuestras vidas.

A nuestros padres por motivarnos día a día a progresar.

A nuestros profesores por haber fomentado el deseo de superación en la vida como profesional.

A nuestro asesor Victor Cuadra Jiménez por haber guiado el desarrollo de nuestra tesis.

A la Universidad Privada del Norte por ser durante todos estos años nuestra segundo hogar y parte principal de nuestra formación profesional.

A todos aquellos que de una u otra manera han contribuido en la realización de nuestra formación profesional.

**Los autores**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>APROBACIÓN DE LA TESIS .....</b>	<b>ii</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>iv</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS.....</b>	<b>v</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE DE IMÁGENES.....</b>	<b>viii</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xii</b>
<b>CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Formulación del problema.....</b>	<b>3</b>
<b>1.3. Justificación del problema .....</b>	<b>3</b>
<b>1.4. Limitaciones .....</b>	<b>4</b>
<b>1.5. Objetivos.....</b>	<b>4</b>
<b>1.5.1. Objetivo General.....</b>	<b>4</b>
<b>1.5.2. Objetivos Específicos .....</b>	<b>4</b>
<b>CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>5</b>
<b>2.1. Antecedentes.....</b>	<b>5</b>
<b>2.2. Bases Teóricas .....</b>	<b>7</b>
<b>2.3. Definición de términos básicos.....</b>	<b>49</b>
<b>2.4. Hipótesis.....</b>	<b>50</b>
<b>CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.....</b>	<b>51</b>
<b>3.1. Operacionalización de variables.....</b>	<b>51</b>
<b>3.2. Tipo de diseño de investigación .....</b>	<b>52</b>
<b>3.3. Población.....</b>	<b>52</b>
<b>3.4. Muestra .....</b>	<b>52</b>
<b>3.5. Técnicas, procedimientos e instrumentos .....</b>	<b>52</b>
<b>CAPÍTULO 4. RESULTADOS .....</b>	<b>54</b>
<b>CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN.....</b>	<b>75</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>82</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>84</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>85</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>88</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Análisis FODA de la región La Libertad .....	18
Tabla N° 2: INCOTERMS .....	24
Tabla N° 3: Valor nutricional de la alcachofa .....	34
Tabla N° 4: Estacionalidad de la alcachofa (%) .....	37
Tabla N° 5: Partida arancelaria alcachofas en conserva .....	39
Tabla N° 6: Principales importadores mundiales de hortalizas en conserva incluida la alcachofa (\$) .....	54
Tabla N° 7: Principales exportadores mundiales de hortalizas en conserva incluida la alcachofa de la partida 200599 (\$) .....	56
Tabla N° 8: Población de Corea del Sur según edad y sexo 2015 (Millones de habitantes) .....	57
Tabla N° 9: Cinco estados con mayor población en Corea del Sur (Número de habitantes).....	58
Tabla N° 10: Principales países exportadores a Corea del Sur de hortalizas en conserva incluida la alcachofa (\$) .....	59
Tabla N° 11: Importaciones Corea del Sur con el Perú de hortalizas en conserva incluida la alcachofa (\$).....	60
Tabla N° 12: Precios en dólares por tonelada de conservas de alcachofa y derivados en Corea del Sur (Dólares por TN) .....	60
Tabla N° 13: Economía interna y externa de Corea del Sur .....	62
Tabla N° 14: PBI y PBI per cápita de Corea del Sur .....	62
Tabla N° 15: PBI de Corea del Sur por sectores (2015).....	63
Tabla N° 16: Tasa de inflación de Corea del Sur .....	63
Tabla N° 17: Evolución del comercio entre Perú-Corea del sur, 2010-2015 (US\$ millones) .....	64
Tabla N° 18: Aranceles por partida .....	65
Tabla N° 19: Regulaciones de importación y normas de ingreso .....	66
Tabla N° 20: Principales países destinos de las conservas de alcachofa peruana (\$) .....	68
Tabla N° 21: Evolución de las exportaciones de conserva de alcachofa peruana (\$) .....	69
Tabla N° 22: Precios de exportación de conserva de alcachofa peruana (\$/kg) .....	70
Tabla N° 23: Exportación peruana de conservas de alcachofa a Corea del Sur .....	70
Tabla N° 24: Serie histórica del cultivo de alcachofa en la región La Libertad .....	71
Tabla N° 25: Producción de alcachofa procesada en La Libertad 2011-2015(t) .....	72
Tabla N° 26: Principales empresas exportadoras de conservas de alcachofa (%) .....	73
Tabla N° 27: Situación actual de las principales empresas exportadoras de conservas de alcachofa en La Libertad .....	74
Tabla N° 28: Producción de alcachofa en conserva y su variación en La Libertad 2011-2012 (t)...	93
Tabla N° 29: Producción de alcachofa en conserva y su variación en La Libertad 2012-2013 (t)...	94
Tabla N° 30: Producción de alcachofa en conserva y su variación en La Libertad 2013-2014 (t)...	95
Tabla N° 31: Producción de alcachofa en conserva y su variación en La Libertad 2014-2015 (t)...	96

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico n°1: Principales importadores mundiales de hortalizas en conserva incluida la alcachofa (\$) .....	55
Gráfico n°2: Principales exportadores mundiales de hortalizas en conserva, incluida la alcachofa de la partida 200599 (\$) .....	56
Gráfico n°3: Población de Corea del Sur según edad y sexo 2015 (millones) .....	57
Gráfico n° 4: Precios en dólares por tonelada de conservas de alcachofa en Corea del Sur .....	61
Gráfico n° 5: Principales países destinos de las conservas de alcachofa peruana (\$) .....	68
Gráfico n° 6: Evolución anual de las conservas de alcachofa peruana (\$) .....	69
Gráfico n°7: Evolución de las principales empresas exportadoras de alcachofa en conserva 2011-2015 (%) .....	73

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen n°1: La alcachofa.....	27
Imagen n°2: Alcachofa Green Globe .....	38
Imagen n°3: Alcachofa Imperial Star.....	38
Imagen n°4: Alcachofa en conserva .....	39
Imagen n°5: Participación porcentual de las principales empresas exportadoras de conservas de alcachofa 2011 .....	96
Imagen n°6: Participación porcentual de las principales empresas exportadoras de las conservas de alcachofa 2012 .....	97
Imagen n°7: Participación porcentual de las principales empresas exportadoras de conservas de alcachofa 2013 .....	97
Imagen n°8: Imagen n°8: Participación porcentual de las principales empresas exportadoras de conservas de alcachofa 2014.....	98
Imagen n°9: Participación porcentual de las principales empresas exportadoras de conservas de alcachofa 2015 .....	98
Imagen n°10: Radiografía de Corea del Sur .....	99
Imagen n°11: Comercio Perú - Corea del Sur - Mundo .....	100
Imagen n°12: Exportaciones Perú-Corea del Sur por sectores 2010-2015.....	100
Imagen n°13: Comercio Perú- Corea del Sur por sectores .....	101
Imagen n°14: Facilidad para hacer negocios en Corea del Sur 2015 .....	102
Imagen n°15: Canal de distribución .....	102
Imagen n°16: Partidas arancelarias en países de la alcachofa en conserva .....	103
Imagen n°17: Estacional de la alcachofa en los principales países productores .....	104
Imagen n°18: Variedades de la alcachofa por país-anual .....	104
Imagen n°19: Variedades de la alcachofa por país-semiperemne .....	104
Imagen n°20: Ruta Puerto Salaverry-Puerto Incheon.....	105
Imagen n°21: Producción de alcachofas por tipos en la agroindustrias 2011 .....	106
Imagen n°22: Producción de alcachofa procesada de La Libertad 2011-2012 (t).....	106
Imagen n°23: Producción de alcachofa en conserva de La Libertad 2011-2012 (t).....	107
Imagen n°24: Ingreso de alcachofa fresca a las agroindustrias de La Libertad 2011-2012 (t) .....	107
Imagen n°25: Producción de alcachofa procesada 2012-2013 en La Libertad (t).....	108
Imagen n°26: Producción de alcachofa en conserva 2012-2013 de La Libertad (t).....	108
Imagen n°27: Ingreso de alcachofa fresca a las agroindustrias de La Libertad 2012-2013 (t) .....	109
Imagen n°28: Producción de alcachofa procesada 2013-2014 de La Libertad (t).....	109
Imagen n°29: Producción de alcachofa en conserva 2013-2014 de La Libertad (t).....	110
Imagen n°30: Ingreso de alcachofa fresca a las agroindustrias de La Libertad 2013-2014 (t) .....	110
Imagen n°31: Producción de alcachofa procesada 2014-2015 de La Libertad (t).....	111

Imagen n°32: Producción de alcachofa en conserva de La Libertad 2014-2015 (t).....	111
Imagen n°33: Ingreso de alcachofa fresca a las agroindustrias de La Libertad 2014-2015 (t) .....	112
Imagen n°34: Campos de alcachofa - SOCIEDAD AGRÍCOLA VIRÚ .....	113
Imagen n°35: Alcachofa - SOCIEDAD AGRÍCOLA VIRÚ.....	113
Imagen n°36: Alcachofa – DANPER .....	114
Imagen n°37: Mercados de la alcachofa – DANPER.....	114
Imagen n°38: La alcachofa – CAMPOSOL .....	115
Imagen n°39: Productividad de la alcachofa – CAMPOSOL .....	115

## RESUMEN

La presente investigación es sobre el mercado surcoreano y la viabilidad para que los productores y empresas agroexportadoras de conservas de alcachofa sigan incursionando en diferentes mercados, teniendo como prioridad al continente asiático. Con el objetivo de conocer las oportunidades que brinda Corea del Sur, su realidad y situación actual, se puede también conocer el precio establecido por los competidores y medir la posibilidad de exportar y competir frente a otros países. Este país, posee características como ser un mercado amplio, variado y con crecimiento económico sostenible. Por lo tanto, el análisis obtenido de este mercado nos sirve como herramienta para enfrentar y tener una visión del panorama actual y cambiante con resultados que ayuda a mejorar la competitividad de productores y empresas en la Región La Libertad.

En el Capítulo I se realizó la formulación del problema, el cual consiste en desarrollar un análisis del mercado para mejorar viabilidad de exportación, se establecen sus delimitaciones, justificación y objetivos que han de guiar la investigación.

En el Capítulo II se explica mediante el marco de referencia los conceptos fundamentales a ser aplicados en los capítulos posteriores. Éste está constituido por el marco de antecedentes, conceptual y teórico. Además se desarrolla un análisis PEST sobre la situación actual del país surcoreano y de la ciudad base para una incursión, Seúl. Así como un análisis FODA de situación actual de la región La Libertad. También se enfoca la formulación de la hipótesis, como solución al problema de investigación.

En el Capítulo III Se realizó la operacionalización de variables y se determinó el diseño metodológico de la investigación, la población y muestra de estudio, además de las técnicas e instrumentos que son necesarios para la recolección y análisis de los datos obtenidos.

El capítulo IV contiene el análisis e interpretación de los resultados de la medición de indicadores, correspondientes a las variables de estudio.

En el capítulo V validamos la hipótesis a través de la discusión de los resultados, tomando como sustento los resultados obtenidos en la medición de indicadores.

La última parte de esta investigación contiene las conclusiones, recomendaciones y los anexos con dos entrevistas, matriz de consistencia e instrumentos de recolección de datos.

## ABSTRACT

This research is about the South Korean market and the viability for producers and exporting companies of canned artichoke, continue dabbling in different markets, giving priority to the Asian continent. In order to meet the opportunities offered by South Korea, its reality and the current situation, the price set by competitors and measure the ability to export and compete against other countries. This country has features such as a large market, highly populated, diverse and sustainable economic growth. Therefore, the analysis obtained from this market, serves as a tool to address and have a view of the current and changing landscape, with results that helps improve the competitiveness of producers and businesses in the region La Libertad.

In Chapter I the formulation of the problem, which is to develop a market analysis to improve viability of export, was made its boundaries, rationale and objectives to guide the investigation are set.

Chapter II explains the framework by the fundamental concepts to be applied in subsequent chapters. This consists of the framed background, conceptual and theoretical. In addition, a PEST analysis of the current situation of the Korean nation, and the base city for a raid, Seoul. As well as a SWOT analysis of current situation in the region La Libertad. Also the formulation of hypothesis focuses, as a solution to the research.

Chapter III It is the operationalization of variables, and determines the methodological research design, population and study sample was determined, along with the techniques and instruments that are necessary for the collection and analysis of data.

Chapter IV contains the analysis and interpretation of measurement results indicators corresponding to the study variables.

Chapter V validate the hypothesis through the discussion of the results, taking as support the results obtained in measuring indicators.

The last part of this research contains the conclusions, recommendations and annexes with two interviews, matrix consistency and data collection instruments.

## CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

Actualmente China es el país con un mayor nivel de exportación de conservas de alcachofas con más 1200 millones de dólares, luego se encuentra Perú con más de 212 millones de dólares, ubicándose como segundo en el mundo y en Sudamérica como el primero, registrando un crecimiento del 9% respecto al año 2014 y con una participación del 5.7 % en el mercado mundial. El tercer lugar que le perteneció a nuestro país en años anteriores, lo es ahora para Francia con más de 173 millones de dólares, según los datos de Trade Map (2015) con la partida 200599. Estos tres países mencionados son los que tiene mayor participación en el mercado internacional por valor exportado.

Perú exporta alcachofas en considerable volumen, ganando así una significativa participación con tendencia al crecimiento en diferentes mercados del mundo, destinados a consumidores que revaloren la calidad y los buenos alimentos por un tema de salud, siendo Estados Unidos el actual y principal importador de alcachofas de nuestro país.

De acuerdo a la Asociación de Exportadores – Adex (2015), los departamentos donde se encuentra el mayor nivel de producción de alcachofa son Junín, La Libertad, Ica y Lima. En cuanto a nuestra región principalmente en las provincias de Virú, Chepén y Pacasmayo, que concentran el 90% de la producción.

La Libertad destaca como una de las regiones con mayor potencial de desarrollo en el país. A sus ingentes recursos naturales, plasmados en una inmensa capacidad agrícola y el redescubrimiento de su riqueza aurífera, se le añaden su sólida vocación industrial, su variada oferta turística y una importante dotación de capital humano. (BCRP 2013/2014)

La Libertad posee una superficie de 25 500 km<sup>2</sup>, territorio que se extiende sobre una gran diversidad geográfica, siendo una región que contiene las zonas naturales de Costa, Sierra y Selva. La peculiar forma de H de La Libertad, alberga en sus extremos a la Costa y la ceja de selva, mientras que la zona de Sierra se sitúa al centro, y representa la mayor parte de su territorio. Esta diversidad comprende ciudades, distritos y centros poblados que se ubican entre los 3 metros (Salaverry) hasta los 4 008 metros (Quiruvilca) sobre el nivel del mar. (BCRP 2013/2014)

La ubicación geográfica, no es el único aspecto favorable, pues también está el clima idóneo, las inversiones que se han dado para proyectos de irrigación y el riego tecnificado para la producción de cultivos agroindustriales para una gran diversidad durante todo el año, los cuales tienen destinos a mercados internacionales y en menor parte para el consumo local. Estos cultivos son el espárrago, caña de azúcar, arroz cáscara, alcachofa, uva y algunos domesticados como la papa, piña y maíz amarillo. Siendo La Libertad el segundo productor de alcachofa en el país, con poco más del 20 por ciento de participación, sembrándose en las provincias de Virú, Pacasmayo, Chepén y Trujillo.

Este producto se exporta principalmente a Estados Unidos, España y Francia, seguido por demás países de la Unión Europea, aunque en los últimos años y por tendencia a crecimiento económico se está abriendo nuevos mercados en Asia.

La Libertad cuenta con tres empresas consolidadas en la producción de alcachofas, con el siguiente orden SOCIEDAD AGRÍCOLA VIRÚ S.A, DANPER TRUJILLO S.A.C y CAMPOSOL S.A., optando por los mercados mencionados. Son estas tres empresas del sector agroindustrial en La Libertad, las más importantes y pioneras en incursionar en variados mercados alrededor del mundo y teniendo en cuenta las oportunidades e intenciones de ésta al apuntar a países del mercado asiático, siendo el primero Japón. Se considera importante realizar el análisis de un país dentro de este continente, por ello se eligió a Corea del Sur para seguir incursionando en el exigente mercado asiático como un nicho que permitirá aumentar la rentabilidad, la elección de este país se debe principalmente a favorables características como ser la décimo tercera economía más importante del mundo, la tercera más importante en Asia, atrás de China y Japón respectivamente, y la décima más importante para el Perú, así mismo como país se ubica en el puesto 4 en el Índice de facilidad para hacer negocios en los últimos dos años (Banco Mundial). Además con Perú tiene como ventaja entre ambos un TLC, pero que no se está aprovechando de manera idónea, ya que Corea del Sur es el quinto país en el mundo que más demanda la alcachofa en conserva, con la partida arancelaria (200599). Con esto no solo se busca ingresar a este mercado, iniciando en Seúl, su capital, sino también mantenerse de manera competitiva y sostenible para poder aprovechar oportunidades como el alto poder adquisitivo de los más de 50 millones de habitantes que tiene el país, los beneficios arancelarios para la alcachofa y más productos, además de tener una fuente fiable de aceptación como

es la consolidación del espárrago en este país, mediante estas agroindustrias liberteñas.

Por lo tanto se busca ingresar a este mercado, conociendo previamente su viabilidad de exportación, haciendo un análisis exhaustivo de todos aquellos factores y condiciones que intervendrán para poder realizar el envío de las conservas de las empresas agroexportadoras en la región La Libertad y si es posible concretarlo de modo satisfactorio.

De este modo logramos aprovechar la demanda de estas hortalizas en el país destino, Corea del Sur, con agroindustrias de prestigio que servirán como empuje para otros productores en La Libertad y así seguir expandiendo internacionalmente este producto que mantiene una gran demanda en el mundo que son las conservas de alcachofas.

## **1.2. Formulación del problema**

Este análisis nos lleva a plantearnos el siguiente problema:

¿De qué manera el análisis del mercado de Corea del Sur influye en la viabilidad de la exportación de conservas de alcachofa de la Región La Libertad, Trujillo - 2016?

## **1.3. Justificación**

Teórica: La presente investigación tiene sus bases teóricas en libros y estudios con la finalidad de realizar un proyecto que sirva de guía a las empresas agroindustriales de La Libertad.

Práctica: Encuentra su justificación práctica en la medida que ayuda a los productores y empresas agroexportadoras liberteñas con un esquema de orientación y estrategias a seguir y realizar para determinar la viabilidad de exportación de conservas de alcachofas para el ingreso a un nuevo país como Corea del Sur a la ciudad de Seúl.

Valorativa: Encuentra su justificación valorativa al analizar la viabilidad de la exportación de conserva de alcachofa, permitiendo crear una ventaja competitiva para las agroindustrias e individuos de la Región de la Libertad al comercializar un producto bastante demandado en el país destino.

Académica: La presente investigación encuentra su justificación académica en la carrera de Administración y Negocios Internacionales en los cursos de Tesis, Logística, Economía, Inteligencia Comercial, Investigación de mercados y Dirección y Gestión de Agronegocios.

#### **1.4. Limitaciones**

- Dificultad de acceso a información completa lo que origina que, en algunos casos, se infieran datos en función de la información obtenida.
- La investigación no puede ser aplicada para agroexportadores fuera de la Región La Libertad, ya que depende de sus características y contexto, pese a ello servirá de apoyo a investigaciones posteriores sobre el tema ya que el estudio y conclusiones son válidas.

#### **1.5. Objetivos**

##### **1.5.1. Objetivo general**

Analizar el mercado de Corea del Sur para la viabilización de las exportaciones de conservas de alcachofa de la Región La Libertad, Trujillo - 2016.

##### **1.5.2. Objetivos específicos**

- Determinar las condiciones y oportunidades de mercado de Seúl – Corea del Sur para viabilizar la exportación de alcachofa en conserva.
- Evaluar los factores económicos del país de Corea del Sur.
- Evaluar el TLC Perú – Corea del Sur para aprovechar las ventajas comerciales.
- Efectuar un diagnóstico situacional general en la capacidad de exportación y gestión de las conservas de alcachofa en la Región La Libertad.

## CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes

En el ámbito internacional, León (2007) en su tesis realizada sobre el “Estudio de factibilidad para la exportación de corazones de alcachofa en conserva desde la provincia de Imbabura, Ecuador hacia el mercado francés” demostró que es importante la exportación de este producto y la creación de una empresa debido a que ayuda al desarrollo de su sector, las mismas que solventarán la economía de las familias locales, teniendo como efecto un gran aporte para el crecimiento de la provincia y del país. Así mismo el proyecto es rentable en términos económicos debido a que presenta indicadores favorables, como la rentabilidad sobre el capital propio, con una tasa activa del 12% y una tasa interna de retorno de 36,041% que es mayor a la tasa de oportunidad de 8.90%. Así mismo en Ecuador, existe un análisis más específico tomando a una empresa, es por ello que en la tesis realizada de Estrella y Criollo (2013) en el “Proyecto de pre-factibilidad para producción y comercialización de alcachofa de la empresa Inaexpo” nos menciona que la información actual que se tiene de la alcachofa muestra una creciente tendencia en el mercado internacional liderados por esta empresa, según información de mercado existe una demanda potencial insatisfecha a nivel local, la empresa INAEXPO se encuentra consolidada a nivel internacional exportando alcachofa procesada, el consumo interno es poco representativo con respecto a la exportación que la empresa realiza y según la información financiera presentada y evaluada el proyecto muestra rentabilidad en un horizonte de 5 años, lo que significa hasta el 2018. En consecuencia, el proyecto es factible, ya que el producto tiene excelente acogida a nivel internacional, y se cuenta con asistencia técnica directa de parte de INAEXPO.

En nuestro país, Cabral (2006) en su tesis de maestría “Analizar la viabilidad de exportar alcachofa fresca congelada, corazones y fondos en conserva, desde la región Junín, al mercado norteamericano” sostiene que la exportación de este producto para los próximos años se encuentra en una etapa de crecimiento, dado que aún existe una demanda no atendida en los mercados internacionales. El autor nos dice que la sierra del Perú, tiene un potencial, que no se está explotando aún, así mismo el consumo per cápita por la alcachofa permanecería constante a lo

largo de los años proyectados. Al hacer una evaluación de la viabilidad del negocio para exportar la alcachofa resultó ser rentable.

Cornejo (2008) en su tesis llamada “Estudio de prefactibilidad de una empresa procesadora y comercializadora de alcachofas en conservas a los mercados de Estados Unidos y la Unión Europea” nos informa que es viable económica y financieramente, ya que los resultados obtenidos luego de la evaluación son adecuados para un proyecto de este tipo, teniéndose un VAN económico de S/.3.002M con una TIR de 39% y un VAN financiero de S/.1.826M con una TIR de 69%. Además el periodo de recuperación de inversión sería de 4 años.

En el plano local Alvarado y Benavides (2014) nos dice en la tesis “La agroexportación liberteña y su incidencia en el crecimiento económico de La Libertad 2009-2013” que la agroexportación incidió de manera positiva en el crecimiento económico de la región La Libertad para ese periodo, esto se afirmó de acuerdo al análisis de datos de los diferentes indicadores de crecimiento económico y la agroexportación, los cuales han beneficiado de una forma directa e indirecta creando mayor empleo, aumento del PBI, aumento de inversiones públicas y privadas. Además se pudo afirmar que las empresas deben aprovechar las diferentes ventajas competitivas, como la biodiversidad en la productividad de la región La Libertad, las condiciones climáticas adecuadas y la búsqueda de nuevos mercados para insertar los productos agrícolas con valor agregado. Después de un estudio general ya efectuado de las agroexportaciones en nuestra Región, es importante conocer la situación del mercado que escogimos, Espinoza y Sánchez (2014) en la tesis “Oportunidades de negocio en el mercado de Corea del Sur para la exportación peruana de uva fresca 2014” nos manifiesta que Corea del Sur seguirá creciendo y manteniendo una economía favorable y puede permitir el desarrollo e incremento de negocios, así como el ingreso de inversionistas que generarán un mayor dinamismo a su economía. Por otra parte para su producto en estudio, la uva, la región norte es donde se centra la mayor producción para su exportación. Así mismo los autores nos dicen que las exportaciones peruanas ingresan al mercado coreano con mayor competitividad con respecto a productos de otros países, debido al Acuerdo Comercial firmado entre ambos.

## 2.2 Bases teóricas

### 2.2.1 Variable independiente: Análisis de mercado

#### 2.2.1.1 Definición de Mercado

En términos económicos, se le dice mercado al escenario (físico o virtual) donde tiene lugar un conjunto de transacciones e intercambios de bienes y servicios entre los participantes a partir del mecanismo de oferta y demanda. Existen diversos tipos de mercados: como los minoristas o mayoristas, los de materias primas y los de productos intermedios, y también los mercados de acciones o bolsas de valores.

A través de la historia se han constituido distintos tipos de mercado: los primeros funcionaban por medio del trueque, es decir, el intercambio directo de bienes mediante la valorización de los mismos.

El modelo económico actual requiere de una complicada interrelación en la que se entrecruzan las distintas monedas nacionales, los sistemas de bonos locales e internacionales, el circuito bursátil y los movimientos de aduana, importación y exportación entre países y bloques comerciales.

El mercado es, también, el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio. Estos compradores comparten una necesidad o deseo determinados que se pueden satisfacer mediante relaciones de intercambio.

Para propósitos de marketing, definimos mercado como las personas u organizaciones con necesidades de satisfacer, dinero para gastar y deseo de gastarlo.

Para efectos de la mercadotecnia, un mercado, son los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio. Esta definición se complementa con los siguientes tres elementos:

- La presencia de uno o varios individuos con necesidades y deseos por satisfacer.
- La presencia de uno o varios individuos con necesidades y deseos de satisfacer
- La presencia de personas que ponen los productos a disposición de los individuos con necesidades, a cambio de una remuneración

Mercado es personas u organizaciones con necesidades o deseos con la capacidad y disposición de comprar. Un grupo de personas u organizaciones que carezca de alguna de estas características no es un mercado.

Grupo de compradores reales y potenciales (individuos u organizaciones) con necesidades que satisfacer a través de un intercambio comercial. (Rodríguez 2014)

#### 2.2.1.2 Tipos de mercado

##### Desde el punto de vista geográfico

Las empresas tienen identificado geográficamente su mercado. En la práctica, los mercados se dividen de esta manera:

- **Mercado Internacional:** Es aquel que se encuentra en uno o más países en el extranjero.
- **Mercado Nacional:** Es aquel que abarca todo el territorio nacional para el intercambio de bienes y servicios.
- **Mercado Regional:** Es una zona geográfica determinada libremente, que no coincide de manera necesaria con los límites políticos.
- **Mercado de Intercambio Comercial al Mayoreo:** Es aquel que se desarrolla en áreas donde las empresas trabajan al mayoreo dentro de una ciudad.
- **Mercado Metropolitano:** Se trata de un área dentro y alrededor de una ciudad relativamente grande.
- **Mercado Local:** Es la que se desarrolla en una tienda establecida o en modernos centros comerciales dentro de un área metropolitana.

### Según el tipo de cliente

Los tipos de mercado desde el punto de vista del cliente, se dividen en:

- **Mercado del Consumidor.** En este tipo de mercado los bienes y servicios son adquiridos para un uso personal, por ejemplo, la ama de casa que compra una lavadora para su hogar.
- **Mercado del Productor o Industrial.** Está formado por individuos, empresas u organizaciones que adquieren productos, materias primas y servicios para la producción de otros bienes y servicios.
- **Mercado del Revendedor.** Está conformado por individuos, empresas u organizaciones que obtienen utilidades al revender o rentar bienes y servicios, por ejemplo, los supermercados que revenden una amplia gama de productos.
- **Mercado del Gobierno.** Está formado por las instituciones del gobierno o del sector público que adquieren bienes o servicios para llevar a cabo sus principales funciones, por ejemplo, para la administración del estado, para brindar servicios sociales (drenaje, pavimentación, limpieza, etc.), para mantener la seguridad y otros.

### Según la competencia establecida

Existen cuatro tipos de mercado:

- **Mercado de Competencia Perfecta.** Este tipo de mercado tiene dos características principales: Los bienes y servicios que se ofrecen en venta son todos iguales; y los compradores y vendedores son tan numerosos que ningún comprador ni vendedor puede influir en el precio del mercado, por tanto, se dice que son precio-aceptantes.
- **Mercado Monopolista.** Es aquel en el que sólo hay una empresa en la industria. Esta empresa fabrica o comercializa un producto totalmente diferente al de cualquier otra. La causa fundamental del monopolio son las barreras a la entrada; es decir, que otras empresas no pueden ingresar y competir con la empresa que ejerce el monopolio. Las barreras a la entrada tienen tres orígenes:
  - a) Un recurso clave (por ejemplo, la materia prima) es propiedad de una única empresa.

- b) Las autoridades conceden el derecho exclusivo a una única empresa para producir un bien o un servicio.
- c) Los costes de producción hacen que un único productor sea más eficiente que todo el resto de productores.
- **Mercado de Competencia Imperfecta:** Es aquel que opera entre los dos extremos:
  - a) El Mercado de Competencia Perfecta.
  - b) El de Monopolio Puro. Existen dos clases de mercados de competencia imperfecta:
    - i. Mercado de Competencia Monopolística: Es aquel donde existen muchas empresas que venden productos similares pero no idénticos.
    - ii. Mercado de Oligopolio: Es aquel donde existen pocos vendedores y muchos compradores. El oligopolio puede ser: Perfecto (Cuando unas pocas empresas venden un producto homogéneo) o Imperfecto (Cuando unas cuantas empresas venden productos heterogéneos)
- **Mercado de Monopsonio.** Monopsonio viene de las palabras griegas Monos = Solo y Opcioncion = Idea de compras. Este tipo de mercado se da cuando los compradores ejercen predominio para regular la demanda, en tal forma que les permite intervenir en el precio, fijándolo o, por lo menos, logrando que se cambie como resultado de las decisiones que se tomen. Esto sucede cuando la cantidad demanda por un solo comprador es tan grande en relación con la demanda total, que tiene un elevado poder de negociación. Existen tres clases de Monopsonio:
  - a) Duopsonio: Se produce cuando dos compradores ejercen predominio para regular la demanda.
  - b) Oligopsonio: Se da cuando los compradores son tan pocos que cualquiera de ellos puede ejercer influencia sobre el precio.
  - c) Competencia Monopsonista: Se produce cuando los compradores son pocos y compiten entre sí otorgando algunos favores a los vendedores, como: créditos para la producción, consejería técnica, administrativa o legal, publicidad, regalos, etc.

### Según el tipo de producto

De acuerdo a esta clasificación, el mercado se divide en:

- **Mercado de Productos o Bienes.** Está formado por empresas, organizaciones o individuos que requieren de productos tangibles (una computadora, un mueble, un auto, etc.)
- **Mercado de Servicios.** Está conformado por empresas, personas u organizaciones que requieren de actividades, beneficios o satisfacciones que pueden ser objeto de transacción: Por ejemplo, el servicio de limpieza, de seguridad, de lavandería, etc.
- **Mercado de Ideas.** Tanto empresas como organizaciones necesitan constantemente de "buenas ideas" para ser más competitivas en el mercado. Por ello, la mayoría de ellas están dispuestas a pagar una determinada cantidad de dinero por una "buena idea", por ejemplo, para una campaña publicitaria, para el diseño de un nuevo producto o servicio, etc. Por ello, existen ferias de exposición de proyectos en universidades y escuelas, las cuales, tienen el objetivo de atraer empresarios, inversionistas, caza-talentos, etc.
- **Mercado de Lugares.** Está compuesto por empresas, organizaciones y personas que desean adquirir o alquilar un determinado lugar, ya sea para instalar sus oficinas, construir su fábrica o simplemente para vivir. También está compuesto por individuos que deseen conocer nuevos lugares, pasar una vacación, recrearse en un determinado lugar, etc.

### Según el tipo de recurso

El mercado de recursos, se divide en:

- **Mercado de Materia Prima.** Está conformado por empresas u organizaciones que necesitan de ciertos materiales en su estado natural (madera, minerales u otros) para la producción y elaboración de bienes y servicios.
- **Mercado de Fuerza de Trabajo:** Es considerado un factor de producción, por tanto, está formado por empresas u organizaciones que necesitan contratar empleados, técnicos, profesionales y/o especialistas para producir bienes o servicios.

- **Mercado de Dinero:** Está conformado por empresas, organizaciones e individuos que necesitan dinero para algún proyecto en particular (comprar nueva maquinaria, invertir en tecnología, remodelar las oficinas, etc.) o para comprar bienes y servicios (una casa, un automóvil, muebles para el hogar, etc.), y que además, tienen la posibilidad de pagar los intereses y de devolver el dinero que se han prestado.

#### **Según el tipo de no clientes**

Existe un tipo de mercado que abarca a grupos de no clientes.

- **Mercado de Votantes:** Es aquel que está conformado por personas habilitadas para ejercer su derecho democrático al voto. Por ejemplo, para elegir una autoridad (presidente, alcalde, gobernador, etc.) o un representante (presidente de la junta de vecinos u otro).
- **Mercado de Donantes:** Lo constituyen los donantes o proveedores de fondos a entidades sin ánimos de lucro. Los cuatro mercados principales son los de:
  - a) **Gobierno:** Cuando aporta fondos a organizaciones sin fines de lucro (educación, investigación, salud pública, etc.).
  - b) **Fundaciones:** Aquellas que financian actividades benéficas o sociales, se dividen en: fundaciones familiares, generales, corporativas y comunitarias.
  - c) **Individuos:** Personas que donan fondos para causas benéficas o de interés social.

#### **2.1.1.3 Análisis de Mercado**

El análisis de mercado dará sustento a la mercadotecnia y su preocupación estará centrada en conocer qué quiere el mercado, cómo lo quiere y si la empresa está en capacidad de cubrir dichos mercados. Por tanto, el estudio de mercado es un proceso sistemático y objetivo que permite captar la información necesaria para diseñar las estrategias de negocio y evaluar el proyecto.

En este caso, un análisis de mercado internacional consiste en investigar al mercado exterior y su posterior análisis con ánimo de producir exportaciones, es el enfoque sistemático y objetivo para el desarrollo y suministro de información que alimenta el proceso de toma de decisión en una gestión comercial. Es a la vez un proceso que nos permite con cierta certeza “mirar antes de saltar”, pues en esta etapa, se determinan los mercados potenciales y se selecciona el más apto o conveniente con intención de aumentar las ventas, disminuir los costos comerciales y elevar las utilidades.

Al planificar el trabajo de investigación, se debe tener en claro el problema que originó la búsqueda y contestarse preguntas tales como: Que vamos a investigar; Porque investigar; Donde investigaremos y Como lo haremos, así como la clase de información requerida, la profundidad de la misma, la veracidad de la fuente de información y evitar todas aquellas distorsiones ideológicas que pueden afectar nuestra perspectiva de análisis. (Ledesma Carlos, 2003).

Por otra parte, para que el ingreso en un nuevo mercado sea de interés para la empresa, es importante considerar los costes que dicha acción va a representar, no solo a corto sino también a medio y largo plazo. Es evidente que antes de iniciar una política de penetración comercial es necesario encontrar un método para seleccionar los mercados que permitan minimizar los costes citados.

#### **A. Etapas del análisis de mercado**

La identificación de los mercados con dichas características pasa por cuatro etapas diferentes, de los cuales se mencionará los tres primeros y se analizará más adelante los dos primeros: Identificación del mercado con mayor potencial e interés, auditoría del mercado en gabinete, auditoría del mercado «sobre el terreno», e intentar vender.

**a) Identificación del mercado con mayor potencial e interés**

Las empresas que deciden salir al mercado exterior se encuentran, desde un punto de vista teórico, frente a 180 posibilidades diferentes, que es el número de países que conforman la economía mundial. El primer problema sobre el que tiene que reflexionar la empresa es decidir cuáles de estos mercados cumplen unas mínimas exigencias y tienen la demanda suficiente como para considerarlos interesantes para iniciar una investigación más profunda. En principio se deben analizar:

- Experiencias seguidas por otras empresas del mismo país.
- Estudios de las principales ratios económicas: renta per cápita, PNB, desempleo, etc.
- Método de los factores clave: política, economía, estabilidad, cultura, etc.

**b) Auditoría del mercado en gabinete (desk work)**

Al final de la primera etapa se habrán seleccionado los mercados que ofrecen mejores posibilidades para vender los productos de la empresa. Esto depende esencialmente del tipo de productos que la empresa desee vender y el peso que esta quiera dar a los mercados exteriores dentro de su propia estrategia de desarrollo.

En cualquier caso, y con independencia del número de mercados a estudiar, habrá que efectuar un análisis profundo de la documentación disponible. Las informaciones que pueden obtenerse son muchísimas y deberán ser evaluadas. Posteriormente, esta segunda fase sirve, por tanto, para hacer una última selección de los mercados y además para preparar el terreno para el próximo análisis, en el caso de que se decida

seguir con la investigación. La información más importante en esta segunda etapa es:

- La situación política, social y económica.
- La evolución de las variables macro y microeconómicas más importantes.
- Las relaciones y acuerdos establecidos con los países en estudio.
- Tener la web de la empresa acondicionada para estar bien posicionada en el mercado internacional.

**c) Auditoría del mercado «sobre el terreno» (field work)**

En la primera etapa se seleccionaron aquellos mercados que ofrecían mayores oportunidades; en la segunda se ha hecho el análisis de gabinete del que ha resultado un panorama general de la capacidad de absorción de determinados mercados y se ha decidido cuáles de ellos serán objeto de una última inversión en investigación. Para profundizar en esta fase se hace necesario dar un salto en la calidad de la investigación. Es fundamental enviar directamente al mercado exterior a personas que conozcan el producto, que hayan participado en las fases anteriores y que tengan posibilidades de realizar un estudio de mercado a través de la observación directa de lo que piden los compradores, pues en esta fase debe completarse el proceso de investigación, recogiendo directamente o a través de una empresa local información sobre: el producto (conservas de alcachofa), el mercado (Corea del Sur) y el segmento (jóvenes y adultos, 25 a 51 años) y análisis de la competencia como la participación en el mercado, producción, costes, etc. (Rafael Muñiz, Marketing en el siglo xxi. 5a edición 2014)

## **B. Herramientas de análisis de mercado**

En un mundo de mercados globalizados es importante realizar el análisis del entorno internacional, por países o por regiones, tanto para las empresas internacionales como para aquellas que operan en un solo país.

Las herramientas son de gran valor para los propietarios de empresas y sus empleados, ya sea que trabajen en una tienda local o una gran corporación. Estas herramientas le dan a las empresas la capacidad de controlar las reacciones de los clientes hacia sus productos, miden los efectos de sus decisiones de comercialización y crean un ciclo de comunicación abierta con sus clientes. Esta información útil les permite tomar decisiones fundamentadas sobre sus negocios, tales como la posibilidad de lanzar nuevos productos o quitar líneas de productos y en qué actividades de comercialización debe invertir más tiempo y dinero. Existen herramientas como: Análisis PEST y análisis de matriz FODA

### **a) Análisis PEST**

El análisis PEST es una herramienta de gran utilidad para comprender el crecimiento o declive de un mercado, y en consecuencia, la posición, potencial y dirección de un negocio. Es una herramienta de medición de negocios.

El PEST funciona como un marco para analizar una situación, y como el análisis FODA, es de utilidad para revisar la estrategia, posición, dirección de la empresa, propuesta de marketing o idea. Completar un análisis PEST es sencillo, y conveniente para la discusión en un taller, una reunión de tormenta de ideas e incluso como ejercicio para juegos de construcción de equipos.

Los factores analizados en PEST son esencialmente externos; es recomendable efectuar dicho análisis antes del análisis FODA, el cual está basado en factores internos (Fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas). El PEST mide el mercado, el FODA mide una unidad de negocio, propuesta o idea.

#### **b) Análisis de matriz FODA**

La matriz DAFO (conocido por algunos como FODA, y SWOT en inglés) es una herramienta de estudio de situación que les permite a las empresas o cualquier proyecto emprendedor, analizar sus diferentes características internas, como son Debilidades y Fortalezas, así como también la situación externa de la misma, como son las Amenazas y Oportunidades. Puede ser utilizada para planificación de la empresa, planificación estratégica, evaluación de competidores, marketing, desarrollo de negocios o productos, y reportes de investigación.

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio (persona, empresa u organización, etc) permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formuladas.

A su vez esta herramienta puede ser utilizada en conjunto con la matriz PEST que funciona como un marco para analizar una situación, y como el análisis FODA, es de utilidad para revisar la estrategia, posición, dirección de la empresa, propuesta de marketing o idea. Es recomendable hacer PEST antes del FODA, el PEST ayudará a identificar factores de FODA. Aunque pueden tener áreas comunes (factores similares pueden aparecer en ambos), no dejan de ser perspectivas distintas.

**Tabla N° 1: Análisis FODA de la región La Libertad**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Existen 8 pisos ecológicos (climas, suelos) ideales para el cultivo de frutales, hortalizas y menestras.</li> <li>▪ Cuenta con 539 mil hectáreas de superficie agrícola, la segunda de mayor extensión en el país. Donde el 52% se encuentra bajo riego.</li> <li>▪ Puerto de embarque y aeropuerto.</li> <li>▪ Presencia de empresas agroindustriales de tamaño grande y mediano.</li> <li>▪ Empresas exportadoras posicionadas en el mercado internacional.</li> <li>▪ Experiencia de exportación de productos como el espárrago, paltas, la alcachofa, la páprika, el piquillo, frutales, entre otros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Estabilidad macroeconómica</li> <li>▪ Introducción de nuevos productos en el agro.</li> <li>▪ Posibilidad de suscribir nuevos convenios comerciales con otros países y regiones, aparte de los 17 TLC firmados.</li> <li>▪ Creciente tendencia mundial hacia el consumo de hortalizas y frutas orgánicas.</li> <li>▪ Tercera etapa de Chavimochic, que al finalizar su construcción en el año 2019, beneficiará con el recurso hídrico a 111 300 (has) de cultivo.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Escasos niveles de inversión en investigación y tecnología.</li> <li>▪ Poco conocimiento en tecnologías de riego, tipos de fertilizantes y control de plagas en la pequeña agricultura.</li> <li>▪ Dependencia de insumos y maquinaria importada.</li> <li>▪ Escasa asistencia técnica a los productores.</li> <li>▪ Pocas empresas con planificación a corto, mediano y largo plazo.</li> <li>▪ Poca difusión de los acuerdos comerciales internacionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Competencia desleal por calidad y precios.</li> <li>▪ Presencia de fenómenos naturales.</li> <li>▪ Aparición de nuevas plagas en cultivos estrella de la exportación.</li> <li>▪ Desarrollo biotecnológico de países desarrollados en variedades similares.</li> <li>▪ Inestabilidad de los precios de productos en el mercado internacional.</li> </ul>

Fuente: MINCETUR.

Elaboración Propia

## **2.2.2 Variable dependiente: Exportación**

### **2.2.2.1 Definición de Exportación**

De acuerdo con la Organización Mundial del Comercio (OMC), exportar es el acto u operación de despacho de mercancías de un país hacia el extranjero para su uso o consumo definitivo.

En las ciencias económicas la exportación se define como el envío de un producto o servicio a un país extranjero con fines comerciales. Estos envíos se encuentran regulados por una serie de disposiciones legales y controles impositivos que actúan como marco contextual de las relaciones comerciales entre países.

En nuestro país, La ley General de Aduanas señala que la exportación es el régimen aduanero que se aplica a las mercancías de libre circulación que salen del país para uso y consumo definitivo en el exterior.

Cabe destacarse que la exportación siempre se efectúa en un marco legal y bajo condiciones ya estipuladas entre los países involucrados en la transacción comercial. Así es que intervienen y se respetan las legislaciones vigentes en el país emisor y en el que recibe la mercancía.

### **2.2.2.2 Los exportadores**

Muchas empresas afirman tener la intención de exportar, expresando la motivación, perspectiva y expectativa de que va a acelerar el crecimiento y aumentar las ganancias. Las prácticas empresariales identifican tres tipos de exportadores.

- Exportadores ocasionales: Este tipo de empresa ha surtido pedidos no solicitados a compradores extranjeros, pero investiga pasivamente, si lo hace, las opciones del comercio internacional. Estos exportadores entienden los conceptos básicos del proceso de exportación, sin embargo no lo ven como un aspecto vital de su estrategia.

- Exportadores regulares: Este tipo de empresa, persigue agresivamente las ventas de exportación y tiene una amplia experiencia con sus aspectos prácticos, complejidades y tecnicismos. Ve la exportación como una actividad productiva, rentable y estratégica.
- No exportadores: Este tipo de empresa tiene poco o ningún conocimiento acerca de la exportación, a menudo no profesa ninguna intención, presente ni a futuro de participar en el comercio internacional.

En la exportación el tamaño de la empresa importa de una manera interesante, sus ventajas de propiedad, ubicación e interiorización les ayudan a identificar mercados, aprovechar sus habilidades organizacionales y administrar los riesgos internacionales. No obstante, existe un considerable potencial de crecimiento para las exportaciones de las llamadas pequeñas y medianas empresas o PYMEs. (John Daniels, 2013)

### **2.2.2.3 Condiciones para exportar**

Para desarrollar la actividad exportadora se debe considerar lo siguiente:

- Empresa: Con visión internacional y recursos adecuados necesarios (humano y capital)
- Mercado: Seleccionado y plenamente identificado
- Producto: Que responda a los requerimientos, características y exigencias del cliente.

### **2.2.2.4 Beneficios de la exportación**

El proceso exportador es importante para toda empresa que busca expandir sus ventas hacia el exterior, este paso es decisivo para lograr la mejora de la producción de una compañía y genera muchos beneficios.

Según la Guía del Exportador, elaborada por Promperú, se presentan las siguientes cualidades:

- Poder recibir pedidos de compra del exterior para incrementar las ventas.
- Posibilidad de obtener mejores precios y mayor rentabilidad.
- Diversificación de riesgos.
- Acceso a mercados más grandes y de gustos diversos
- Aprovechar las economías de escala para bajar los costos unitarios mediante el incremento de los volúmenes de producción.
- Adquirir competitividad en precio, gracias a los acuerdos comerciales que el Perú tiene vigentes con los mercados internacionales.
- Disminuir la carga tributaria generada por los impuestos locales.
- Posicionar la imagen de la empresa en el extranjero, identificándolo con prestigio, calidad, nuevos productos y buen servicio.

#### 2.2.2.5 Tipos de exportación

De acuerdo a la Ley General de Aduanas y su reglamento, la exportación puede ser:

- **Exportación definitiva:** Cuando la mercancía se embarca con destino al exterior para su uso o consumo definitivo
- **Exportación temporal:** Cuando la salida del bien, producto o mercancía se efectúa por un plazo determinado hasta de 12 meses, al término del cual retornará al país.

Respecto a su tipo, pueden clasificarse en:

- **Exportación tradicional:** Su concepto está íntimamente ligado al de materia prima o insumo. Son aquellos bienes que se ha venido exportando a través de los años como la harina de pescado, café, algodón, azúcar, espárrago, etc. Presentan la desventaja que la mayoría de sus precios dependen de las cotizaciones en el mercado internacional, por lo cual el exportador no puede ejercer influencia alguna sobre el precio y su valor agregado es escaso. Por otro lado,

requieren de un elevado nivel de inversión y las empresas solamente serán competitivas en la medida en que puedan hacer uso de economías de escala.

- **Exportación no tradicional:** Son aquellas que el estado limita para poder abastecer a la nación y así tener más seguridad. Estos bienes se han venido exportando en forma irregular o esporádicamente a través de los años como el cemento, artesanías, etc. Tiene la ventaja que el exportador ejerce influencia sobre los precios según su estructura de costos y según los precios de la competencia. En general no requieren de un significativo nivel de inversión y generan un valor agregado considerable.

Según su valor comercial de las mercancías, pueden ser: (SUNAT, 2013)

- **Exportaciones por trámite regular:** Cuando el monto de lo exportado supera los US\$ 5,000, requiere contratar los servicios de una Agencia de Aduana.
- **Exportaciones por trámite simplificado:** Cuando el monto de lo exportado no exceda de US\$ 5,000, lo pueden realizar los mismos exportadores.

#### 2.2.2.6 Términos comerciales en el proceso de exportación

- A. Partida arancelaria:** Es el código numérico que sirve para identificar los distintos productos clasificados con fines aduaneros a nivel internacional.

El Sistema Armonizado agrupa los distintos productos a nivel de seis dígitos. En el caso de Perú el código nacional o partida arancelaria se compone de 10 dígitos. En el caso de los países miembros de la Comunidad Andina se hace uso de la nomenclatura Nandina, que es aplicada al universo de los productos de cada uno de los países miembros.

- B. Arancel:** Es una tasa que se aplica a la importación de los bienes o mercancías. Los aranceles son derechos de aduana que pueden ser:

- Ad –Valorem: se calcula como un porcentaje del valor de los bienes y son los que más se utilizan en la actualidad, empleándose como base imponible el valor CIF (costo+seguro+flete)
  - Específicos: Monto fijo que se paga por una cantidad determinada por unidad del bien importado, por unidad de peso o por unidad de volumen.
- C. Preferencia arancelaria:** Se fundamenta en los convenios internacionales establecidos en la Organización Mundial del Comercio (OMC). La tendencia actual de globalización obliga a los países a fomentar la suscripción de acuerdos comerciales con el fin de ser más competitivos a nivel internacional. Estos acuerdos implican la exoneración o desgravación de aranceles para los países firmantes. Existen cuatro niveles de acuerdos:
- Bilaterales (Acuerdos de Complementación Económica, Tratados de Libre Comercio-TLC)
  - Multilaterales (Asia Pacific Economic Cooperation- APEC)
  - Regionales (Comunidad Andina)
  - Unilaterales (ATPDEA, Sistema General de Preferencias)
- D. Incoterms:** Son reglas internacionales de aceptación voluntaria entre el comprador y el vendedor, se utilizan para conocer los costos y riesgos de las partes que intervienen en la compra-venta internacional de mercancías y vienen de las siglas en inglés de la International Commercial Terms (Términos Internacionales de Comercio), emitidos por la Cámara de Comercio e Industria.

Estos términos se basan en reglas mundialmente aceptadas por su exactitud, aceptación y empleo. Indican las obligaciones y derechos entre el vendedor o exportador y el importador o comprador relativos al punto de entrega, transferencia del riesgo, responsabilidad de la documentación, entre otros puntos. Los incoterms se utilizan en la mayoría de las negociaciones vinculadas en la compra-venta

internacional y en los documentos utilizados en el proceso de exportación.

Para adaptar estas reglas a las prácticas comerciales Internacionales más recientes, diversas enmiendas han sido añadidas a las reglas de 1936, hasta llegar hoy a los “Incoterms 2010”, que reemplazan los Incoterms 2000. Las últimas modificaciones, en aplicación desde el primero de enero 2011, están relacionadas principalmente con la supresión de cuatro Incoterms – DEQ, DES, DAF y DDU – y con la introducción de dos nuevos Incoterms “D”, DAT (Entregado en Terminal) y DAP (Entregado en el punto de destino).

**Tabla N° 2: INCOTERMS**

Texto inglés		Texto castellano
SIGLA	Description	Descripción
<b><u>EXW</u></b>	EX Works...named place	Fábrica (en) lugar convenido
<b><u>FCA</u></b>	Free CArrier...named place	Franco transportista lugar convenido
<b><u>FAS</u></b>	Free AlongSide ship...named port of shipment	Franco al costado del buque puerto de carga convenido
<b><u>FOB</u></b>	Free On Board...named port of shipment	Franco a bordo...puerto de carga convenido
<b><u>CFR</u></b>	Cost and Freight ...named port of destination	Coste y flete...puerto de destino convenido
<b><u>CPT</u></b>	Carriage Paid To... named port of destination	Transporte pagado hasta...puerto de destino convenido
<b><u>CIF</u></b>	Cost, Insurance, Freight...named port of destination	Coste, seguro y flete...puerto de destino convenido
<b><u>CIP</u></b>	Carriage and Insurance Paid to...named place of destination	Transporte y seguro pagados hasta, puerto de destino convenido
<b><u>DAT</u></b>	Delivered At Terminal... Named port of destination	Entregado en terminal...puerto de destino convenido
<b><u>DAP</u></b>	Delivered at Place ...named port of destination	Entregado en un punto...lugar de destino convenido
<b><u>DDP</u></b>	Delivered Duty Paid...named place of destination	Entregado derechos pagados...lugar de destino convenido

Fuente: Santander Trade

Elaboración Propia

### 2.2.2.7 Viabilidad de exportación

Según el diccionario de la Real Academia Española Viabilidad: “cualidad de viable”, Viable: “Que, por sus circunstancias, tiene probabilidades de poderse llevar a cabo”. La viabilidad, toma relevancia cuando se lleva a cabo un proyecto, un plan o misión en este caso de exportación.

Es así que para su estudio, la viabilidad consiste en ver si es posible ejecutar el proyecto y darle la continuidad que precisa. Para ello, habremos de tener en cuenta lo siguiente: recursos con los que contamos, recursos que necesitamos y nuestra capacidad para conseguirlos. Si contamos con los recursos, el proyecto es viable y podemos ponerlo en marcha; si no hay recursos suficientes la decisión más inteligente es descartarlo o aplazarlo.

La viabilidad, está relacionada con principios de calidad, eficiencia y pertinencia de un proyecto en términos de los elementos conceptuales que lo componen, la información utilizada, la coherencia de los planteamientos y el mayor acercamiento a la realidad a la que se refiere el proyecto.

El proyecto es el instrumento que da sentido, define, concreta y estructura las distintas actividades que queremos desarrollar, enmarcándolas en los fines del plan de gestión y de la planificación estratégica. Para su diseño y puesta en marcha se requiere primero un análisis de la realidad y, posteriormente, un estudio de viabilidad. (BOLUNTA, 2014).

Así mismo para una viabilidad de exportación, se hace un análisis exhaustivo de todos aquellos factores y condiciones que intervendrán para poder realizar la comercialización de un producto al exterior, ya sea de la persona o empresa hacia un país destino y si es posible concretarlo de modo satisfactorio. En este caso, nos permite hacer una medición de los elementos que son base en la exportación, como: capacidad de exportación u oferta y capacidad de gestión de las principales empresas agroindustriales en la región La Libertad.

## 2.2.3 Alcachofa

### 2.2.3.1 Aspectos generales

La alcachofera, alcachofa o alcaucil entre otros numerosos nombres vernáculos, es una planta cultivada como alimento en climas templados. Se nombra alcachofa tanto la planta entera como la parte comestible. La alcachofera es planta perenne de hasta 400 cm de envergadura, que vuelve a brotar de la cepa todos los años, pasado el invierno, si el frío no la heló. Echa un rosetón de hojas profundamente segmentadas aunque menos divididas que las del cardo y con pocas o ninguna espina. Las hojas tienen color verde claro en el haz y en el envés están cubiertas por unas fibrillas blanquecinas que le dan un aspecto pálido. Tanto el rabillo de la hoja como la vena principal tienen costillas longitudinales muy salientes. Cuando la planta entallece echa un vástago más o menos alto, rollizo, pero también costillado y asurcado con cada vez más escasas hojas. En lo alto de él, y en algunas ramas que surgen laterales traen unas cabezuelas muy gruesas, las alcachofas, cubiertas de numerosas brácteas coriáceas, en la base de las cuales está lo tierno y comestible. Al florecer, endurecen mucho las dichas brácteas y no se pueden aprovechar para comer, aunque no rematen en espinas como la de los cardos.

Originalmente procedentes del Mediterráneo, Noroeste de África. La alcachofera es pariente muy próxima del cardo borriquero común o lo que mayormente se llama nardo del que procede tras haber ido cambiando por numerosos años de cultivo. La alcachofa alcanza de 1,4 a 2 metros de altura. Vuelve a brotar de la cepa todos los años, pasado el invierno, si el frío no la heló. Echa un rosetón de hojas enteras hasta profundamente segmentadas aunque menos divididas que las del cardo y con pocas o ninguna espina. Las hojas tienen color verde claro en el haz y en el envés están cubiertas por unas fibrillas blanquecinas que le dan un aspecto pálido. Tanto el rabillo de la hoja como la vena principal tienen costillas longitudinales muy salientes.

### a. Taxonomía y morfología

Imagen nº 1: La alcachofa

**Familia:** Compuestas

**Especie:** *Cynara scolymus*, L.

**Sinonimias:** Alcaucil

**Origen:** Norte de África y Sur de Europa.

**Planta:** Planta vivaz, que puede considerarse como bianual y trianual, conservándose como vivaz en cultivos muy abandonados y con notable decrecimiento de la producción. Tallos, erguidos, gruesos, acanalados longitudinalmente y ramificados, con más de un metro de altura.

**Sistema radicular:** Extraordinariamente potente, que le permite adaptarse a una extensa gama de suelos. Se inserta en un rizoma muy desarrollado, en el que se acumulan las reservas alimenticias que elabora la planta.

**Hojas:** Largas, pubescentes, grandes de 0,9 a un metro de color verde claro por encima y algodonosas por debajo. Los nervios centrales están muy marcados y el limbo dividido en lóbulos laterales, a veces muy profundos en las hojas basales y mucho menos hendidos en hojas de tallo.

**Flores:** Terminales muy gruesas, recubiertas por escamas membranosas imbricadas y carnosas en la base constituyendo la parte comestible.

**Fruto:** Es un aquenio provisto de vilano, de forma oblonga y color grisáceo, que son considerados como la semilla de la planta, pesando el litro de 600 a 610 gramos y durando de seis a doce años su facultad germinativa.



### b. Requerimientos edafoclimáticos

**Clima:** unas adecuadas condiciones climáticas son extremadamente importantes en la producción de alcachofas. La alcachofa es una

hortaliza de invierno (temporada fría) y crece con máximo esplendor de temperaturas diurnas de 24°C y nocturnas de 13° C.

El rango de temperaturas adecuado para una buena cosecha de alcachofas se sitúa entre 7-29° C, libre de heladas. De esta forma la planta recibe la apropiada vernalización (la floración es inducida por el frío). Durante el periodo de cultivo se debe evitar a toda costa que las plantas se expongan a temperaturas por debajo de -3,8° C, pues la cosecha corre peligro de arruinarse completamente.

Los climas cálidos y secos provocan que las hojas del fruto (brácteas) tiendan a abrirse rápidamente destruyendo la ternura de la parte comestible y la consistencia del fruto. Las alcachofas entonces tienen un sabor amargo y son poco atractivas en apariencia.

El tiempo frío daña fácilmente a la alcachofa, a temperaturas cercanas o por debajo del punto de congelación (0° C), la parte más externa de las hojas del fruto tiende a ampollarse, proporcionando primero un aspecto blanquecino en la hoja que luego se volverá de color marrón parduzco. Las lesiones superficiales causadas por el frío son estéticamente indeseables pero no perjudican para nada la calidad culinaria del fruto.

**Suelo:** las plantas de alcachofa tienen un sistema radicular fuerte y profundo que puede adaptarse a multitud de suelos, pero prefiere suelos profundos, arenosos, fértiles y bien drenados. Deben evitarse suelos ligeros con excesivo drenaje y poca conservación de la humedad. Los suelos deben ser llanos y estar libres de malas hierbas.

Soporta mal el exceso de humedad del suelo y puede adaptarse a suelos con pH ligeramente alcalino. Es una planta resistente a la salinidad, pero un exceso ocasiona necrosis en las brácteas internas y facilita la proliferación de enfermedades como Botrytis y Erwinia.

### c. Propagación

Pueden ser por cuatro tipos:

**Reproducción por semillas:** Es un procedimiento poco utilizado tradicionalmente para el cultivo comercial, pero en los últimos años han aparecido variedades de alcachofa cultivadas a partir de semilla. Hasta hace poco tiempo se creía que las alcachofas producidas a partir de cultivos de semilla eran de inferior calidad. Sin embargo, tras las mejoras obtenidas, las alcachofas de semilla pueden ser de una calidad excelente, tanto en aspecto externo como culinario, además de las ventajas que aporta su utilización.

Con el cultivo mediante semilla la cosecha es anual, lo que hace que este cultivo sea más atractivo a los agricultores. La rotación de cultivos permite renovar la tierra cada año, eliminando plagas y enfermedades que eran residentes en el suelo en los cultivos perennes. El empleo de semillas permite el incremento de la densidad de plantación y por tanto incrementos en la producción del 60-80% con respecto al cultivo tradicional. Los frutos no tienen espinas y son más resistentes al abrirse cuando alcanzan la madurez productiva. El futuro de la alcachofa depende en gran medida de la Mejora Genética, aunque las nuevas variedades de semillas pueden contribuir a un importante cambio tecnológico.

**Multiplicación por hijuelos:** Los hijuelos suelen tomarse entre febrero y marzo de las plantas madres, seleccionando los más vigorosos. Se recortan sus hojas y raíces y se plantan en viveros especiales, en líneas separadas entre sí de 8 a 10 cm. Para el trasplante se seleccionarán aquellos hijuelos que han fructificado en el vivero, este procedimiento proporciona plantaciones muy homogéneas y con pocas marras pero es muy costoso.

**Multiplicación por esquejes:** Es el sistema más empleado en el litoral mediterráneo. Consiste en tomar de los pies madres sus rizomas, pudiéndose obtener de cada pie madre 4-6 esquejes, que son plantados directamente en julio-agosto.

**Cultivo de meristemos:** Las alcachofas reproducidas por clones poseen graves problemas de degeneración, que pueden ser eliminados mediante las modernas técnicas de cultivo de meristemos. Entre los problemas destacan la aparición de bacterias endógenas, vitrificación y muerte de la planta, etc. Pero la multiplicación in vitro permite obtener variedades tardías más sanas, vigorosas y productivas, sin marras de plantación que compensan el mayor coste de la planta.

#### d. Plagas y enfermedades

##### Plagas

- Barrenador de la alcachofa (Hydroecia xanthenes=Gortyna xanthenes)

Es un lepidóptero noctuido cuyas larvas penetran, tras mordisquear las hojas, por las nerviaciones de las mismas; a continuación realizan galerías en los tallos, pudiendo minar las propias inflorescencias y llegando a situarse en el sistema rizomático.

Se combate mediante la desinfección de esquejes, previa inmersión en un caldo de insecticidas fosforados penetrantes como diazinón, fentión, etc., es un sistema de evitar la propagación de la plaga. Cuando se observa la eclosión de las larvas, se pueden efectuar pulverizaciones con las siguientes materias activas; teniendo siempre presente la normativa vigente sobre la utilización de insecticidas y respetando los plazos de seguridad.

- Pulguilla de la alcachofa (Sphaeroderma rubidum)

Las larvas de este coleóptero halticino, Sphaeroderma rubidum devoran las hojas entre sus dos epidermis. Se combaten mediante

pulverizaciones de fosnet, metiocarb, decametrina, lambda-cihalotrina, etc.

- Pulgones:

Numerosas especies de pulgones pueden desarrollarse en la alcachofa, de los cuales los más importantes son:

Pulgón verde de las hojas (*Capitophorus horni*): vive en la cara inferior de las mismas, cerca de las nerviaciones. Nunca se encuentra en las brácteas ni en los capítulos y no provoca deformaciones.

Pulgón negro de la haba (*Aphis fabae*): en cambio, se encuentra en las brácteas. Provoca deformaciones foliares y sus importantes colonias se esconden en el interior de los capítulos. Su presencia en el momento de la recolección disminuye considerablemente la venta de alcachofas que además, están manchadas por el desarrollo de fumagina.

Pulgón del cardo (*Brachycaudus cardui*): cuyo color varía del amarillo verdoso al oscuro, está localizado, generalmente, en la cara inferior de las hojas y en la base de los capítulos.

Pulgón de las raíces (*Protrama radices*): forma colonias de color gris claro muy importantes en las raíces de la alcachofa, debajo del cuello.

Se controlan mediante los insecticidas sistemáticos ya que la alcachofa es una planta que no puede asimilar fácilmente los insecticidas debido no solo a la vellosoidad de las hojas sino también de su densidad y de la ausencia de superficies planas. Además dos especies de pulgones (*A. fabae*, *C. horni*) se esconden en los pliegues del limbo a lo largo del nervio principal por lo que son muy difíciles de atacar.

- Taladro de la alcachofa

Durante un tiempo las orugas se alimentan de la epidermis superior de las hojas, después excavan galerías en tallos y cabezuelas por lo que desmerecen mucho en el momento de la venta.

Se combate eliminando las plantas atacadas después de la última cosecha. Los tratamientos químicos solo son eficaces contra las larvas jóvenes ya desde su aparición.

### **Enfermedades**

- Mildiu (*Bremia lactucae*=*Peronospora gangliiformis*)

Este mildiu se presenta en forma de polvillo blanco harinoso que recubre la cara inferior de las hojas. Favorece su desarrollo un ambiente húmedo y templado, presentándose con más frecuencia en los climas meridionales o en los cultivos de primor y forzado. Las bajas temperaturas detienen su desarrollo.

Se combate preventivamente mediante tratamientos con oxiclورو de cobre, mancozeb, captan, folpet, propineb, captafol, etc., así como los fungicidas sistémicos y sus combinaciones.

- *Ramularia cynarae*

Este pequeño hongo recubre las hojas de la alcachofa de unas manchas de color gris en gran cantidad las cuales se agrupan formando placas más o menos irregulares.

Para su prevención hay que evitar el estancamiento de las aguas y una excesiva humedad en el terreno. Se puede combatir con las materias activas indicadas en el caso de mildiu.

- Grasa de la alcachofa (*Xanthomonas* sp.)

Provoca la aparición de manchas aceitosas en las brácteas de las cabezuelas. Suele atacar como consecuencia de un período de heladas seguido de una época con temperaturas altas, lo que provoca el desprendimiento de la epidermis de las brácteas, o bien tras la incidencia de borrascas veraniegas, coadyuvadas por otros agentes parásitos como algunos insectos.

#### **e. Propiedades de la Alcachofa**

Tras el agua, el componente mayoritario de las alcachoferas son los hidratos de carbono, entre los que destaca la inulina y la fibra. Los minerales mayoritarios son el sodio, el potasio, el fósforo y el calcio; y entre las vitaminas destaca la presencia de la vitamina B1, vitamina B3 y pequeñas cantidades de vitamina C. Sin embargo, lo más destacable de su composición son una serie de sustancias que se encuentran en pequeña cantidad, pero dotadas de notables efectos fisiológicos positivos: La cinarina, una sustancia ácida con efecto colerético, es decir, con capacidad para aumentar la secreción biliar. La Cinarina, además de hidrocolerético es hipocolesterolemiantes, disminuye el cociente beta/alfa de las lipoproteínas. También es diurético, provoca mayor expulsión de orina. Los esteroides: con capacidad para limitar la absorción del colesterol en el intestino.

## f. Valor nutricional

**Tabla N° 3: Valor nutricional de la alcachofa**

Valor nutricional de la alcachofa en 100 g de producto comestible	
Proteínas (g)	2.59
Glúcidos (g)	6.72
Vitamina A (U.I.)	270
Calcio (mg)	50
Fósforo (mg)	90
Hierro (mg)	0.5
Calorías (cal)	38

Fuente: Infoagro

Elaboración propia

## g. Beneficios

La Alcachofa posee un gran contenido de agua y nutrientes como los azúcares (hidratos de carbono) en forma de fibra e inulina. La fibra tiene efecto saciante y favorece el tránsito intestinal, mientras que la inulina es un azúcar no digerible que contribuye a la reducción del riesgo de enfermedades degenerativas. Tiene beneficios como en:

- Digestión y depuración: favorece la rápida digestión y eliminación de grasas; ayuda a eliminar toxinas del organismo.
- Hígado: colabora con la función hepática, se utiliza en enfermedades vinculadas como la cirrosis, intoxicación, hepatitis, etc.
- Adelgazante: la alcachofa es ideal para perder peso y quemar grasas extras, Tiene bajo contenido calórico y alto en agua, es utilizado por la industria farmacéutica para elaborar numerosos preparados destinados a ayudar a digerir comidas fuertes que sobrecargan el hígado y la vesícula.
- Riñones: tiene propiedades diuréticas y depurativas para los riñones, ayuda a eliminar el exceso de líquidos.

- Diabéticos: contiene Inulina, una hormona parecida a la insulina, la cual ayuda a mantener estables los niveles de glucemia en sangre.
- Artritis y Gota: ayuda a eliminar líquido y con ellos toxinas y mayormente ácido úrico, por lo que es recomendable en personas que padecen enfermedades circulatorias y articulares.

#### **h. Variedades de alcachofa**

Las variedades de esta hortaliza dependen del país de origen:

- Camus de Bretaña. (Francia)

Es la más grande de entre las alcachofas (con dos o tres se alcanza el kilo). El capítulo de color verde tiende a formarse redondeado. Se consume hervida o al vapor con una vinagreta. Los corazones de la alcachofa pueden ser preparados en conserva.

- La verde de Laon. (Francia)

Más rustica que las precedentes, se adapta mejor al frío. La forma es la misma pero la alcachofa es más pequeña, Se la denomina también "cabeza de gato".

- Violeta de Provenza (Francia)

Mucho más pequeña y de forma cónica con las brácteas violáceas. Se cultivan abundantemente en la región mediterránea y se venden en los mercados con el nombre de alcachofa "bouquet". Se puede comer cruda cuando todavía no está totalmente madura (se llama en este momento "poivrade"), o curada con vinagreta o cocinada.

- Blanca de Tudela (España)

Variedad alargada de color verde y tamaño pequeño. Muy cultivada en Navarra, La Rioja, Murcia y Alicante.

- La espinosa (Italia)

Al decir de los italianos es la mejor de las alcachofas crudas. Debe su nombre a las extremidades espinosas de sus brácteas. Al masticarla es a la vez carnosa y crujiente.

- Romanesco (Italia)

Gruesa, redonda y de color violeta. Incluye decenas de subtipos locales en la zona del Lacio y Campania. Producción en primavera.

- Francesino (Italia)

Similar al tipo francés "violeta de Provenza", de donde parece que tome el nombre. La más extendida en el sur, incluyendo la región de Apulia y Sicilia como los mayores productores.

- Brindisino/Catanese. (Italia)

Parecida a la anterior pero más abierta y adaptada a zonas más cálidas. Se usa mucho para el procesado industrial.

- Cultivar Chilena (Argentina)

Derivado de los cultivares franceses Verde de Provence, Verde Gruesa de Laon o Gruesa Camus de Bretaña.

- Argentina (Argentina)

Originaria de la "Blanca de Tudela" española.

- Española (Argentina)

También blanca, de cabezas más pequeñas y produce gran cantidad de brotes basales.

- Green globe (Estados Unidos)

- Imperial Star (Estados Unidos)

- Emerald (Estados Unidos)

### 2.2.3.2 La alcachofa peruana

El cultivo de la alcachofa en el Perú ha tenido un acelerado crecimiento en los últimos años. Se consume la inflorescencia, el receptáculo y las brácteas.

El Perú tiene un clima ideal para producir todo el año. En la costa se produce alcachofa desde en mayor volumen desde fines de junio hasta diciembre y en la sierra desde los meses de octubre hasta mayo.

Por ello, el Perú debe apuntar a ser el primer exportador a nivel mundial. Como indica el Minagri, contamos con un clima favorable que nos permite producir alcachofas todo el año. Tenemos que sacar provecho de la estacionalidad respecto de los países europeos, los cuales representan una gran puerta de destino de nuestras exportaciones.

Así, dado que la tendencia mundial del consumidor apunta hacia una mayor demanda por productos en conserva, las alcachofas peruanas irán adquiriendo mayor acogida en los mercados internacionales hacia los próximos años.

#### A. Producción de alcachofas peruanas

Las principales zona productoras de alcachofa por departamento son Junín, La Libertad, Ica, Lima y Ayacucho.

**Tabla N° 4: Estacionalidad de la alcachofa (%)**

ALCACHOFA												
Producción (%)	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
100	2.6	2.0	2.7	2.3	2.4	3.0	5.2	10.6	18.8	20.3	18.7	11.3

Fuente: MINAG

Elaboración propia

El cultivo de alcachofa presenta rendimientos (21,1 TM/has) superiores al promedio mundial (10,2 TM/has) y superiores al promedio norte americano (12,3 TM/has), al francés (5,2 TM/has), chileno (7,9 TM/has), italiano (9,5 TM/has) y español (10,2 TM/has). La producción de alcachofa viene creciendo en forma sustancial durante los últimos años, llegando a ascender a 77% de crecimiento en los últimos 6 años. (MINAGRI)

La variedad más exportada es la Green Globe y en menor medida la Imperial Start.

Imagen nº 2: Alcachofa Green Globe



Imagen nº3: Alcachofa Imperial Start



## **B. Usos y aplicaciones para su exportación**

Se exporta el producto fresco y en conserva

### **Alcachofa fresca**

Se exporta en muy poca cantidad.

Tamaño: en función al diámetro ecuatorial de la cabeza floral

Empaque: cajas de 20 – 23 lb., Calibre: 12, 15, 18, 24 cabezuelas por caja.

### **Alcachofa en conserva**

El producto que se ofrece son los corazones y fondos de alcachofas procesadas y envasadas en salmuera y marinadas, tomando en cuenta las especificaciones de los clientes, pudiendo utilizarse enteros (alcachofines) y en cuartos.

**Tabla N° 5: Partida arancelaria alcachofas en conserva**

<b>2005.99</b>	<b>Las demás hortalizas preparadas o conservadas, sin congelar</b>
<b>2005.99.10.00</b>	<b>Alcachofas (alcauciles)</b>
<b>2005.99.20.00</b>	Pimiento piquillo ( <i>Capsicum annum</i> )
<b>2005.99.90.00</b>	Las demás

Fuente: SUNAT

Elaboración propia

Las presentaciones que prefieren los clientes son los frascos de vidrio de 460 ml de capacidad (1 lb.) y tarros de hojalata aluminizada de 1 Kg. y 3 Kg. El empaque final para exportación de los frascos y latas, son cajas de cartón conteniendo de 6 unidades de 3 Kg., 12 unidades de 1 Kg. y 24 unidades de 460 g.

Imagen nº 4: Alcachofa en conserva



Las alcachofas en conserva se preparan con las partes comestibles de la alcachofa, conservándose como producto acidificado con pH inferior a

4.5, y con un tratamiento térmico adecuado, para obtener un producto comercialmente estéril con una vida de tres años después del envasado, tanto en bote como tarro de cristal. Tras eliminar las partes no comestibles de la alcachofa, lo que se denomina corazones de alcachofa, se presentan en diferentes estilos de corte:

- Corazones de alcachofa enteros.
- Corazones de alcachofa cuarteados.
- Fondos de alcachofa.
- Corazones de alcachofa en trozos.

Las alcachofas en conserva, dependiendo del líquido de cobertura e ingredientes, se comercializan bajo las denominaciones:

- Al natural, que consiste en una salmuera ligera y ácido cítrico para reducir el pH a valores inferiores a 4.5.
- Marinados, que consiste en una mezcla de aceite, vinagre, sal, especias y ácido cítrico para reducir el pH a valores inferiores a 4.0. En ésta forma de presentación, usualmente solo se envasan los corazones de alcachofa cuarteados.

## **2.2.4 Corea del Sur**

### **2.2.4.1 Política de Corea del sur**

Corea del Sur es una república democrática, pluripartidista y presidencialista en la que el sistema electoral está diseñado para permitir la obtención de mayorías parlamentarias amplias y cómodas para gobernar. La Constitución, de marcado corte occidental, consagra la separación de los poderes del Estado y menciona entre sus objetivos lograr la reunificación de Corea. En cuanto a su división de poderes:

El poder ejecutivo: El Presidente es el jefe de estado y se encuentra a la cabeza del Gobierno. Es elegido por sufragio universal por un único mandato de 5 años. El presidente es el comandante en jefe del ejército y

detenta el poder ejecutivo. Él nombra al Primer Ministro y al Consejo de estado (gabinete) con el consentimiento del Parlamento.

El Primer Ministro no tiene que ser necesariamente miembro del Parlamento. Su papel es ante todo el de asistir al Presidente.

El poder legislativo

La legislatura en Corea del Sur es monocameral. El Parlamento, denominado Asamblea Nacional, cuenta con 299 escaños, distribuidos entre los partidos según un sistema proporcional al número de votos, para un mandato de 4 años.

El brazo ejecutivo del gobierno es directa o indirectamente dependiente del apoyo del parlamento, a menudo expresado con un voto de confianza.

Su Presidente es PARK Geun-hye desde el 25 Febrero de 2013 (Saenuri) y su primer ministro es Lee Wan-koo (desde febrero de 2015)

#### **2.2.4.2 Economía de Corea del Sur**

Corea del Sur sufre desde 2012 el enfriamiento económico en China y Estados Unidos, sus principales socios comerciales. La presidenta Park Geun-hye comenzó sus cinco años de gobierno anunciando una mayor democratización económica, es decir, un reequilibrio entre los chaebols y las pimes, y el apoyo a una economía creativa, basada en los servicios y la innovación. El gobierno prosigue una política favorable a los negocios y el crecimiento económico, mezclando estímulos fiscales con una política monetaria flexible. En 2014, el país conoció un drama nacional, desencadenado por el naufragio del Sewol en abril. Esta catástrofe afectó el gasto de los hogares, bloqueó las actividades parlamentarias e hizo caer la popularidad de la presidenta. La baja del yen penalizó las exportaciones coreanas. Las tensiones con Corea del Norte se acentuaron –Pyongyang efectuó lanzamientos de misiles y reactivó la central nuclear de Yongbyon. Para estimular la demanda, el gobierno ha implementado un vasto programa de reactivación que incluye una baja del impuesto a la renta, la construcción de infraestructuras y financiamientos adicionales para la investigación y el desarrollo. El presupuesto de 2015 estableció además un

aumento del gasto público, y conllevó un incremento de más de 30% de los gastos sociales y de salud. Asimismo, estimula a las empresas para que inviertan, aumenten los sueldos o distribuyan sus beneficios a los accionarios. Como el mercado inmobiliario está estancado, el gobierno decidió flexibilizar las reglas de prudencia con respecto a los créditos hipotecarios. El alto nivel de endeudamiento de los hogares, que se eleva a más de 160% del ingreso disponible, constituye un riesgo para el sector bancario. El país deberá además ocuparse de los problemas estructurales que son el subdesarrollo del mercado financiero, el envejecimiento de la población y la erosión de la competitividad del país a medida que sube de categoría la economía china.

El ingreso per cápita de Corea del Sur aumentó de 100 USD en 1963 a casi 20.000 USD en la actualidad. La tasa de desempleo se está reduciendo, con su cifra más baja desde 2002, pero la cantidad de trabajadores irregulares es considerable, y las desigualdades sociales se acentúan.

Corea del Sur ha pasado de ser un país devastado por la guerra a ser la treceava economía más grande del mundo, debido principalmente a sus industrias y al comercio exterior. Hoy, Corea es la tercera economía más grande de Asia.

En cuanto a la capital de la República de Corea, Seúl es el centro económico, financiero y de negocios.

- El producto interior bruto de Seúl fue 193,7 mil millones de dólares.
- Si se incluyen las áreas metropolitanas de la ciudad, Seúl representa el 47,7% del PIB coreano.

Actualmente, Corea del Sur importa y exporta y a más de 220 países alrededor del mundo con China, Japón y los Estados Unidos como sus principales socios comerciales internacionales.

Los principales mercados de exportación de Corea del Sur son: los Estados Unidos, Canadá, Brasil, México, los países de la ASEAN, Japón,

China, Singapur, la India, Australia, la Unión Europea (UE), el Reino Unido, Francia, Alemania, Rusia y Arabia Saudita.

En cuanto a sus principales sectores económicos, el sector primario es débil en Corea, ya que representa un porcentaje mínimo del PIB del país. El arroz es el principal cultivo; sin embargo, la cebada, el trigo, el maíz, la soja y el sorgo se cultivan también de forma extensiva. También se cría ganado a gran escala. Los recursos minerales de Corea del Sur se limitan al oro y a la plata. Los principales sectores de actividad del país son el textil, la industria del acero, la industria automotriz, la construcción naval y la electrónica. Corea del Sur es el mayor productor de semiconductores del mundo. El sector secundario representa cerca del 40% del PIB, mientras que el sector terciario supone alrededor del 60%.

Comercio exterior:

Corea del Sur es el séptimo exportador mundial de mercancías y el noveno importador (decimotercero a nivel de servicios). El comercio representa más del 103% del PIB (media 2011-2013).

Desde febrero de 2012, la balanza comercial del país presenta un amplio superávit y la situación debería mantenerse igual en los próximos años. En 2014, el excedente comercial alcanzó un nuevo récord de 47,4 mil millones de USD, como consecuencia de un aumento de 2,4% de las exportaciones y de 2% de las importaciones. Los principales socios comerciales del país son China, Japón, la Unión Europea y Estados Unidos.

Sistema de cambio de monedas:

La moneda local es el Won surcoreano (KRW)

El nivel de inestabilidad de la moneda es escaso.

El tipo de cambio en el 2016 es:

1 KRW = 0.0009 USD, 1 USD = 1,142.8 KRW

1 KRW = 0.0008 EUR, 1 EUR = 1,293.4 KRW

### 2.2.4.3 Sociedad de Corea del sur

Corea del Sur cuenta con más de 50 millones de personas, es notable por su densidad de población que, con 487,7 habitantes por kilómetro cuadrado, es más de diez veces el promedio mundial. La mayoría de los surcoreanos viven en las zonas urbanas, debido a la masiva migración desde el campo durante la rápida expansión económica de las décadas de 1970, 1980 y 1990.

La capital, Seúl, es la ciudad más poblada y uno de los principales centros industriales del país, ya que cuenta con una población de 9 millones de habitantes. El Área de la Capital Nacional de Seúl (Sudogwon) tiene 24 millones de habitantes, convirtiéndola en la segunda área metropolitana más grande del mundo. Otras ciudades importantes son Busán (3,5 millones de habitantes), Inchon (2,5 millones), Daegu (2,5 millones), Daejeon (1,4 millones), Gwangju (1,4 millones) y Ulsan (1 millón). La esperanza de vida ronda los 81 años para los hombres y los 87 años para las mujeres. Este dato aporta una idea de una calidad de vida aceptable.

De acuerdo a datos de Euromonitor, el consumidor coreano presenta una alta sensibilidad en temas de marca producto. Valoran la calidad y están dispuestos a pagar por ello. Tienen especial interés en productos que involucren beneficios para la salud y valoran el servicio post venta. Además, se observa un mayor consumo de productos extranjeros en todos los estratos socioeconómicos, lo que revela la poca influencia que tiene el nacionalismo como determinantes de consumo. Como consecuencia, existe un mayor consumo de productos suntuosos o lujosos con mayor preferencia hacia las marcas internacionales. El concepto de "sanación" se ha filtrado en los consumidores surcoreanos, influyendo cada vez más de todo. Los consumidores de ese país intentan escapar del estrés de la sociedad y del ritmo acelerado del país. Sobre todo en los centros urbanos, un número creciente de consumidores han sido incitados a ir hacia una búsqueda más profunda del bienestar espiritual, y esto se ha reflejado en una amplia gama de nuevas propuestas en productos.

Los productos alimenticios y las bebidas no alcohólicas representan una de las principales áreas en el gasto del consumidor y este consumo se ha elevado en los últimos años. Los consumidores han incrementado su preferencia por productos extranjeros y de alta calidad. Asimismo, tanto los hipermercados, como la competencia entre las tiendas de descuento, bajan los precios de los alimentos, especialmente en productos adquiridos en cantidad.

En la actualidad, los consumidores buscan siempre variedad de productos, prefiriendo piezas con estilos y detalles únicos, lo que está llevando a una fuerte competencia, ya que los compradores cada vez piden más piezas exclusivas y personalizadas a su gusto, como una forma de expresar su personalidad, por lo que todas las marcas se están especializando en personalización. (PROMPERU, 2015)

#### Cultura de Negocios

A pesar de ser un país moderno, Corea ha mantenido su cultura por más de 500 años, es por ello que el protocolo, tanto en las relaciones sociales como empresariales, es muy importante. Al momento de negociar, con frecuencia existe desconfianza hacia todo lo relacionado al exterior a nivel empresarial y comercial. Es por ello que se prefiere tratar con bienes y productos coreanos. Incluso en el ámbito laboral los coreanos prefieren trabajar para empresas nacionales. Por lo tanto, es indispensable que un tercero, de preferencia coreano (símbolo de confianza), sea el intermediario.

El estatus, es un punto importante a tener en cuenta es el tema del Con la adopción del Confucianismo (en reemplazo del budismo) como ideología oficial, el grado de autoridad cobró un significado más importante. Por ello, al iniciar una conversación, los coreanos preguntan por la edad para determinar la posición jerárquica y por lo tanto, el trato que se tiene que adoptar. Es necesario entonces conocer al representante de las negociaciones coreanas para "igualar el rango" de los individuos en la negociación. A continuación se detallan algunos consejos adicionales:

- Aquella persona de menor estatus deberá reverenciar a aquella de mayor estatus.
- En lo social se debe esperar a ser presentado y al despedirse es necesario hacer una reverencia a cada persona por separado.
- Si es invitado a una casa coreana, se deberá regalar fruta, flores o chocolates.
- El número 4 o múltiplos se consideran de mala suerte mientras que el 7 es de buena fortuna.
- No envuelva los regalos en colores verde, blanco o negro. Utilice los colores amarillo y rosado en su remplazo.
- Ofrezca los regalos con las dos manos y al recibirlos no se deben de abrir frente al otro.
- Los coreanos son extremadamente directos en lo que respecta a la comunicación. Suelen preguntar varias veces para estar seguros del tema y tienden a ser concisos.
- Las reuniones de negocios deben ser solicitadas con 3 o 4 semanas de anticipación.
- Es recomendable que ambas partes manden una posible agenda de trabajo incluyendo información acerca de la empresa en general. El material debe estar disponible tanto en inglés como en coreano.
- Es importante tener en cuenta que el objetivo principal, en la primera reunión, es el conocerse mutuamente.
- La puntualidad es muy apreciado en la cultura coreana. Es común que lleguen con antelación a una reunión.

El tema de la tarjeta personal es un caso particular, y su intercambio es obligatorio. Se debe entregar con la mano derecha o con las dos manos. Nunca debe ser utilizada la mano izquierda ya que se considera una falta de respeto. Una vez recibida una tarjeta, nunca debe guardarse en el momento. La costumbre dicta dejar la tarjeta sobre la mesa, enfrente de uno mismo. Se recomienda que uno de los lados de la tarjeta este en coreano. Examine la tarjeta de negocios que recibe de forma cautelosa. Nunca escriba sobre la tarjeta de alguien con quien acaba de intercambiar. Por último es necesario recordar que, en la cultura coreana, la forma como

se trata a tarjeta es un indicador de cómo será tratado el propietario de la tarjeta. (PROMPERU, 2015)

#### **2.2.4.4 Tecnología de Corea del Sur**

Corea del Sur es líder mundial en varios sectores: la construcción naval, los semiconductores, la construcción, la electrónica digital y los automóviles. Las constructoras coreanas también brillan en el ámbito internacional, especialmente en el mercado de la construcción de edificios y obra pública en Asia y en Oriente Medio.

Las principales empresas coreanas (Fortune Global 500) son: Samsung, LG, Hyundai Motores, Kia, SK, Samsung Seguros de vida, POSCO, Corea Eléctrica Power Corporación, el Banco Kookmin, Hanwha, KT, Samsung, Hyundai Heavy Industrias, SK Networks y S-Petróleo.

Corea del Sur produce más de 3,8 millones de vehículos anuales, liderado por los cinco fabricantes de automóviles de Corea - Hyundai Motor, Daewoo de GM, Renault Samsung, Ssangyong Motor y Kia Motores. Las empresas mixtas entre Samsung y Sony y LG y Philips son dos excelentes ejemplos de alianzas productivas industriales en el sector de LCD, mientras que la adquisición de Daewoo Motores por GM y la de Renault Samsung Motores representan el éxito en el sector de la automoción.

Corea del Sur es sede de siete de los diez mejores constructores navales del mundo, incluyendo Hyundai Heavy Industrias, Samsung Heavy Industrias Co., la construcción Naval Daewoo y Ingeniería Marítima, la construcción naval STX y Hanjin Heavy Industrias y Construcción.

El puerto de Busan es uno de los puertos con más tráfico de contenedores del mundo (13,45 millones de TEU).

Corea del Sur es una potencia en términos de tecnologías de la información. Samsung es el mayor fabricante del mundo de chips de memoria de ordenadores y Hynix Semiconductor es en la actualidad el

primer fabricante mundial de memorias DRAM y el tercero de memorias NAND Flash.

Además Corea del Sur es un importante productor de aparatos de aire acondicionado, microondas, ordenadores, pantallas de cristal líquido. Corea tiene como objetivo aumentar su dominio en el mercado mundial de pantallas LCD mediante el control de al menos el 45 % del mercado mundial en 2017.

### 2.3 Definición de términos básicos.

- **Análisis de Mercado:** Se centra en conocer qué quiere el mercado, cómo lo quiere y si la empresa está en capacidad de cubrir dichos mercados. Por tanto, es un proceso sistemático y objetivo que permite captar la información necesaria para diseñar las estrategias de negocio y evaluar el proyecto.
- **Exportación:** Es el acto u operación de despacho de mercancías de un país hacia el extranjero para su uso o consumo definitivo. Se efectúa en un marco legal y bajo condiciones ya estipuladas entre los países involucrados en la transacción comercial.
- **Viabilidad:** Consiste en ver si es posible ejecutar el proyecto y darle la continuidad que precisa.
- **Condiciones y oportunidades de mercado:** Este proceso permite determinar las posibilidades que existen de transformar las ventas potenciales en ventas reales, en donde se evalúan factores como tamaño, competencia o clientes.
- **Factores económicos:** Son los elementos o recursos de una economía, lo cual mantiene el funcionamiento adecuado del circuito social y económico de un lugar.
- **Ventajas comerciales del TLC:** Son los elementos que se pueden aprovechar entre los países socios del acuerdo comercial inscrito, mediante la exportación o importación de bienes.
- **Capacidad de oferta y exportación:** Es la cantidad exportable de bienes y/o servicios que las distintas organizaciones, empresas o personas tienen a su alcance con el deseo de vender en el mercado en un determinado tiempo y espacio.

## 2.4 Hipótesis

### 2.4.1 Formulación de la hipótesis

**Ho:** El análisis del mercado de Corea del Sur no influye de manera positiva en la viabilidad de la exportación de conservas de alcachofas de la Región La Libertad, Trujillo - 2016.

**H1:** El análisis del mercado de Corea del Sur influye de manera positiva en la viabilidad de la exportación de conservas de alcachofas de la Región La Libertad, Trujillo - 2016.

### 2.4.2 Variables

**Independiente:** Análisis del mercado.

**Dependiente:** Viabilidad de exportación.

## CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

### 3.1 Operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
<p><b>Variable Independiente:</b></p> <p>Análisis del Mercado</p>	<p>Es un proceso sistemático y objetivo que permite captar la información necesaria del país destino para diseñar las estrategias de negocio y evaluar el proyecto.</p>	<p>Se determina a través del análisis basado en condiciones, oportunidades, factores y estrategias del mercado.</p>	<p>Condiciones y Oportunidades del mercado</p> <p>Factores económicos</p> <p>Ventajas comerciales del TLC</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tamaño y Crecimiento del mercado.</li> <li>• Competencia.</li> <li>• Clientes.</li> <li>• Tendencias actuales y futuras.</li> <li>• Inflación</li> <li>• Riesgo País</li> <li>• PBI</li> <li>• Ingreso per cápita</li> <li>- Aranceles</li> <li>- Impuestos</li> <li>- Barreras</li> <li>- Regulaciones</li> <li>- Normas</li> </ul>
<p><b>Variable dependiente:</b></p> <p>Viabilidad de exportación</p>	<p>Es una herramienta que consiste en ver la posibilidad de ejecutar el proyecto y darle la continuidad que precisa, donde intervienen factores y condiciones para poder realizar la comercialización de un producto al exterior, ya sea de la persona o empresa hacia un país destino.</p>	<p>Permite hacer una medición de los elementos que son base en la exportación, como: capacidad de oferta y exportación.</p>	<p>Capacidad de oferta y exportación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Situación comercial</li> <li>- Producción (Tm)</li> <li>- Superficie cosechada.(Ha)</li> <li>- Rendimiento</li> <li>- Precio en chacra</li> </ul>

### 3.2 Diseño de investigación

#### **No experimental – Cualitativo: Transversal - descriptivo**

La presente investigación es considerada como no experimental - cualitativa con un diseño transversal descriptivo debido a que su propósito es estudiar la viabilidad de exportación de conservas de alcachofas hacia el mercado de Seúl-Corea del Sur. Se desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad.

### 3.3 Población

El mercado de Corea del Sur.

### 3.4 Muestra

El mercado de Seúl.

### 3.5 Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

- **Entrevistas:** Las entrevistas que se aplicaron fueron al subgerente de Comercio Exterior y Turismo 'Gobierno Regional de La Libertad', Roger Ruiz y al Jefe de Aseguramiento de La Calidad – Danper, Luis Vasquez, a fin de reforzar y adquirir información sobre la realidad actual de los productores y empresas agroexportadoras de la región para viabilizar la exportación del producto contribuyendo así al cumplimiento total de los objetivos de nuestra tesis.
- **Herramientas de inteligencia comercial:** Ya que no podemos aplicar una observación directa en cuanto al comportamiento del mercado se utilizarán las herramientas de inteligencia comercial, las cuales nos brindarán apoyo en cuanto a investigaciones que tengan similares objetivos al nuestro, con lo cual identificaremos algunas pautas presentes en el mercado de Seúl-Corea del Sur el cual es objeto de nuestro estudio y a obtener información estadística para poder apoyar al desarrollo de la tesis. Como el uso de Sunat, Minagri, Portal Agrario de La Libertad, Adex, Trade Map, Siicex, Cesce, Market Acces Map, Banco Mundial.

### 3.6 Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos

- **Análisis de fuentes primarias:** Entrevistas, nos permiten obtener información sobre la realidad de la producción en la región La Libertad, como de las principales empresas, en este caso fue sólo de la Danper, respecto a su capacidad de exportación y de gestión.
- **Análisis de fuentes secundarias:** Con la necesidad de contar con más datos de validez, recurrimos a fuentes tales como: Trade Map, Global Trade Atlas y USITC las cuales son consideradas como herramientas de inteligencia comercial.
- **Informes de páginas confiables:** Como de la FAO, Banco Mundial, Iber Global, CIA y Santander Trade, acerca de datos sobre la sociedad, economía y política del país destino.

## CAPÍTULO 4. RESULTADOS

### Objetivo 1: Determinar las condiciones y oportunidades del mercado de Seúl-Corea del Sur para viabilizar la exportación de alcachofa en conserva

El objetivo 1 queda demostrado a través de las siguientes tablas de elaboración propia:

- a. Principales importadores mundiales de alcachofa en conserva.
- b. Principales exportadores mundiales de alcachofa en conserva.
- c. Población de Corea del Sur según sexo y edad.
- d. Población de las 5 ciudades con mayor número de habitantes.
- e. Oportunidades y ventajas de la ciudad escogida – Seúl.
- f. Estadísticas de importación mundial de hortalizas en conserva, incluida la alcachofa en Corea del Sur.
- g. Precios de alcachofa y derivados en Corea del Sur.

Su desarrollo:

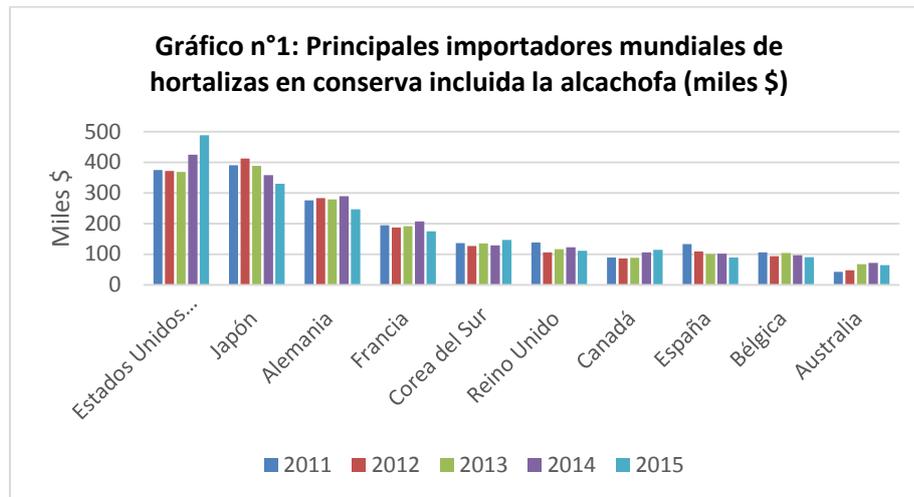
- a. **Principales importadores mundiales de hortalizas en conserva incluida la alcachofa.**

**Tabla nº 6: Principales importadores mundiales de hortalizas en conserva incluida la alcachofa (miles \$)**

IMPORTADORES	2011	2012	2013	2014	2015
Estados Unidos de América	375.295	371.426	368.814	425.293	488.497
Japón	390.101	411.839	388.245	357.898	330.181
Alemania	275.572	282.864	279.368	289.425	246.322
Francia	194.288	187.364	191.642	207.132	174.375
Corea del Sur	135.979	126.659	134.638	128.525	146.586
Reino Unido	138.423	105.977	116.525	122.029	110.694
Canadá	88.629	86.087	88.044	105.874	114.639
España	132.752	108.501	100.798	101.675	88.929
Bélgica	105.444	93.281	103.788	96.522	90.083
Australia	41.854	47.89	67.739	71.668	64.43
<b>TOTAL</b>	<b>1878.337</b>	<b>1821.888</b>	<b>1839.601</b>	<b>1906.041</b>	<b>1854.736</b>

Fuente: Trade Map

Elaboración Propia



Fuente: Trade Map

Elaboración Propia

En la Tabla n°6 y Gráfico n°1 se observa que el país que genera la mayor demanda mundial del mercado de conservas de alcachofa es Estados Unidos con \$ 488 497 al año 2015, y un crecimiento de 15 % y en cuanto al país escogido Corea del Sur, ubicado en el 5to lugar, pero al año 2015 con un crecimiento de 14 %, demuestra ser el segundo dentro de los 10 principales países importadores en el mundo. A su vez representa el 4,7 % de las importaciones mundiales de este producto.

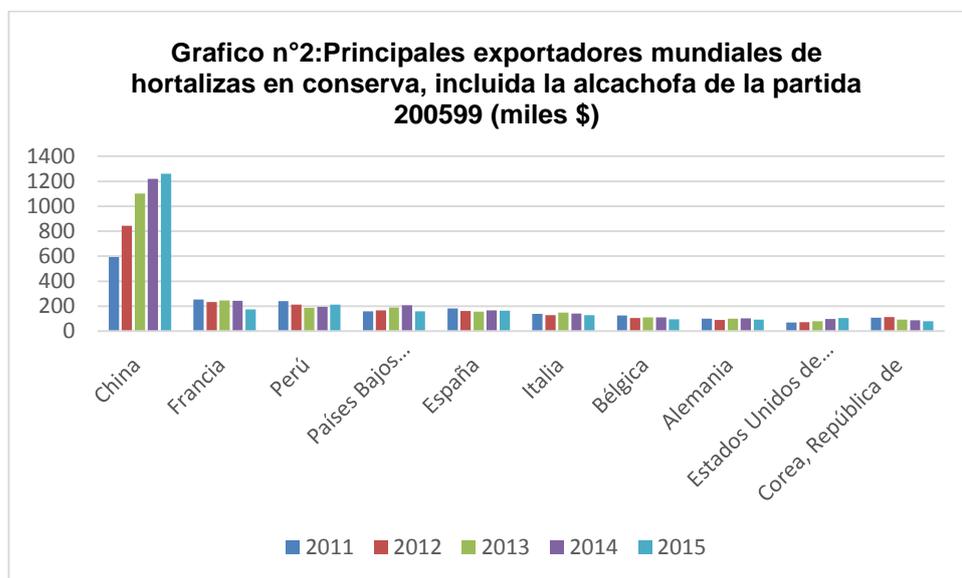
**b. Principales exportadores mundiales de hortalizas en conserva incluida la alcachofa.**

**Tabla n° 7: Principales exportadores mundiales de hortalizas en conserva incluida la alcachofa de la partida 200599 (miles \$)**

Exportadores	2011	2012	2013	2014	2015
China	592.935	845.273	1102.46	1218.991	1261.712
Francia	254.862	232.352	246.312	242.975	173.815
Perú	241.405	212.452	187.757	194.309	212.232
Países Bajos (Holanda)	157.957	166.671	189.160	207.040	157.869
España	181.857	161.688	156.871	166.197	164.24
Italia	138.266	129.425	148.1	140.926	127.85
Bélgica	125.209	104.388	111.157	109.264	94.673
Alemania	100.127	91.041	99.314	103.862	91.342
Estados Unidos de América	69.177	72.533	79.404	97.378	104.696
Corea, República de	109.177	112.285	93.126	88.336	78.982
<b>TOTAL</b>	<b>1970.972</b>	<b>2128.108</b>	<b>2413.661</b>	<b>2569.278</b>	<b>2467.411</b>

Fuente: Trademap

Elaboración Propia.



Fuente: Trademap

Elaboración Propia.

Según la Tabla nº7 y Gráfico nº2, se sostiene que por años, el principal exportador de conservas de hortalizas incluida la alcachofa a nivel mundial es China, manteniendo una ventaja considerable con los demás. Sin embargo Perú, se ubica tercero, con una participación de 5.7 % en el mundo y con un crecimiento de 9% en el 2015, siendo el mejor país sudamericano en exportación de este tipo, manteniéndose estable frente a los demás exportadores. Así mismo, estos datos muestran que nuestro país tiene una alta posibilidad de ganar más participación en el mercado a nivel mundial, incursionando en nuevos países.

**c. Población de Corea del Sur según sexo y edad.**

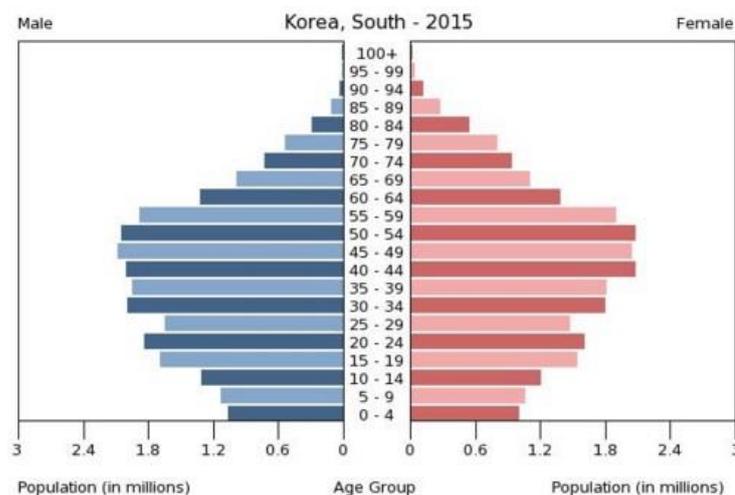
**Tabla nº 8: Población de Corea del Sur según edad y sexo 2015 (Millones de habitantes)**

2015		
EDAD	SEXO	
	Hombre	Mujer
0-14 años	3 489 464	3 232 372
15-24 años	3 518 488	3 122 997
25-54 años	11 687 846	11 214 687
55-64 años	3 190 093	3 264 411
65 años a más	2 662 353	3 732 485

Fuente: Central Intelligence Agency (CIA)

Elaboración propia

**Gráfico nº3: Población de Corea del Sur según edad y sexo 2015 (millones)**



Fuente: Central Intelligence Agency (CIA)

Al observar la Tabla n°8 podemos afirmar que, el mayor número de la población se encuentra entre los 25 hasta los 54 años de edad, lo cual nos indica que el mercado de Corea del Sur está mayormente poblado por gente joven y adulta, profesional e independiente económicamente, cuyas preferencias de consumo se inclinan hacia los productos de calidad y tienen más conciencia al cuidado de su salud, optando y dispuestos a pagar el precio justo de los productos importados, en referencia a su poder adquisitivo que ha ido aumentando. Además el Gráfico n°3 nos menciona con mayor precisión que la tendencia joven del país seguirá manteniéndose en los próximos años debido a que existe abundante población entre los 15 y 24 años.

**d. Población de los 5 estados con mayor número de habitantes**

**Tabla n° 9: Cinco estados con mayor población en Corea del Sur (Número de habitantes)**

COREA DEL SUR	2015
Seúl	10 349 312
Busán	3 678 555
Incheon	2 628 000
Daegu	2 566 540
Daejeon	1 475 221

Fuente: web calendar. org  
Elaboración propia

Según la tabla n°9, podemos deducir que el estado más poblado de Corea del Sur es su capital Seúl con 10 349 312 habitantes al año 2015, con tendencia al crecimiento para los próximos años. Así mismo lo sigue muy atrás Busán que tiene a uno de los más puertos con más tráfico en el mundo. Sin embargo Seúl, maneja la economía del país, es el principal centro comercial del país, posee un aeropuerto, también un puerto, Incheón, que es la puerta de entrada para la región económica y más grande de Corea del Sur, Gyeongin, De esta manera se aventaja como un lugar idóneo para empezar con las negociaciones de cualquier producto.

**e. Oportunidades y ventajas de la ciudad escogida – Seúl.**

- No solo es el nexo político y administrativo del país, sino que también es el centro económico, cultural, educativo, turístico y deportivo.
- Gracias al próspero sector de servicios de Seúl, beneficia la economía y el desarrollo nacional.
- La inversión extranjera directa también es alta, alrededor de US\$ 2 billones.
- Seúl planea ser un importante centro financiero del noreste de Asia.
- Después de los Juegos Olímpicos de verano de 1988 y la Copa Mundial de Fútbol de 2002, la ciudad se ha convertido en una ciudad global.
- Seúl es considerada una ciudad global, tiene la cuarta economía metropolitana del mundo con un PIB de 773.900 millones de dólares estadounidenses, sólo por detrás de Tokio, Nueva York y Los Ángeles y es también la quinta ciudad más grande del mundo.
- Grandes bancos tienen sucursales en Seúl: Citigroup, HSBC, Deutsche Bank, Goldman Sachs, JP Morgan Chase, Grupo Santander, UBS, Grupo ING. Seúl es el hogar de uno de los mayores bancos de divisas, el Korea Exchange Bank.

**f. Estadísticas de importación de hortalizas en conserva, incluida la alcachofa de Corea del Sur.**

**Tabla nº 10: Principales países exportadores a Corea del Sur de hortalizas en conserva incluida la alcachofa (miles \$)**

Exportadores	2011	2012	2013	2014	2015
China	134.227	124.492	132.118	126.714	144.531
Japón	601	556	378	342	424
Italia	203	423	214	256	281
Nueva Zelandia	425	351	366	178	266
Estados Unidos de América	180	147	205	221	195
Tailandia	16	31	813	96	144
Polonia	1	2	14	24	137
Viet Nam	112	164	134	117	104
Alemania	37	48	47	78	80
India	24	26	32	25	68
<b>TOTAL</b>	<b>135.826</b>	<b>126.240</b>	<b>134.321</b>	<b>128.051</b>	<b>146.230</b>

Fuente: Trademap

Elaboración Propia.

En la Tabla nº10 podemos apreciar que China tiene una ventaja muy grande de participación con un 98.6 % del total de importaciones de Corea del Sur con esta partida arancelaria. Sin embargo la distancia no fue impedimento para países de continentes como Europa y América. Además se observa que 8 de los 10 principales países exportadores en el último año tienen una tendencia de demanda hacia Corea del Sur en aumento. En el último año tuvo un crecimiento considerable de 14 % en importaciones.

**g. Estadística de importación de hortalizas en conserva, incluida la alcachofa de Corea del Sur con el Perú**

**Tabla nº 11: Importaciones Corea del Sur con el Perú, de hortalizas en conserva incluida la alcachofa (miles \$)**

Exportador	2011	2012	2013	2014	2015
Perú	3	1	1	36	16

Fuente: Trademap

Elaboración Propia.

Desde el 2014 el Perú tuvo un crecimiento muy notable, esto se debe a la alta concentración en exportación de las otras hortalizas en conserva según la partida arancelaria 200599, ya que la alcachofa en conserva, registra datos exactos en este país desde el 2015, siendo casi la quinta parte de estos 16 millones (Tabla nº23, pag.70). A su vez, la disminución en valor (\$) del 2015, fue por la caída del precio unitario de estos productos, cerca del 28 % según Agrodata Perú.

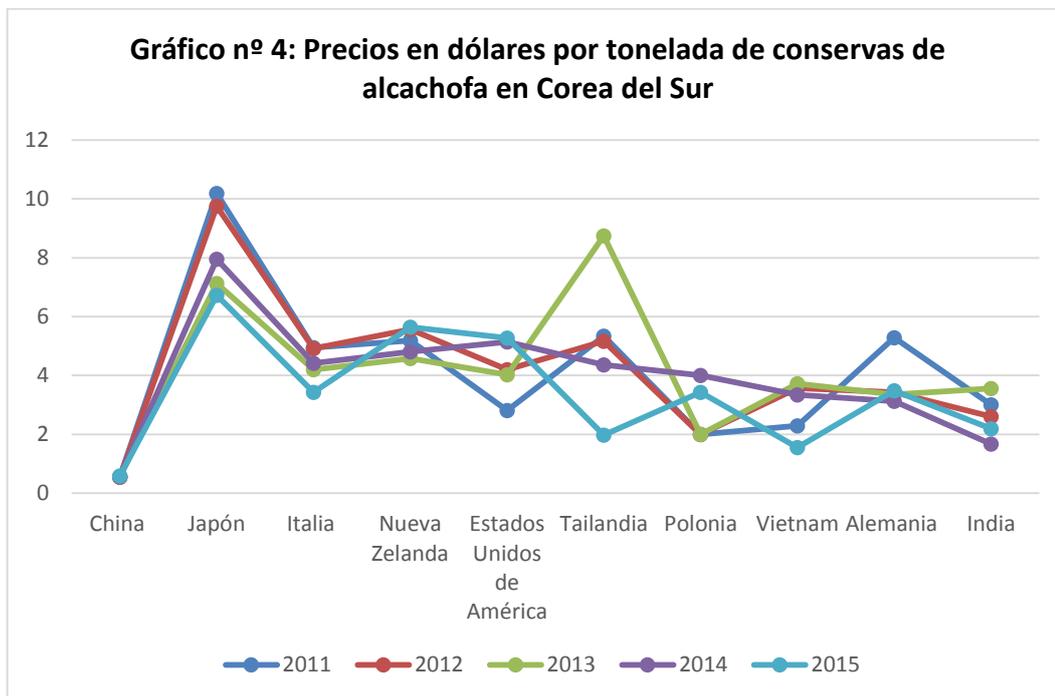
**h. Precios de alcachofa y derivados en Corea del Sur.**

**Tabla nº 12: Precios en dólares por tonelada de conservas de alcachofa y derivados en Corea del Sur (miles \$)**

Exportadores	2011	2012	2013	2014	2015
China	0.554	0.536	0.565	0.548	0.584
Japón	10.186	9.754	7.132	7.953	6.730
Italia	4.951	4.919	4.196	4.414	3.427
Nueva Zelanda	5.183	5.571	4.575	4.811	5.642
Estados Unidos	2.813	4.200	4.020	5.140	5.270
Tailandia	5.333	5.167	8.742	4.364	1.973
Polonia	2.000	2.000	2.000	4.000	3.425
Vietnam	2.286	3.565	3.722	3.343	1.552
Alemania	5.286	3.429	3.357	3.120	3.478
India	3.000	2.600	3.556	1.667	2.194

Fuente: Trademap.

Elaboración Propia.



Fuente: Trademap

Elaboración Propia.

En la Tabla nº 12 y Gráfico nº 4 se aprecia que China ofrece el producto a un precio considerablemente bajo frente a los demás países, que no pasa de 0.6 dólares por kilogramo, distinguiéndose de esta manera. Así mismo otro país asiático, Japón es el que vende el producto a un precio más alto que los demás, esto puede ser a que el producto sea de mayor calidad. Cabe destacar que los países asiáticos de Tailandia, Vietnam y la India ofrecen un precio menor a 3 dólares por kilogramo. El precio promedio que ofrece el Perú al mundo, es de 2.61 dólares por kilogramo (tabla nº23, pag.70), por lo que tiene una ventaja frente a estos países mencionados, siendo el segundo país con menor precio a comparación de los 5 primeros de esta lista.

## Objetivo 2: Analizar los factores económicos del mercado de Seúl- Corea del Sur.

El objetivo 2 queda demostrado a través de la evaluación de los factores: Riesgo País, PBI, PBI per cápita, PBI por sectores y balanza comercial con Perú.

### a. Riesgo País:

**Tabla nº 13: Economía interna y externa de Corea del Sur**

ECONOMÍA	Estado
Interna	Favorable
Externa	Muy Favorable

Fuente: Cesce

Elaboración Propia

Según la tabla nº 13, tanto la economía interna y externa de Corea del Sur es estable, tiene un riesgo comercial mínimo y la tendencia en los últimos años lo hace un mercado viable para la exportación.

### b. PBI

**Tabla nº 14: PBI y PBI per cápita de Corea del Sur**

Año	PBI	PBI per cápita
2013	\$ 1.305 billones	\$ 25,998
2014	\$ 1.410 billones	\$ 27,970
2015	\$ 1.392 billones	\$ 27,513
*2016	\$ 1.450 billones	\$ 28,525

(\*) Estimación hecha por COFACE para el año 2016

Fuente: CIA, IMF, SantanderTrade, COFACE

Elaboración propia

**Tabla nº 15: PBI de Corea del Sur por sectores (2015)**

Composición por sector de origen	%
Agricultura	2,3%
Industria	38,2%
Servicios	59,4%

Fuente: CIA, IMF, SantanderTrade

Elaboración propia

De acuerdo a la Tabla nº 14, Corea del Sur tiene una tendencia de crecimiento constante del PBI, siendo el 2015 de 2,7 %, esto se puede explicar debido a su crecimiento económico, al aumento de inversionistas y mejora de balanza comercial. Así mismo se proyecta un 2,9 % de crecimiento para este año. Además para el consumidor surcoreano, los últimos años han sido favorables, en consecuencia al aumento de sus ingresos, esto demuestra que actualmente tienen más posibilidades de consumo y gasto.

A su vez la Tabla nº 15 refleja que el sector primario es débil, por tener un porcentaje mínimo del PBI, el sector secundario está en el segundo lugar, así mismo y con el mayor porcentaje está el sector terciario de Servicios, que llega casi al 60 % al año 2015.

**c. Tasa de inflación (precios al consumidor):**

**Tabla nº 16: Tasa de inflación de Corea del Sur**

Tasa de inflación	Año
1,3%	2013
1,3%	2014
0,7%	2015

Fuente: CIA, SantanderTrade

Elaboración Propia

Según la Tabla n° 16 para el año 2015, la tasa de inflación se ha reducido considerablemente a comparación de años anteriores, esto refleja un panorama favorable para las empresas que quieran ingresar o invertir en el país surcoreano.

**d. Balanza comercial Perú – Corea del Sur**

**Tabla n° 17: Evolución del comercio entre Perú-Corea del sur, 2010-2015  
(US\$ millones)**

Comercio Exterior	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Exportaciones	896	1696	1546	1561	1210	1078
Importaciones	1042	1498	1649	1590	1382	1287
Balanza Comercial	-146	198	-103	-29	-172	-209
Intercambio comercial	1938	3194	3195	3151	2592	2365

Fuente: Trade Map, Sunat, Acuerdos comerciales

Elaboración propia

Dentro del intercambio comercial entre Perú y Corea del sur las exportaciones al 2015 sumaron la cifra de 1078 millones de dólares resultando así un decrecimiento del -12.24% en comparación con el año anterior que fue de 1210 millones de dólares. Si bien bajó el intercambio comercial, esto se debió principalmente a la disminución de exportaciones en el sector tradicional. Su punto máximo en los últimos años fue en el 2011, pese a ello la tendencia es regular positiva ya que las exportaciones agropecuarias subió considerablemente en 54 %, donde es favorable y está ubicado nuestro producto.

### Objetivo 3: Analizar el TLC Perú – Corea del Sur para aprovechar las ventajas comerciales.

Este objetivo queda demostrado a través de: Análisis del Acuerdo de libre comercio entre Perú y Corea del Sur y su Situación para – arancelaria.

#### a. Acuerdo de libre comercio entre Perú y Corea del Sur

Tabla nº 18: Aranceles por partida

HS	Descripción	Arancel base	Categoría de Desgravación	Franja de precios
2005991000	ALCACHOFAS (ALCAUCILES) PREPARADAS O CONSERVADAS (EXCEPTO EN VINAGRE O EN ÁCIDO ACÉTICO), SIN CONGELAR	20	5	-
2005992000	PIMIENTO PIQUILLO (CAPSICUM ANNUUM) PREPARADAS O CONSERVADAS (EXCEPTO EN VINAGRE O EN ÁCIDO ACÉTICO), SIN CONGELAR	20	5	-
2005999000	DEMÁS HORTALIZAS Y LAS MEZCLAS DE HORTALIZAS PREPARADAS O CONSERVADAS (EXCEPTO EN VINAGRE O EN ÁCIDO ACÉTICO), SIN CONGELAR	20	5	-

Fuente: acuerdoscomerciales.gob.pe  
Elaboración propia

Los aranceles aduaneros sobre mercancías originarias comprendidas en los ítems de la categoría de desgravación “5” en la Lista de una Parte se eliminarán en 5 etapas anuales iguales comenzando a partir de la entrada en vigor de este Acuerdo, y dichas mercancías quedarán libres de aranceles el 1 de enero del año 5.

Y de acuerdo a la tabla nº18 podemos observar que gracias al ACL vigente entre Perú y Corea del Sur el producto de interés: Alcachofas (alcauciles) preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético) sin congelar, se encuentra libre de arancel para el ingreso al mercado sur coreano, desde el 1ero de enero del 2016.

#### b. Situación Para – Arancelaría

Todos los productos alimenticios procesados y frescos que se comercializan en Corea del Sur deben cumplir con los patrones de salud y seguridad de alimentos establecidos por el Ministerio de Alimentación, Agricultura, Forestal y Pesca, y la Administración de Alimentos y Medicamentos de Corea (KFDA) y que prohíben el comercio de alimentos adulterados o mal etiquetados y regula los aditivos y colorantes que pueden ser utilizados.

**Tabla nº 19: Regulaciones de importación y normas de ingreso**

<b>NORMAS DE ORIGEN</b>	<b>REGULACIONES SANITARIAS Y FITOSANITARIAS</b>	<b>RESIDUOS DE PLAGUICIDAS Y METALES PESADOS</b>	<b>ESTÁNDARES DE ADITIVOS ALIMENTARIOS</b>	<b>PARA CUMPLIMIENTO DE LA LEY DE SANIDAD ALIMENTARIA</b>
<p>Teniendo en cuenta nuestro producto, las normas que aplican son:</p> <p>-Una mercancía será considerada originaria cuando: Es enteramente producida en el territorio de una o ambas partes o exclusivamente a partir de materiales originarios.</p> <p>-Las mercancías son enteramente producidas cuando las plantas y productos vegetales son cultivados y cosechados, recogidos o recolectados en el territorio de una o ambas partes.</p>	<p>Los importadores de frutas y verduras frescas o congeladas deben cumplir los procedimientos de acuerdo a la Ley de Cuarentena Vegetal (Plant Quarantine Act) y la Ley de Sanidad Alimentaria (Food Sanitation Act). Los procedimientos de importación que se realicen bajo la Ley de Cuarentena Vegetal se llevan a cabo por el Servicio Nacional de Cuarentena Vegetal del Ministerio de Alimentación, Agricultura, Forestal y Pesca (Ministry for Food, Agriculture, Forestry and Fisheries).</p>	<p>Las importaciones deben cumplir con las normas y especificaciones de los productos alimenticios en general, especialmente los estándares mínimos para los residuos de plaguicidas y metales pesados. Frutas y verduras con residuos de pesticidas en exceso y metales pesados no pueden ser importados. El estándar mínimo para residuos de plaguicidas y metales pesados varía según la fruta o verdura que se trate</p>	<p>Para los aditivos alimentarios, la KFDA proporciona los estándares para el límite máximo de uso según el tipo de alimentos, composición y los criterios establecidos para los materiales. Los aditivos alimentarios deberán cumplir con los estándares apropiados. Determinados aditivos alimentarios pueden ser prohibidos en Corea, incluso si estos son aprobados por la ley en los países exportadores. Los aditivos alimentarios utilizados en Corea pueden tener diferentes estándares en comparación con el país exportador, en función del tipo de producto alimenticio.</p>	<p>La Ley de Sanidad Alimentaria exige a los exportadores preparar los documentos referidos a los detalles de procesamiento de los alimentos a fin de que sean informados a la KFDA. El exportador remite este documento al importador y el importador notifica a la KFDA. Debe contener la siguiente información:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Todos los ingredientes deben listarse en términos científicos en una hoja membretado de la empresa exportadora y firmada por el productor/exportador.</li> <li>-Detalles de fabricación y procesamiento.</li> <li>-Documentos que muestran el proceso desde la entrada de materias primas hasta la producción de productos terminados. Los detalles de fabricación y del proceso deben incluir los métodos de esterilización, la temperatura y longitud. Todos los documentos deben ser emitidos y firmados por el productor.</li> <li>-Los documentos deben llevar el nombre del fabricante, lugar de fabricación, y el nombre del producto.</li> <li>-Estándares de los productos.</li> </ul>
<b>CUMPLIMIENTO DE LA LEY DE CUARENTENA VEGETAL</b>	<b>ALIMENTOS PROCESADOS</b>	<b>NORMAS DE ETIQUETADO</b>	<b>DE NORMAS DE ENVASES Y ENVALAJES</b>	
<p>Para el cumplimiento de la Ley de Cuarentena Vegetal, los exportadores deberán realizar las siguientes acciones: Verificar si los productos se encuentran dentro de la lista de productos admisible en Corea. SENASA en Perú debe emitir un Certificado Fitosanitario</p>	<p>La importación de alimentos procesados (enlatados, embotellados o empaquetados) debe cumplir con la Ley de Sanidad Alimentaria. La Ley de Comercio Exterior provee otras regulaciones para las importaciones. Basado en una información integral, los exportadores o importadores deben confirmar si los productos a ser importados cumplen o no con los estándares sanitarios.</p>	<p>Corea a través de las normas Food Labeling Standards (2003.8), (2003.8) 2 y (2003.8) 3 emitidos por la La Korean Food and Drug Administration (KFDA) mantiene la obligatoriedad del etiquetado con indicación del país de origen. Señalar el origen de los productos es obligatorio y debe ser indicado en coreano, chino o inglés. El nombre del país de origen, precedido por "hecho en" o "producido en".</p>	<p>Envases y emvalajes para frutas y verduras congeladas deberán cumplir los estándares y especificaciones de equipos, recipientes, envases de acuerdo a la Ley de Sanidad Alimentaria.</p>	

Fuente: [acuerdoscomerciales.gob.pe](http://acuerdoscomerciales.gob.pe)

Elaboración propia

La Tabla n° 19 nos indica que es obligatorio que la empresa exportadora prepare los documentos de procesamiento del alimento para ser informado al KFDA (Korea Food and Drug Administration). Así mismo las conservas de vegetales u hortalizas deben cumplir las normas de envase y embalaje acorde a la Ley de Sanidad Alimentaria y mediante las normas coreanas el etiquetado debe llevar indicaciones como nombre de origen y producción, en coreano o en inglés (Ej. Product of...).

**Objetivo 4: Realizar un diagnóstico situacional general en la capacidad de exportación y gestión de conservas de alcachofa en la Región La Libertad.**

El diagnóstico está demostrado a través de:

- a) Principales países destinos de las conservas de alcachofa peruana.
- b) Evolución anual de las exportaciones de conservas de alcachofa peruana.
- c) Exportación peruana de conservas de alcachofa a Corea del Sur.
- d) Serie histórica del cultivo de la alcachofa en la Región La Libertad y sus principales empresas.
- e) Producción de la alcachofa en conserva en la Región La Libertad de los últimos 5 años.
- f) Evolución anual de las principales empresas exportadoras de conservas de alcachofa en la Región La Libertad.
- g) Situación actual de las principales empresas exportadoras de la Región La Libertad

**Su desarrollo:**

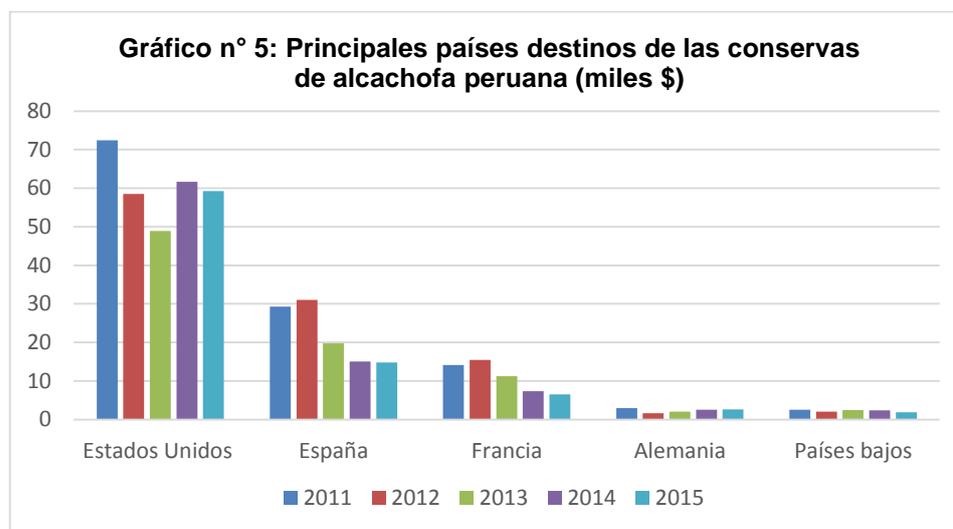
**a) Principales países destinos de las conservas de alcachofa peruana.**

**Tabla n° 20: Principales países destinos de las conservas de alcachofa peruana (miles \$)**

Países destino	2011	2012	2013	2014	2015
Estados Unidos	72.419	58.519	48.919	61.702	59.257
España	29.329	31.052	19.743	15.069	14.785
Francia	14.112	15.443	11.255	7.308	6.510
Alemania	2.936	1.593	2.050	2.568	2.588
Países bajos	2.571	2.046	2.420	2.398	1.893
<b>TOTAL</b>	<b>121.367</b>	<b>108.653</b>	<b>84.387</b>	<b>89.045</b>	<b>85.033</b>

Fuente: Trade map, SUNAT

Elaboración propia



Fuente: Trade map, SUNAT

Elaboración propia

Mediante la Tabla n°20 y Gráfico n°5, se puede inferir que, Estados Unidos de América es el principal importador de alcachofas conservadas ofrecidas por el Perú con más de 59 millones de dólares al año 2015, así mismo en ese año, el país que más creció en demanda fue Alemania. Por el total de estos cinco países, el año más bajo fue el 2013.

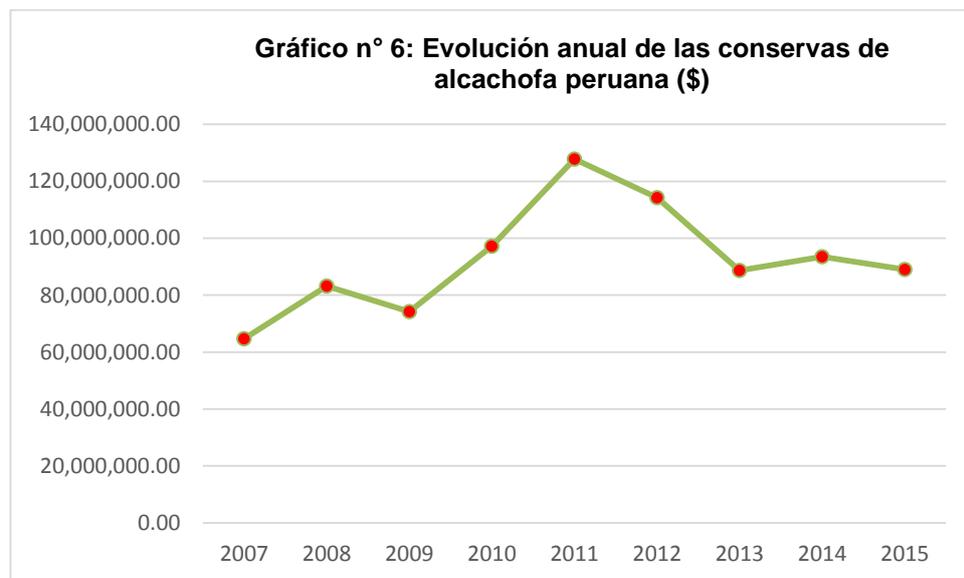
**b) Evolución anual de las exportaciones de conservas de alcachofa peruana.**

**Tabla n° 21: Evolución anual de las exportaciones de conserva de alcachofa peruana (\$)**

AÑO	VALOR (\$)
2007	64,639,972.03
2008	83,195,308.28
2009	74,226,032.14
2010	97,148,684.34
2011	127,752,646.70
2012	114,196,199.94
2013	88,715,361.62
2014	93,480,269.97
2015	89,025,471.22

Fuente: SUNAT

Elaboración propia



Fuente: SUNAT

Elaboración propia

Como podemos observar en la tabla n° 21, y su tendencia en el gráfico n°6 desde el año 2007 los niveles de exportación para la conserva de alcachofa (2005991000) vienen siendo fluctuantes, alcanzando el mayor nivel de exportación en el año 2011 y presentando una disminución desde al año 2012. A pesar de ello los últimos tres años ha mantenido una tendencia regular.

**c) Precios de exportación de las conservas de alcachofa peruana**

**Tabla nº 22: Precios de exportación de las conservas de alcachofa peruana (\$/kg)**

PRECIOS	2013	2014	2015
<b>MINIMO</b>	2.68	2.49	2.51
<b>MAXIMO</b>	3.23	2.80	2.81
<b>PROMEDIO</b>	2.84	2.64	2.61

Fuente: Agrodata Perú

Elaboración: Propia

Los precios de exportación de la alcachofa peruana han ido variando años tras año, y depende básicamente de la producción mensual que tengan, de la temporalidad de los productores, por lo que tienen puntos mínimos y máximos como el del 2015 que fue de 2.81, mayor que el 2014, pero en el promedio anual resulta menor. Así mismo se debe también al precio en el mercado internacional, como la oferta y demanda, ha habido mayores competidores en países ya consolidados en los últimos años, lo que origina una sobreoferta y por ende una disminución del precio.

**d) Exportación peruana de conservas de alcachofa a Corea del Sur**

**Tabla nº 23: Exportaciones peruanas de conservas de alcachofa a Corea del Sur**

2015	Valor (\$)	Cantidad (kg)
<b>COREA DEL SUR</b>	10.00	1.00

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

Se registra datos desde el año 2015 en donde Perú recién exporta las conservas de alcachofa a Corea del Sur, y según los datos de la Tabla nº23, la exportación fue de un kilogramo, siendo exportado con fines de muestra. Esto es un precedente de que para este y los próximos años, según los resultados y cuadros anteriores ya analizados el crecimiento en cantidad puede ser mayor.

**e) Serie histórica del cultivo de alcachofa en la Región La Libertad**

Queda demostrado a través de las variables: superficie cosechada, rendimiento, producción y precio en chacra.

**Tabla n° 24: Serie histórica del cultivo de alcachofa en la Región La Libertad**

AÑO	SUPERFICIE COSECHADA (ha)	RENDIMIENTO (kg / ha)	PRODUCCIÓN (t)	PRECIO EN CHACRA (S/./kg)
2010-2011	1,554.00	19,757.08	30,702.50	1.12
2011-2012	1,858.50	19,197.74	35,679.00	1.11
2012-2013	1,082.00	21,453.14	23,212.30	1.67
2013-2014	1,198.50	20,452.23	24,512.00	1.28
2014-2015	850.00	20,921.18	17,783.00	1.19

Fuente: Agrolalibertad

Elaboración: Propia

Desde el año 2010, se puede observar que la Región La Libertad es una de las principales regiones de producción de alcachofa en el Perú y de acuerdo a la Tabla n°24, alcanzó su máximo de producción en el año 2011 con 35 679 TM, una superficie cosechada de 1 858.50 has, un rendimiento de 19 197.74 kg de alcachofa por hectárea y con un precio de chacra de S/ 1.11 por kg (el más bajo de los últimos 5 años).

Si bien es cierto, en el año 2015, su producción bajo a comparación de años anteriores, fue principalmente por la disminución de superficie cosechada.

f) **Producción de la alcachofa en conserva en la Región La Libertad de los últimos 5 años.**

**Tabla nº 25: Producción de alcachofa procesada en La Libertad Enero – Diciembre 2011-2015 (t)**

MES	ALCACHOFA EN CONSERVA				
	2011	2012	2013	2014	*2015
ENE	250	92	198	142	111
FEB	51	50	122	248	8
MAR	42	77	97	676	13
ABR	39	63	99	3	26
MAY	27	59	48	91	27
JUN	248	217	96	41	60
JUL	1203	1120	461	371	696
AGO	3166	3617	3358	2049	2223
SET	5305	6051	4702	4809	4686
OCT	6432	7196	4384	5297	-
NOV	3716	3811	1447	2448	-
DIC	1040	651	573	385	-
<b>TOTAL PERIODO</b>	<b>20479</b>	<b>23006</b>	<b>15586</b>	<b>16559</b>	<b>7849</b>

\*Para el año 2015, no se contabiliza el último trimestre por falta de disponibilidad de datos.

Fuente: Agrolalibertad

Elaboración propia

Como podemos observar de la Tabla nº25, los meses de mayor producción son 5 meses, de julio a noviembre, siendo su punto máximo en octubre. Sus años más altos de producción fueron 2012 y 2011 respectivamente. Para el año 2013 tuvo una disminución de 32.3 % y esto se debió a que los meses de junio y julio bajaron considerablemente afectando la producción anual. El primer trimestre del 2014 fue muy positivo lo que motivo una recuperación para ese año en un total de 4.4 %, a pesar de que abril fue el mes más bajo de los últimos cinco años. Muy diferente para el primer trimestre del año 2015, en donde hubo una disminución que lo afecta, sin embargo mantiene un buen desde el mes de junio.

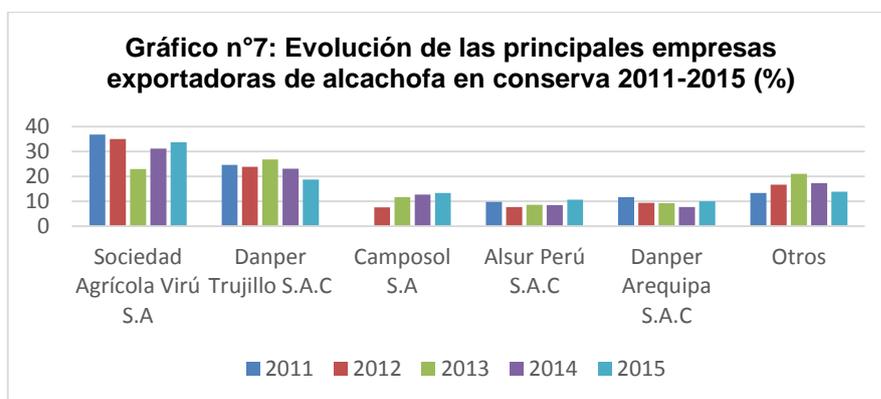
**g) Evolución de las principales empresas exportadoras de conservas de alcachofa**

**Tabla n°26: Principales empresas exportadoras de conservas de alcachofa (%)**

Empresas exportadoras	2011	2012	2013	2014	2015
Sociedad Agrícola Virú S.A	36.8	34.92	22.88	31.14	33.64
Danper Trujillo S.A.C	24.54	23.82	26.78	23.06	18.7
Camposol S.A	0	7.57	11.63	12.61	13.25
Alsur Perú S.A.C	9.71	7.69	8.52	8.36	10.57
Danper Arequipa S.A.C	11.59	9.35	9.16	7.63	9.99
Otros	13.24	16.64	21.03	17.21	13.84

Fuente: ADEX

Elaboración propia



Fuente: ADEX

Elaboración propia

Como podemos observar en la Tabla n°26 y Gráfico n°7 para el año 2011 las dos principales empresas exportadoras de alcachofa en conserva son Sociedad Agrícola Virú con 36.80% y Danper Trujillo 24.54%, que están ubicadas en la Región La Libertad. A partir del 2012 aparece la tercera empresa liberteña Camposol con una participación inicial de 7.57 % y con el transcurrir de los años se mantendría en esta ubicación a nivel nacional. Solo para el año 2013 Sociedad Agrícola Virú pierde el liderazgo por parte de Danper que también logra su mayor participación porcentual de los últimos cinco años. Ya para el 2014, se puede deducir que fue el año de mayor participación liberteña con 66.84 % entre estas tres empresas principales. Para el último año 2015, todos crecen porcentualmente a excepción de Danper Trujillo. Es importante señalar que a través de todos estos años, Camposol fue la única empresa a nivel nacional que siempre mantuvo una tendencia ascendente.

**h) Situación actual de las principales empresas exportadoras de conservas de alcachofa en la Región La Libertad.**

Las empresas más destacadas en la exportación de conservas de alcachofa en la Región La Libertad son tres: Sociedad Agrícola Virú, Danper Trujillo y Camposol.

**Tabla n° 27: Situación actual de las principales empresas exportadoras de conservas de alcachofa en La Libertad**

<b>SOCIEDAD AGRÍCOLA VIRÚ</b>	<b>DANPER TRUJILLO</b>	<b>CAMPOSOL</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuentan con más de 7000 hectáreas cultivables de espárrago blanco y verde, alcachofas, entre otros.</li> <li>• 2000 hectáreas están dedicadas a los campos de alcachofa, donde 400 son gestionados a través de agricultores asociados.</li> <li>• Es el mayor productor de conservas vegetales del Perú y líder en exportación de conservas de alcachofa en el Perú.</li> <li>• Tiene 11 certificaciones de calidad a nivel de planta y campo (GLOBALGAP, HACCP, IFS, BRC, BASC, etc)</li> <li>• Para el último año, 2015 exportó \$ 29.4 millones en conservas de alcachofa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuentan con 6036 hectáreas de cultivos, la mayor parte sembrados de espárragos y alcachofas.</li> <li>• Tiene 13 certificaciones de calidad a nivel de planta y campo (GLOBALGAP, UKAS, BRC, BASC, etc)</li> <li>• La alcachofa llega a 11 países.</li> <li>• Para el último año, 2015 exportó \$ 16.6 millones en conservas de alcachofa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por el momento cuentan con 4057 hectáreas de cultivos para espárrago y alcachofa.</li> <li>• Tiene 15 certificaciones de calidad a nivel de planta y campo (GLOBALGAP, HACCP, IFS, BRC, BSCI, etc)</li> <li>• Para el último año, 2015 exportó \$ 11.7 millones en conservas de alcachofa.</li> <li>• Desde el presente año 2016, transfirió a Sociedad agrícola Virú sus activos de conservas.</li> </ul>

Fuente: VIRU, DANPER, CAMPOSOL, Gestión, Agrodata Perú

Elaboración propia

Según los datos obtenidos en la Tabla n°27, se desprende que las 3 empresas exportadoras de conservas de alcachofa con más participación en el Perú, son liberteñas y la que más destaca es Sociedad Agrícola Virú, en donde el 2015 llegó a \$29.4 millones, por su parte Danper, con un total de \$16.6 millones exportó un 40 % menos que Sociedad Agrícola Virú, finalmente se encuentra Camposol con \$11.7 millones, estas tres empresas liberteñas suman 57.7 de los 88.4 millones de dólares (Tabla n°21, pag 69), siendo un 65 % del total de exportación de conservas de alcachofa peruana. Así mismo cuentan con certificaciones de calidad internacional y nacional que les permite mantenerse y expandirse en mercados del exterior. Recientemente Camposol dejará de exportar conservas en todas sus líneas de productos y estos activos adquiridos por Sociedad Agrícola Virú asegura su liderazgo y aumenta su capacidad de exportación.

## CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN

Introducir un producto en nuevos mercados necesita de análisis profundos relacionados a la aceptación, la calidad del producto y la capacidad productiva.

Siguiendo este criterio hemos podido concluir nuestra hipótesis, demostrando la aceptación de las conservas de alcachofa en un nuevo mercado, analizando las oportunidades del mercado, los factores económicos, las barreras arancelarias del país ha donde se dirige el producto y la capacidad de producción que disponen los productores y empresas principales de la Región La Libertad.

De los resultados encontrados, tenemos:

**Objetivo 1: Determinar las condiciones y oportunidades del mercado surcoreano para viabilizar la exportación de conserva de alcachofa.**

Según el análisis hecho en el mercado surcoreano, existe una tendencia a los productos naturales y de mayor aceptación a productos importados, teniendo a China como uno de sus principales socios. Estados Unidos, se presenta como el mayor importador mundial de conservas de alcachofas; su promedio de participación a nivel mundial es de 12% indicando que atraviesa un panorama estable con tendencia al crecimiento gracias a la diversificación de mercados en los cuales se está posicionando actualmente la conserva de alcachofa. Corea del Sur está dentro de los 5 principales importadores, y demuestra que su tendencia en la demanda va en aumento. Esto lo hace valioso e importante, ya que va de la mano de un crecimiento notable económico junto a otros países importantes en Asia y esto se traduce a potenciales y nuevos clientes.

Esa oportunidad de mercado está respaldada por aquellos consumidores que se ubican dentro del rango de quienes demandan este tipo de productos, siendo también las demás conservas de hortalizas. En consecuencia, las conservas de alcachofas pueden llegar a este destino, Perú actualmente es el segundo productor mundial y tiene a la Sociedad Agrícola Virú como la principal productora en el país, seguido por Danper y Camposol respectivamente. Teniendo en cuenta el crecimiento de la población surcoreana, más de 50 millones de personas y su aprecio a estos productos, siendo específicos la incursión

sería en la capital Seúl, la ciudad más poblada (5ta en el mundo) y de bastante movimiento económico.

Es importante decir que los productos importados por el país deben poseer altos estándares de calidad para que sean percibidos rápidamente por el consumidor final y hacer competencia frente a Italia y Estados Unidos ya que estos son los países no asiáticos que más exporta las conservas de alcachofa. Tenemos en cuenta que Estados Unidos es el principal destino de Perú en las exportaciones de este producto, pero a la vez este país exporta a Corea del Sur, y su precio ofrecido es el segundo más alto de los 10 principales (\$5.3 el kg) y Japón con el más alto (\$6.7 el kg) esto se debe a una mejor calidad del producto frente a otros competidores.

Cabe resaltar que la demanda en dólares de Corea del Sur para este producto ha crecido en un 14% para el 2015. Se aprecia que China es su principal exportador, por características como el precio (\$0,58 el kg), y distancia, a pesar que les aplican un arancel del 20 %. Ante esta situación en la entrevista realizada al Jefe de Aseguramiento de Calidad de Danper, Roger Ruiz, nos menciona que la calidad del producto en China es baja, y así también es percibido por Europa con sus alertas de seguridad alimentaria y calidad hacia este país. Otro punto por el que China mantiene un precio bajo es que su mano de obra es barata, por lo cual su costo de producción es menor. Teniendo en cuenta este aspecto, la competencia directa es frente a los demás países ya mencionados, ya que sus precios son más altos pero la calidad es mayor, es por esto que los consumidores surcoreanos revaloran la calidad de ese tipo de productos y están dispuestos a pagar por ellos, esto es percibido positivamente por el país que está concentrada mayormente por adultos entre 25 y 54 años que consumen en mayores cantidades, ya que es práctico y ahorra tiempo siendo a la vez otro punto favorable. La característica principal de este tipo de consumidor es que se preocupan mucho por el bienestar de su salud y demandan mucho de alimentos como hortalizas y frutas que ofrezcan propiedades beneficiosas para el cuidado de su cuerpo y salud en general. Ante esto, las principales agroexportadoras liberteñas como Sociedad Agrícola Virú, Danper y Camposol, no tendrían problemas en ofrecer un precio aceptable que se ajuste a su promedio actual (\$ 2.7 el kg). De esta forma sería atractivo para los surcoreanos, debido a su precio y calidad peruana que ya llegó a otros países exigentes.

## **Objetivo 2: Analizar los factores económicos del mercado surcoreano.**

Corea del Sur ha crecido económicamente a lo largo de los últimos años, y es por esto que los inversionistas y exportadores lo observan como un mercado atractivo para ingresar con diferentes productos. Actualmente es la economía número 12 en el mundo por volumen de PBI. Su riesgo país ha ido disminuyendo año tras año, manteniéndose estable tanto interna como externamente teniendo así una evolución positiva. Además se proyecta que para este año su PBI aumente en un 2,9 %, dando señales en todos sus aspectos de crecimiento económico, como en pobreza que tiene una tendencia descendiente año tras año.

Se sabe además que el sector que concentra el mayor porcentaje de PBI son los servicios, en donde destacan el inmobiliario, comercial, hostelero, financiero, telecomunicaciones y turístico. Luego el secundario teniendo gran parte de sus ingresos aquí, y está enfocada en industrias de acero, industria automotriz, textil, construcción naval y electrónica Y en menor porcentaje tiene al sector de la agricultura, que se enfoca en productos tradicionales de la región, que no incluye a la alcachofa, lo que ha hecho que el consumidor surcoreano consuma y dé preferencia a productos importados como estos ya que su calidad es mayor.

El consumidor surcoreano presenta un incremento de sus ingresos per cápita año tras año, con un \$27513 en el 2015. Además el país mantiene una tasa de inflación descendiente, lo que muestra un panorama favorable para los siguientes años. Por último, ingresar al mercado surcoreano se hace viable en cuanto a los factores económicos por el que se encuentra y su tendencia de crecimiento.

Este análisis es corroborado por el Jefe de Aseguramiento de Calidad de Danper, al decirnos que se analiza el tema macroeconómico en general, ver si su economía ha ido creciendo o tuvo un estancamiento o si existe desaceleración económica. El principal impedimento para no llegar a Asia es el tema de costos o logísticos y este tema que es de rentabilidad hace que la empresa siga abasteciendo al mismo mercado y aún no arriesgue. A pesar de ello, se sabe que en todo país hay nichos de mercado, ya que se puede ofertar un producto de calidad alta, media o baja como en mercados de consumo masivo. Pero en este caso Corea del Sur está empezando a exigir productos de alta calidad y lo sustenta con su crecimiento en poder adquisitivo, y al ser aceptado por el

consumidor, se hace atractivo para la empresa ya que el margen de rentabilidad es grande.

**Objetivo 3: Analizar el TLC Perú – Corea del Sur para aprovechar las ventajas comerciales.**

El Acuerdo de Libre Comercio (ALC) entre el Perú y Corea fue suscrito el 21 de marzo de 2011, este acuerdo está vigente desde el 1 de agosto del 2011.

Una vez vigente el tratado de libre comercio con Corea del Sur, el Perú logró de inmediato el ingreso libre de 377 partidas arancelarias y según lo estipulado los siguientes aranceles serán eliminados mutuamente en un período de 10 años, de los cuales el 91,5 % de las líneas arancelarias se desgravaron dentro de los primeros cinco años de vigencia del acuerdo. Sin embargo la partida 2005991000 ALCACHOFAS (ALCAUCILES) PREPARADAS O CONSERVADAS (EXCEPTO EN VINAGRE O EN ÁCIDO ACÉTICO), SIN CONGELAR, por ser categoría 5, recién desde el 1 de enero del presente año se encuentra libre de aranceles.

En la actualidad el Perú no tendrá problemas con el arancel aplicado para las conservas de alcachofa, ya que es del 0 %, y nuestros competidores más directos, Italia y EE.UU, se le aplica un 1,3 % y 4 % respectivamente. La tendencia de Perú es apuntar al continente asiático para los próximos años y en nuestra región las agroexportadoras Sociedad Agrícola Virú, Danper y Camposol disponen de un nuevo mercado para exportar este producto, ya se hizo incursiones a un país como Japón pagando una tasa arancelaria incluso mayor (7 %). A su vez Corea del Sur es un mercado mucho más amplio y diverso que el japonés. Asimismo en este Acuerdo de libre comercio año tras año, los aranceles para demás productos irán quedando en cero.

Este ALC Perú-Corea busca fortalecer las relaciones comerciales entre ambos países y brinda condiciones muy favorables para el comercio y la inversión, como también herramientas de control y seguridad tanto para los inversionistas de las partes como para ambos Estados lo cual debe ser aprovechado por las empresas para el ingreso de sus productos. Este acuerdo incentivará el desarrollo de más inversiones en el corto, mediano y largo plazo.

Si bien es cierto con la firma del Acuerdo de Libre Comercio (ALC) con Corea del Sur, el Perú cuenta con mayores facilidades para poder colocar sus productos al país asiático, existen regulaciones por parte de Corea del Sur para permitir el ingreso de productos importados, por lo que es pertinente conocer e informarse acerca de los requisitos y estándares de calidad que exige el mercado surcoreano. Dentro de las regulaciones y requisitos que exige Corea del Sur para la alcachofa en conserva se debe cumplir con la ley de alimentos procesados.

Los estándares de calidad es un punto importante para ingresar, es por ello que el Jefe de Aseguramiento de Calidad de Danper, nos menciona que las empresas agroexportadoras deben estar marcados por la diferenciación, rapidez, innovación y certificaciones validadas que son indicadores exigidos por el mercado internacional, además de estar asociados a políticas de responsabilidad social.

Es así como Corea del Sur es un país con una normativa propia, en su mayoría muy diferente a la de nuestro país. Los productos agrícolas se enfrentan a una serie de requisitos obligados a cumplir debido a los exhaustivos controles de las autoridades.

#### **Objetivo 4: Realizar un diagnóstico situacional general en la capacidad de exportación y gestión de conservas de alcachofa en la Región La Libertad.**

Conforme al análisis realizado en los últimos 5 años, los principales países destinos de las empresas peruanas para las conserva de alcachofa son Estados Unidos, España, Francia, Canadá y Alemania. De los cuales Estados Unidos mantiene una ventaja de mayor demanda frente a los demás, y coincidentemente este país es el quinto importador de Corea del Sur, nuestro mercado objetivo.

Podemos apreciar que la evolución en la exportación de este producto no mantuvo la tendencia de crecimiento desde el 2011, que fue su punto máximo, sin embargo no tuvo una caída considerable que afecte el nivel de producción de la región. Según la Cámara de Comercio, los productos agropecuarios de La Libertad tienen una significación de 15% de las exportaciones peruanas, lo que refleja su importancia, para mantener una buena

oferta. Y es desde el 2012 en donde el sector privado ha puesto en producción 20 mil hectáreas nuevas que permite y mantiene a esta región ser líder en la exportación de conservas de alcachofa. Consecuentemente los últimos tres años se han mantenido entre 88 y 93 millones y se espera que para este 2016 y los siguientes años se aumente el nivel de exportación, además de un punto favorable para La Libertad, de acuerdo a la entrevista realizada al Sub Gerente de Comercio de Exterior y Turismo de La Libertad, Roger Ruiz que será la culminación de la tercera etapa de Chavimochic que incorporará 63 mil hectáreas de tierras y mejorará el riego en valles de Chao, Virú, Moche y Chicama, lo cual permitirá a los productores que estén dentro del perímetro que sus tierras sean irrigadas y la disminución de costos de agua, además de tener una ventaja comparativa frente a las demás regiones que es la diversidad climática en distintas zonas y el buen suelo que permite una mejor producción.

De este modo existe una oportunidad de que productores puedan aumentar su oferta y tener una mejor calidad exportable por lo cual sería conveniente impulsar el comercio con demás países donde las condiciones comerciales sean óptimas. De esta manera podemos reiterar que la Región La Libertad posee un gran nicho de mercado en el país de Corea del Sur.

Con respecto a la producción de alcachofa en la Región la Libertad en los años 2011-2015, nos encontramos con variaciones importantes. En los años 2011 y 2012, La Libertad tuvo la producción más alta y es desde el periodo 2012-2013 que podemos notar la disminución más significativa en producción de alcachofa (- 32.3%). Cabe precisar que del total producido de alcachofas, un aproximado de 80% son destinadas para conservas que en el cuadro n° que este bajón pudo ser afectado por el precio de chacra que fue de S/.1.67 x kg, el precio más alto de los últimos cinco años. Referente a esto, en el año 2015 el precio por kilogramo se encontraba en S/ 1.19, por lo que significa una disminución importante, por ende es importante debido a que la oferta de alcachofa se mantiene atractiva para posibles compradores. Los indicadores demuestran también que los meses de mayor producción en La Libertad son de agosto a diciembre, pero que la disminución anual puede afectarse por cualquier mes del año. En cuanto al nivel de gestión de estos productores el Sub-gerente de Comercio exterior y Turismo de La Libertad afirma que en temas de gestión empresarial aún hay dificultades para las pequeñas empresas, ya que aún necesitan afianzarse para exportar aunque el mayor

porcentaje tienen conocimientos en estandarización que los ayuda a ser eficientes en productividad y manejar los tiempos de exportación para así poder tener una oferta exportable y llegar en cantidad.

En la Tabla n°26, se presenta la participación porcentual de las principales empresas exportadoras de alcachofa en conserva y nos dice claramente dice que de las 5 empresas más importantes, las 3 primeras se encuentran en la Región la Libertad, Sociedad Agrícola Virú, Danper y Camposol respectivamente, por lo que la convierte en la región con mayor participación a nivel nacional por encima de las demás regiones. Se explica también la consecuencia de la disminución de exportación en el año 2013, donde la empresa líder en el país (Virú) bajó de 35 a 22 % en participación, pero a su vez supo recuperarse y para el año 2015 ya muestra un 33.6% de participación.

Estas tres empresas liberteñas muestran calidad y prestigio en su gestión, mediante las más importantes certificaciones que les fueron otorgadas, dándoles un plus para seguir exportando en nuevos mercados, además de la experiencia y liderazgo que mantienen en el país. Así mismo, la realidad demuestra que Sociedad Agrícola Virú, tendrá mayor protagonismo y nivel de participación. Así mismo el Jefe de Aseguramiento de Calidad de Danper, nos menciona en la entrevista que un problema que tienen algunos exportadores peruanos es que no han desarrollado tecnología de alimentos que logre mantener sus características físico-químico sensoriales al momento de llegar a su destino, siendo este un punto desfavorable para su exportación.

En consecuencia las alcachofas en conserva acorde a su superficie cosechada, rendimiento y producción en la Región La Libertad, sigue siendo un producto que mantiene una proyección importante y con condiciones para emigrar a nuevos países, donde las empresas liberteñas lideran el mercado nacional y mantienen su capacidad de oferta y exportación. En esta ocasión, según el análisis obtenido de Corea del Sur, es un mercado importante e interesante para colocar este y demás productos agroindustriales peruanos.

## CONCLUSIONES

- El mercado de Corea del Sur es viable para la exportación de conservas de alcachofa para los productores de la Región La Libertad, ya que cumple con los principales indicadores como gran demanda del producto por partida, alto poder adquisitivo del consumidor, acuerdo comercial favorable, estabilidad macroeconómica, alta capacidad de producción en la Región y empresas liberteñas con prestigio y calidad certificada.
- La comercialización de conservas de hortaliza incluida la alcachofa a nivel mundial es atractivo debido a los grandes volúmenes de importación registrados, especialmente por Estados Unidos y Japón. Sin embargo, Perú es el tercer exportador mundial y aun no llega a países importantes con un crecimiento sostenido como es Corea del Sur que a su vez es el quinto importador en el mundo de esta hortaliza.
- Corea del Sur, el décimo tercer país más poblado del mundo, ocupa una zona estratégica entre las principales potencias económicas asiáticas. Seúl la capital, que es la cuarta economía metropolitana del mundo, es un público objetivo ideal como iniciativa de ingreso a este país debido a que hay mayor afluencia de dinero y puntos estratégicos idóneos para la venta, teniendo en cuenta el fácil acceso a la ciudad y su ubicación estratégica con el resto de ciudades.
- Corea del Sur paga un alto precio por las hortalizas en conservas incluida la alcachofa hasta \$ 6.7 por kilo debido a su calidad y el Perú ofrece al mundo un precio promedio de \$ 2.6 por kilo, que ya lo hace accesible para ingresar, sin embargo teniendo en cuenta nuestra calidad, se puede llegar a ofrecer un precio mayor, por lo que nuestro país tiene oportunidades para competir en este mercado.
- No existe riesgo en el país destino, debido a que su economía interna y externa es favorable, así mismo el PBI en Corea del Sur ha sido estable y se pronostica un aumento de 2.9% para el presente año 2016, el ingreso per cápita es positivo y la tasa de inflación viene disminuyendo, por lo tanto el consumidor surcoreano posee mayor poder adquisitivo y tiene mayor índice de compra, lo que es favorable.

- El TLC vigente con Corea del Sur ha reducido los aranceles para Perú de conservas de alcachofa a 0% desde el año 2016, lo cual facilita el ingreso a empresas peruanas en este país.
- El rendimiento de alcachofa en La Libertad para el 2015 ha crecido y el precio en chacra ha disminuido, lo que lo hace atractivo para el ingreso de nuevos productores.
- La Región La Libertad cuenta con las tres primeras empresas agroexportadoras (Sociedad Agrícola Virú, Danper y Camposol) que lideran el mercado de conservas de alcachofas en el Perú, estas empresas liberteñas poseen gran disponibilidad de hectáreas para el cultivo de alcachofas, lo que le permite mantener una oferta exportable considerable.

Una vez analizados los resultados según los objetivos, la tesis queda demostrada.

## RECOMENDACIONES

- Planificar al mediano y largo plazo el ingreso a un país apoyado en las características económicas, políticas y capacidad de demanda que presenten.
- Al ingresar a mercados asiáticos, es importante conocer las ciudades con mayor afluencia económica, ya que sería un punto estratégico para integrarse y promover su consumo a lo largo de más ciudades, por ello según el estudio hecho, se recomienda como ideal a la ciudad de Seúl.
- El consumidor surcoreano familiariza a los productos importados con una imagen de alta calidad por lo que el ingreso de las conservas en alcachofa es propicio.
- Corea del Sur tiene un acuerdo comercial con Perú, lo cual debemos aprovechar para lograr exportar diferentes productos agrícolas de nuestra región.
- La agroexportación de La Libertad es parte importante del total exportado del Perú, por lo que se recomienda mayor participación del Estado en mejorar las gestiones del productor y a las empresas privadas invertir en tecnologías.
- Empresas de la Región La Libertad son las principales exportadoras de alcachofa en conserva, como Sociedad Agrícola Virú que debe intentar dar mayor importancia en invertir o promover un producto a países que son potencia económica como Corea del Sur ya que poseen mayor demanda en su mercado interno y el volumen puede ser exigente.

## REFERENCIAS

- Acuerdos Comerciales (s.f) Acuerdo de Libre Comercio entre Perú y Corea del Sur. Recuperado el 15 de Diciembre del 2015, de: [http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/corea/Espanol/02\\_KPFTA\\_TNAM\\_Anexo\\_2B\\_Lista\\_de\\_Corea.pdf](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/corea/Espanol/02_KPFTA_TNAM_Anexo_2B_Lista_de_Corea.pdf)
- Agrobanco (2012) Manejo integrado de plagas en el cultivo alcachofa. Recuperado el 02 de febrero del 2016, de: <http://www.agrobanco.com.pe/data/uploads/ctecnica/003-a-alcachofa.pdf>
- AgrodataPerú (2015) Exportación de conservas de alcachofa. Recuperado el 12 de Enero del 2016, de: <http://www.agrodataperu.com/2016/01/alcachofas-en-conservas-peru-exportacion-diciembre-2015.html>
- Amat, J (s.f) Análisis de mercados internacionales - Estrategia y competitividad
- Banco Mundial (2014) Datos República de Corea. Recuperado el 21 de Enero del 2016, de: <http://datos.bancomundial.org/pais/corea-republica-de>
- Camposol.com (s.f) Certificaciones. Recuperado el 05 de abril del 2016, de: <http://www.camposol.com.pe/calidad.html>
- CESCE (2015) Riesgo país. Recuperado el 05 de febrero del 2016, de: <http://www.cesce.es/riesgo-pa%C3%ADs>
- Central Intelligence Agency (2015) The World Factbook. Recuperado el 27 de enero del 2016, de: [/www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/sn.html](http://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/sn.html)
- COFACE (2015) Major Macro Economic Indicators - South Korea. Recuperado el 02 de febrero del 2016, de: <http://www.coface.com/Economic-Studies-and-Country-Risks/South-Korea>
- Daniels, J., Radebaugh L. & Sullivan, D. (2013) Negocios Internacionales: Exportación e importación. (14va ed.). Carolina del Sur, Estados Unidos
- Danper.com (s.f) La Alcachofa. Recuperado el 05 de abril del 2016, de: <http://www.danper.com/es/productos-detalle/alcachofa/>
- DatosMacro (2014) Economía y Demografía - Corea del Sur. Recuperado el 20 de febrero del 2016, de: <http://www.datosmacro.com/paises/corea-del-sur>
- Diario del exportador (s.f) La importancia de los términos INCOTERMS. Recuperado el 15 de enero del 2016, de: <http://www.diariodelexportador.com/2016/01/la-importancia-de-los-terminos.html>
- Duarte Cueva, F. (2008). Fundamentos de Comercio Internacional: Un Enfoque Empresarial. Lima: Paul Mariebfeld GmbH & Co.

- Espinosa, R. (2013) Marketing y ventas: La matriz de análisis Dafo. Madrid, España
- Euromonitor International (2015) Consumer Lifestyles in South Korea. Recuperado el 05 de febrero del 2016, de: <http://www.euromonitor.com/consumer-lifestyles-in-south-korea/report>
- Fernández, M (Mayo del 2014) Sectores económicos de Corea del Sur. Recuperado el 02 de febrero del 2016, de: <https://prezi.com/vnzfkeqxf-t1/sectores-economicos-de-corea-del-sur/>
- Gestión: Diario de Economía y Negocios de Perú. (01 de enero del 2016). Agroexportaciones superarán los US\$6000 millones el 2016. Recuperado el 16 de enero del 2016, de: <http://gestion.pe/economia/agroexportaciones-superaran-us-6000-millones-2016-2151959>
- Gestiopolis (s.f) Matriz Dafo y Analisis PEST. Recuperado el 20 de enero del 2016, de: <http://www.gestiopolis.com/matriz-dofa-analisis-pest/>
- GRA La Libertad (2015): Portal agrario Regional. Recuperado el 04 de abril del 2016, de: <http://www.agrolalibertad.gob.pe/?q=node/709>
- Huerta, F (Octubre del 2014) Economía e inversiones en La Libertad. Oportunidades y desafíos. Trujillo, Perú
- Legiscomex (2015) Inteligencia de mercados: Ficha logística de Corea del Sur. Recuperado el 25 de febrero del 2016, de: <http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/ficha-logistica-coreasur-2013-final.pdf>
- Malhotra, N. (2008). Investigación de Mercados. México: Pearson Educación.
- MINAGRI (2008) La alcachofa peruana. Recuperado el 18 de enero del 2016, de: <http://minagri.gob.pe/portal/download/pdf/herramientas/organizaciones/dgca/alcachofa.pdf>
- MINCETUR (2004) Plan estratégico regional de exportaciones. La Libertad, Perú.
- PROMPERU (2015) Ranking de países. Recuperado el 06 de enero del 2016, de: [http://www.siicex.gob.pe/promperustat/frmRanking\\_x\\_Pais.aspx](http://www.siicex.gob.pe/promperustat/frmRanking_x_Pais.aspx)
- SIICEX (2015) Informe mensual de exportaciones. Recuperado el 22 de enero del 2016, de: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/242955437rad85D53.pdf>
- SIICEX (2015) Guía de mercado Corea del Sur. Recuperado el 03 de febrero del 2016, de: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/509736938rad4F664.pdf>
- STATISTICS KOREA (2015) National Wealth Statistics. Recuperado el 19 de febrero del 2016, de: <http://kostat.go.kr/portal/eng/pressReleases/10/5/index.board>
- SUNAT (s.f) Sunat Recuperado el 07 de diciembre del 2015, de: <http://www.sunat.gob.pe/operatividadaduanera/index.html>

Trading Economics. (2016). Corea del Sur – Indicadores económicos. Recuperado el 10 de febrero del 2016, de: <http://es.tradingeconomics.com/south-korea/indicators>

Virú (s.f) Campos. Recuperado el 05 de abril del 2016, de: <http://www.viru.com.pe/fields.php>

Yacila, B (2013) Exportación de corazones de alcachofa en conserva. Lima, Perú.

# ANEXOS

## ANEXO N°1: ENTREVISTAS

### Entrevista N° 1: Luis Vasquez - Jefe de Aseguramiento de La Calidad – Danper

**1. ¿Cuál ha sido la evolución en producción de las conservas de alcachofa en los últimos años?**

En los últimos años ha sido ascendente, con un aproximado de 10 a 15 % anual. Diseminada en la costa, centrada en el proyecto de irrigación Chavimochic y en la sierra. La estacionalidad para la Costa, es sembrada en el primer semestre (marzo a junio) y se cosecha en el segundo semestre del año (julio a diciembre) mientras que en la sierra es durante todo el año.

**2. ¿Cuál es la proyección de la empresa para el mercado internacional con las conservas de alcachofa?**

El mercado es grande, ahora está centrado en EE.UU que es el más demandante, tiene altos volúmenes requeridos. Actualmente para otros mercados hay que marcar una diferencia.

**3. ¿Qué oportunidad brinda el mercado asiático como destino comercial, en particular Corea del Sur?**

Hasta donde tengo conocimiento, no se ha podido llegar a Asia debido a que ellos tienen su propio abastecimiento en el continente que son China y Egipto. En términos de accesibilidad y transporte ellos están más cerca, es necesario marcar una diferencia sustantiva con estas producciones como China que también abastece el mercado de Europa y EE.UU. Aunque actualmente China no tiene un estándar de calidad como el producto peruano pero su costo de mano de obra es barata.

**4. Los estándares de calidad para ingresar a Asia. ¿Existe una particularidad o diferencia con otros continentes?**

La calidad del producto que se fabrica en el Perú cumpliría para el mercado asiático. Un ejemplo, en Europa las alertas de seguridad alimentaria y calidad están asociados a productos chinos. La calidad depende también de la exigencia del consumidor acuerdo al país. El principal impedimento para no llegar a Asia es el tema de costos o logísticos y este tema que es de rentabilidad hace que la empresa siga abasteciendo al mismo mercado y aún no arriesgue.

**5. ¿Qué los mantiene como una de las empresas agroexportadoras más importantes de la Región La Libertad y Perú?**

Un problema que tienen algunos exportadores peruanos es que no han desarrollado tecnología de alimentos que logre mantener sus características físico-químico sensoriales al momento de llegar a su destino. Nuestra empresa está marcado por la diferenciación, rapidez, innovación, certificaciones validadas que son indicadores que exigen el mercado internacional. Además estamos asociados a políticas de responsabilidad social.

**6. ¿Qué indicador toma más valor para decidir ingresar a un nuevo país?**

Se analiza el tema macroeconómico en general, ver si su economía ha ido creciendo o tuvo un estancamiento, si existe desaceleración económica. En todo país hay nichos de mercado, ya que puedes ofertar un producto de calidad alta, media o baja. Cuando el país empieza a exigir alta calidad el margen de rentabilidad es grande así como también hay mercados de consumo masivo. La demanda de alimentos siempre va a existir en todo país ya que es una necesidad primaria.

**Entrevista N° 2: Roger Ruiz - subgerente de Comercio Exterior y Turismo ‘Gobierno Regional de La Libertad’**

**1. A diferencia de años anteriores ¿Cuál es la capacidad de gestión y exportación actual de los productores de mediana y pequeña empresa en la Región La Libertad?**

En temas de gestión empresarial aún hay dificultades para las pequeñas empresas, ya que aún necesitan afianzarse para exportar. Hay empresas que tienen conocimientos en estandarización que es ser eficientes en productividad y manejar los tiempos de exportación para así poder tener una oferta exportable y poder exportar en cantidad.

**2. ¿Qué oportunidades tiene La Libertad en las agroexportaciones frente a las demás regiones del país?**

Una ventaja comparativa que tiene nuestra región es nuestra diversidad climática en distintas zonas y el suelo que permite una alta producción. En temas de gestión como son planificación y organización están mejor las regiones de Lambayeque y Piura, ya que no son asistencialistas, en las agroexportaciones saben que se tiene que invertir y no lo toman como un gasto.

**3. Considerando la llegada de conservas de espárrago a Corea del Sur. ¿En este punto de vista, es atractivo para la exportación de alcachofa en conserva?**

El inconveniente puede ser el costo de nuestra producción y el precio que ellos están dispuestos a pagar. Si el margen es positivo, es un mercado atractivo. Ya que el costo de distribución física internacional en el Perú es uno de los más altos. Depende también de la calidad de nuestros principales competidores.

**4. ¿Qué indicadores toman valor para ingresar a un nuevo país?**

La demanda que tenga el país destino y los volúmenes que se solicite, así como los costos.

**5. La tercera etapa de Chavimochic. ¿En qué medida beneficia a los productores de la Región La Libertad?**

Beneficia a aquellos productores que estén dentro del perímetro, ya que sus tierras van a ser irrigadas, además que les disminuirá los costos de agua. Además este proyecto tiene un centro de investigación que informa y asesora a estos productores. Gracias a las primeras etapas se cultivaron diversos productos con estudios de mercado como espárragos y alcachofa.

## ANEXO N°2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA			
TÍTULO: "ANÁLISIS DEL MERCADO DE COREA DEL SUR PARA VIABILIZAR LA EXPORTACIÓN DE CONSERVAS DE ALCACHOFA DE LA REGIÓN LA LIBERTAD - 2016"			
<p><b>PROBLEMA GENERAL:</b></p> <p>¿De qué manera el análisis del mercado de Corea del Sur Unidos influye en la viabilidad de la exportación de conservas de alcachofa en la región La Libertad?</p>	<p><b>OBJETIVOS:</b></p> <p><b>OBJETIVO GENERAL</b> Analizar las oportunidades que brinda el mercado Corea del Sur para viabilizar la exportación de conservas de alcachofas de la región La Libertad para el año 2016.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Determinar las condiciones y oportunidades de mercado de Seúl – Corea del Sur para viabilizar la exportación de conservas de alcachofa.</li> <li>▪ Analizar los factores económicos del país de Corea del Sur.</li> <li>▪ Analizar el TLC Perú – Corea del Sur para aprovechar las ventajas comerciales.</li> <li>▪ Realizar un diagnóstico situacional general en la capacidad de exportación y gestión de las conservas de alcachofa en la región La Libertad.</li> </ul>	<p><b>HIPÓTESIS:</b></p> <p>El análisis obtenido del mercado de Seúl-Corea del Sur influye positivamente en la viabilidad de las exportaciones de conservas de alcachofas de la región La Libertad.</p> <p><b>VARIABLES:</b></p> <p><b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b> Análisis de mercado</p> <p><b>VARIABLE DEPENDIENTE</b> Viabilidad de exportación</p>	<p><b>METODOLOGÍA:</b></p> <p><b>TIPO DE INVESTIGACIÓN</b> Transversal Cuantitativa</p> <p><b>DISEÑO</b> No experimental – Correlacional Transversal.</p> <p><b>POBLACIÓN Y MUESTRA</b></p> <p><b>Población</b> Las exportaciones de productos agroindustriales peruanos hacia el mercado de Seúl-Corea del Sur.</p> <p><b>Muestra</b> No probabilística</p> <p><b>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</b> Herramientas de Inteligencia Comercial. Análisis de fuentes primarias y secundarias.</p>

### ANEXO N°3: DATOS ESTADÍSTICOS

#### a. Producción de alcachofa en conserva en la región La Libertad 2011-2015

Tabla n°28: Producción de alcachofa en conserva y su variación en La Libertad 2011-2012 (t)

MES	ALCACHOFA EN CONSERVA		
	2011	2012	VARIACIÓN %
ENE	250	92	-63%
FEB	51	50	-1%
MAR	42	77	85%
ABR	39	63	62%
MAY	27	59	120%
JUN	248	217	-12%
JUL	1203	1120	-7%
AGO	3166	3617	14%
SET	5305	6051	14%
OCT	6432	7196	12%
NOV	3716	3811	3%
DIC	1040	651	-37%
<b>TOTAL PERIODO</b>	<b>20479</b>	<b>23006</b>	<b>12.34%</b>

Fuente: Agrolalibertad

Como podemos observar de la Tabla n° 28, del año 2011 al 2012 en los meses de enero, febrero, junio, julio y diciembre observamos una disminución en la producción de alcachofa en conserva, sin embargo en el promedio general obtenemos una variación positiva de 12.34% con respecto de un año a otro.

**Tabla n°29: Producción de alcachofa en conserva y su variación en La Libertad, 2012-2013**

(t)

MES	ALCACHOFA EN CONSERVA		
	2012	2013	VARIACIÓN %
ENE	92	198	116%
FEB	50	122	143%
MAR	77	97	25%
ABR	63	99	56%
MAY	59	48	-19%
JUN	217	96	-56%
JUL	1120	461	-59%
AGO	3617	3358	-7%
SET	6051	4702	-22%
OCT	7196	4384	-39%
NOV	3811	1447	-62%
DIC	651	573	-12%
<b>TOTAL PERIODO</b>	<b>23006</b>	<b>15586</b>	<b>-32.3%</b>

Fuente: Agrolalibertad

Como podemos observar en la Tabla n°29, dentro del año 2012 al 2013 en los meses de mayo, junio, julio, agosto y setiembre observamos un disminución en la producción de alcachofa en conserva, a diferencia de la Tabla n°26, la disminución en estos meses es considerable, lo que provoca que la variación del año 2012 – 2013 sea -32.3%

**Tabla n°30: Producción de alcachofa en conserva y su variación  
en La Libertad, 2013-2014 (t)**

MES	ALCACHOFA EN CONSERVA		
	2013	2014	VARIACIÓN %
ENE	198	142	-28.52%
FEB	122	248	103%
MAR	97	676	596%
ABR	99	3	-97%
MAY	48	91	90%
JUN	96	41	-58%
JUL	461	371	-20%
AGO	3358	2049	-39%
SET	4702	4809	2.3%
OCT	4384	5297	21%
NOV	1717	2448	43%
DIC	571	385	-33%
<b>TOTAL PERIODO</b>	<b>15854</b>	<b>16559</b>	<b>4.4%</b>

Fuente: Agrolalibertad

Como podemos observar de la Tabla n°30, dentro del año 2013 al 2014 en los meses de abril, junio, julio, agosto y diciembre observamos un disminución en la producción de alcachofa en conserva, a diferencia del Tabla n°27, la disminución en estos meses es considerable, lo que provoca que la variación del año 2013 – 2014 sea de apenas del 4.4% siendo una variación positiva en comparación a la del periodo anterior.

**Tabla n°31: Producción de alcachofa en conserva y su variación  
en La Libertad, 2014-2015 (t)**

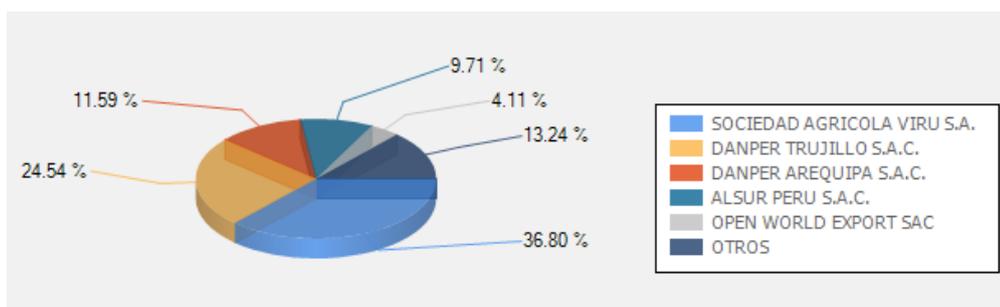
MES	ALCACHOFA EN CONSERVA		
	2014	2015	VARIACIÓN %
ENE	142	111	-22%
FEB	248	8	-97%
MAR	676	13	-98%
ABR	3	26	709%
MAY	91	27	-71%
JUN	41	60	48%
JUL	371	696	88%
AGO	2049	2223	8%
SET	4809	4686	-2.6%
TOTAL PERIODO	<b>8429</b>	<b>7849</b>	<b>-6.9%</b>

Fuente: Agrolalibertad

Como podemos observar de la Tabla n°31, dentro del año 2014 al 2015 en los meses de enero, febrero, marzo y mayo y setiembre observamos un disminución en la producción de alcachofa en conserva, la disminución más importante se dio en el mes de marzo -98%, seguida por el mes de febrero de -97%, lo que provoca que la variación del año 2014 – 2015 sea de -6.9%, cabe señalar que la información sólo está hasta el mes de setiembre del año 2015.

**b. Participación porcentual de las principales empresas exportadoras de conservas de alcachofa 2011 – 2015.**

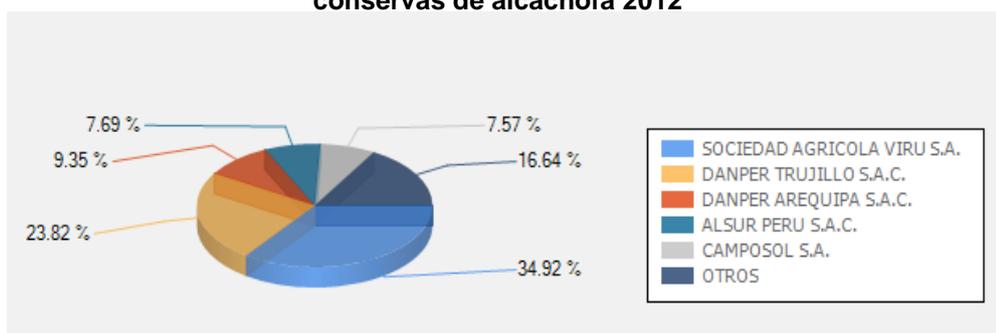
**Imagen n°5: Participación porcentual de las principales empresas exportadoras de conservas de alcachofa 2011**



Fuente: ADEX

Como podemos observar de la Imagen n°5, dentro de las principales empresas exportadoras de alcachofa en conserva, tenemos a Sociedad Agrícola Virú con 36.80% y Danper Trujillo 24.54%, estando ubicadas estas en la región la libertad y siendo las que ocupan la mayor cantidad de participación porcentual en el Perú.

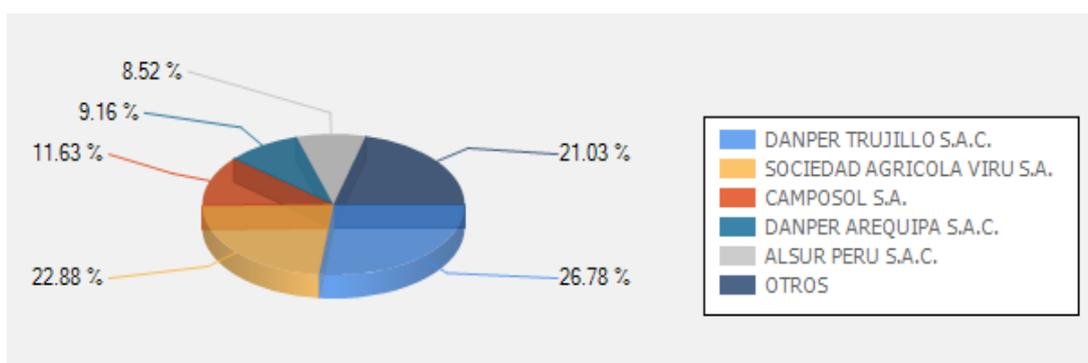
**Imagen n°6: Participación porcentual de las principales empresas exportadoras de las conservas de alcachofa 2012**



Fuente: ADEX

Como podemos observar de la Imagen n°6, dentro de las principales empresas exportadoras de alcachofa en conserva, tenemos a Sociedad Agrícola Virú con 34.92% y Danper Trujillo 23.82%, estando ubicadas estas en la región la libertad y siendo las que ocupan la mayor cantidad de participación porcentual en el Perú.

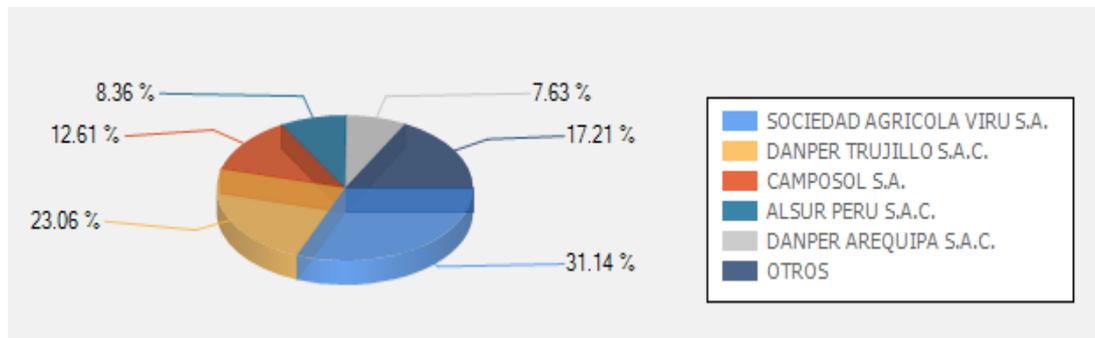
**Imagen n°7: Participación porcentual de las principales empresas exportadoras de conservas de alcachofa 2013**



Fuente: ADEX

Como podemos observar de la Imagen n°7 dentro de las principales empresas exportadoras de alcachofa en conserva, tenemos a Danper Trujillo con 26.78%, Sociedad Agrícola Virú 22.88% y Camposol con 11.63% estando ubicadas estas en la región la libertad y siendo las que ocupan la mayor cantidad de participación porcentual en el Perú.

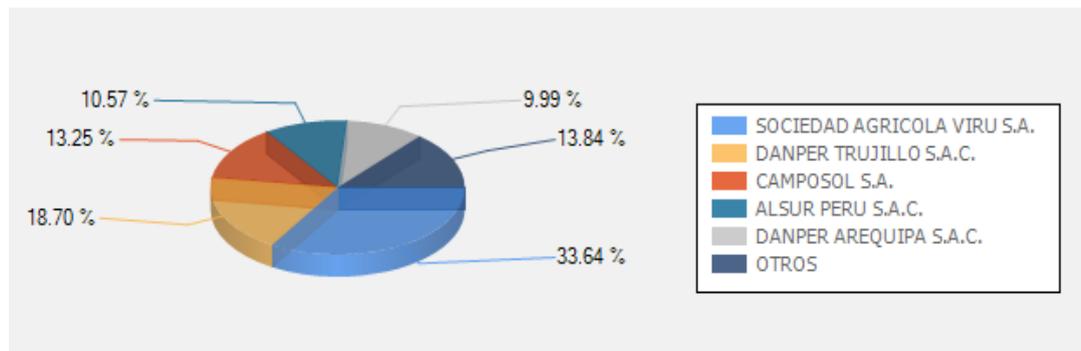
**Imagen n°8: Participación porcentual de las principales empresas exportadoras de conservas de alcachofa 2014**



Fuente: ADEX

Como podemos observar de la Imagen n°8, dentro de las principales empresas exportadoras de alcachofa en conserva, tenemos a Sociedad Agrícola Virú con 31.14%, Danper Trujillo 22.88% y Camposol con 12.61% estando ubicadas estas en la región la libertad y siendo las que ocupan la mayor cantidad de participación porcentual en el Perú.

**Imagen n°9: Participación porcentual de las principales empresas exportadoras de conservas de alcachofa 2015**



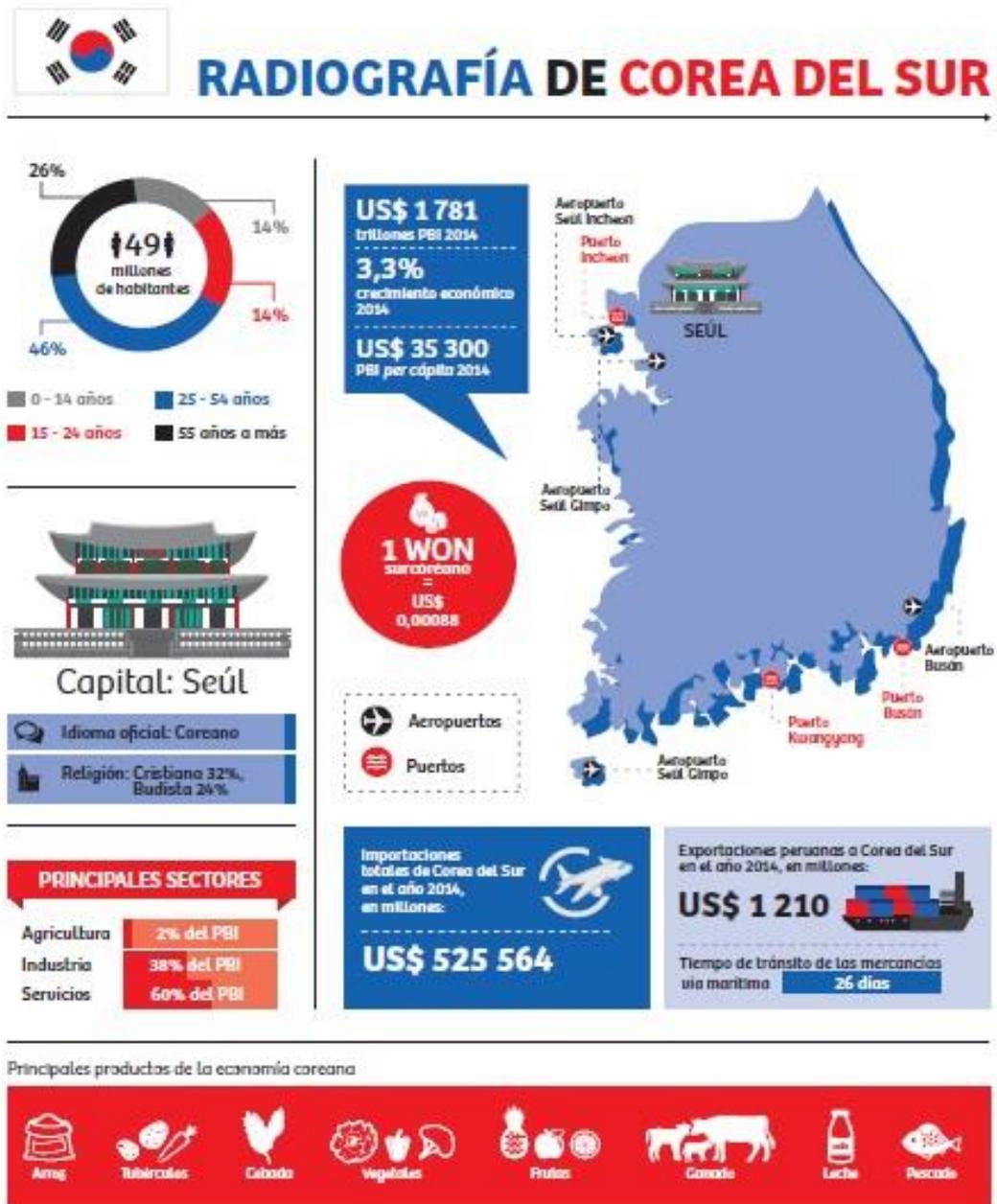
Fuente: ADEX

Como podemos observar de la Imagen n°9, dentro de las principales empresas exportadoras de alcachofa en conserva, tenemos a Sociedad Agrícola Virú con 33.64%, Danper Trujillo 18.70% y Camposol con 13.25% estando ubicadas estas en la región la libertad y siendo las que ocupan la mayor cantidad de participación porcentual en el Perú.

## ANEXO N°4: IMÁGENES ESTADÍSTICAS

### 1. Corea del Sur

Imagen n°10: Radiografía de Corea del Sur



Fuente: Revista Exportando – SIICEX

## 2. Comercio Corea del Sur

**Imagen n°11: Comercio Perú - Corea del Sur- Mundo 2010-2015**

Evolución del comercio Perú-Corea del Sur y con el Mundo, 2010-2015  
(US\$ Millones)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Comercio Corea del Sur - Mundo</b>						
Exportaciones (FOB)	466 384	555 216	547 879	559 632	572 665	526 901
Importaciones (CIF)	425 212	524 413	519 585	515 586	525 515	436 548
Saldo Comercial (X-M)	41 172	30 802	28 295	44 047	47 150	90 353
<b>Comercio Perú - Mundo</b>						
(A) Exportaciones (FOB)	35 806	46 319	46 359	42 567	38 641	33 246
(B) Importaciones (CIF)	29 972	37 904	42 169	43 327	42 184	38 066
Saldo Comercial (X-M)	5 834	8 415	4 190	-761	-3 542	-4 821
<b>Comercio Perú - Corea del Sur</b>						
(C) Exportaciones (FOB)	896	1 696	1 546	1 561	1 210	1 078
(C)/(A)	2,5%	3,7%	3,3%	3,7%	3,1%	3,2%
(D) Importaciones (CIF)	1 042	1 498	1 649	1 590	1 382	1 287
(D)/(B)	3,5%	4,0%	3,9%	3,7%	3,3%	3,4%
Saldo Comercial (X-M)	-146	198	-103	-29	-172	-209

Fuente: SUNAT, MINCENTUR, Acuerdos Comerciales

**Imagen n°12: Exportaciones Perú- Corea del Sur por sectores 2010-2015**



Fuente: PROMPERÚ

### Imagen n°13: Comercio Perú- Corea del Sur por sectores

**Comercio Perú-Corea del Sur, 2013-2015**  
(US\$ Millones / Variaciones %)

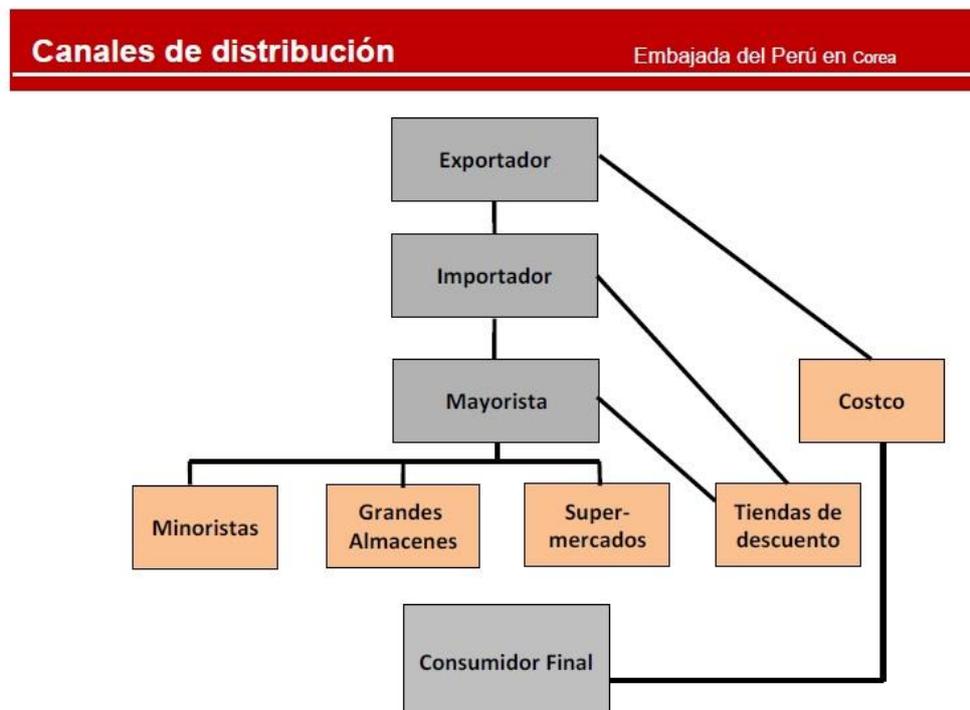
Sector	2013	2014	Var 2014/2013	2014	2015	Var 2015/2014
<b>Exportaciones (FOB)</b>	<b>1 560,6</b>	<b>1 210,0</b>	<b>-22,5%</b>	<b>1 210,0</b>	<b>1 077,7</b>	<b>-10,9%</b>
<b>Tradicional</b>	<b>1 479,2</b>	<b>1 080,6</b>	<b>-26,9%</b>	<b>1 080,6</b>	<b>945,0</b>	<b>-12,6%</b>
<b>Minero</b>	<b>1 146,1</b>	<b>972,8</b>	<b>-15,1%</b>	<b>972,8</b>	<b>818,8</b>	<b>-15,8%</b>
Cobre	465,2	370,9	-20,3%	370,9	315,8	-14,9%
Plomo	458,2	354,9	-22,5%	354,9	291,2	-17,9%
Zinc	220,7	239,2	8,4%	239,2	197,4	-17,5%
Metales Menores	2,0	6,9	253,2%	6,9	14,2	105,2%
Hierro	0,0	-	-100,0%	-	0,0	-
Oro	0,0	-	-100,0%	-	-	-
Estaño	-	0,9	-	0,9	-	-100,0%
<b>Petróleo y gas natural</b>	<b>296,0</b>	<b>45,1</b>	<b>-84,8%</b>	<b>45,1</b>	<b>82,9</b>	<b>83,6%</b>
Petróleo, derivados	20,5	45,1	120,1%	45,1	71,9	59,4%
Gas natural, derivados	275,5	-	-100,0%	-	10,9	-
<b>Pesquero</b>	<b>6,1</b>	<b>14,9</b>	<b>143,1%</b>	<b>14,9</b>	<b>11,1</b>	<b>-25,3%</b>
Harina de Pescado	2,4	9,3	282,3%	9,3	8,7	-6,8%
Aceite de Pescado	3,7	5,6	51,1%	5,6	2,4	-56,4%
<b>Agrícola</b>	<b>31,0</b>	<b>47,8</b>	<b>54,4%</b>	<b>47,8</b>	<b>32,2</b>	<b>-32,6%</b>
Café	31,0	47,8	54,4%	47,8	32,0	-33,1%
Resto	-	-	-	-	0,2	-
<b>No Tradicional</b>	<b>81,4</b>	<b>129,4</b>	<b>58,8%</b>	<b>129,4</b>	<b>132,8</b>	<b>2,6%</b>
Pesquero	52,5	85,8	63,3%	85,8	69,9	-18,4%
Agropecuario	16,7	25,7	54,4%	25,7	39,8	54,4%
Textil	6,5	9,1	41,0%	9,1	12,2	34,2%
Químico	1,8	2,3	30,9%	2,3	5,9	149,9%
Sidero-metalúrgico	1,8	3,9	114,7%	3,9	2,7	-31,1%
Maderas y papeles	1,0	1,0	6,0%	1,0	1,5	46,2%
Metal-mecánico	0,6	0,4	-27,7%	0,4	0,4	-0,7%
Varios (incluye joyería)	0,1	0,2	114,1%	0,2	0,2	12,2%
Minería no metálica	0,1	0,5	494,0%	0,5	0,1	-75,9%
Pieles y cueros	0,5	0,4	-17,7%	0,4	0,0	-92,5%
Artesanías	0,0	0,0	-62,2%	0,0	0,0	-
<b>Importaciones (CIF)</b>	<b>1 589,8</b>	<b>1 382,1</b>	<b>-13,1%</b>	<b>1 382,1</b>	<b>1 286,6</b>	<b>-6,9%</b>
Bienes de Consumo	673,5	590,1	-12,4%	590,1	457,9	-22,4%
Materias Primas y Productos Intermedios	448,3	402,7	-10,2%	402,7	410,4	1,9%
Bienes de Capital y Materiales de Construcción	465,8	381,9	-18,0%	381,9	418,3	9,5%
Diversos	2,1	7,4	252,7%	7,4	-	-100,0%
<b>Saldo Comercial (X-M)</b>	<b>-29,2</b>	<b>-172,1</b>	<b>490,3%</b>	<b>-172,1</b>	<b>-208,9</b>	<b>21,4%</b>
<b>Intercambio Comercial (X+M)</b>	<b>3 150,4</b>	<b>2 592,1</b>	<b>-17,7%</b>	<b>2 592,1</b>	<b>2 364,3</b>	<b>-8,8%</b>

Fuente: SUNAT, Acuerdos Comerciales.

**Imagen n°14: Facilidad para hacer negocios en Corea del Sur 2015**

Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2015							
Criterios	Corea del Sur	Perú	Japón	China	Colombia	Chile	Singapur
Facilidad de hacer negocios	5	35	29	90	34	41	1
Apertura de un negocio	17	89	83	128	84	59	6
Manejo permiso de construcción	12	87	83	179	61	62	2
Acceso a electricidad	1	86	28	124	92	49	11
Registro de propiedades	79	26	73	37	42	45	24
Obtención de crédito	36	12	71	71	2	71	17
Protección de los inversores	21	40	35	132	10	56	3
Pago de impuestos	25	57	122	120	146	29	5
Comercio transfronterizo	3	55	20	98	93	40	1
Cumplimiento de contratos	5	100	26	35	168	64	1
Resolución de la insolvencia	14	76	2	53	30	73	19

**Imagen n°15: Canal de distribución**



Fuente: PROMPERÚ

### 3. La alcachofa

**Imagen n°16: Partidas arancelarias de la alcachofa en conserva**

Partida Arancelaria de la Alcachofa en Conserva		
País	Partida Arancelaria	Descripción del Producto
Perú	2005.90.10.00	Alcachofas (Alcauciles) preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético) sin congelar.
Chile	2001.90.10.00	alcachofas (incluso silvestres) frutas u otros frutos y demás partes comestibles, preparados o conservados en vinagre o en ácido acético
Unión Europea	2005.90.50.00	Alcachofa conservada sin vinagre o ni ácido acético sin congelar.
Estados Unidos	20.01.90.25.00	alcachofas, preparadas o preservadas por vinagre o el ácido acético
	2005.90.80.00	alcachofas, preparadas o preservadas de otra manera que no sea vinagre o ácido acético, y que no sea congelada

Fuente: MINAG

**Imagen n°17: Estacionalidad de la alcachofa en los principales países productores**

		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Hemisferio Norte	EE.UU.												
	Italia												
	España												
	Francia												
Hemisferio Sur	Perú												
	Argentina												
	Chile												
	Colombia												
	México												

Fuente: MINAG

**Imagen n°18: Variedades de alcachofa por país-anual**

<b>Anuales</b>	<b>USA</b>	Imperial Star
		Desert
		Emerald
		Green Globe Improved
	<b>Israel</b>	Talpiot
	<b>España</b>	Lorca
		A-104
		A-106
	<b>Italia</b>	A-107
	<b>Perú</b>	Violetto di Sicilia
		Imperial Star
		A-106
		Lorca

Fuente: MINAG

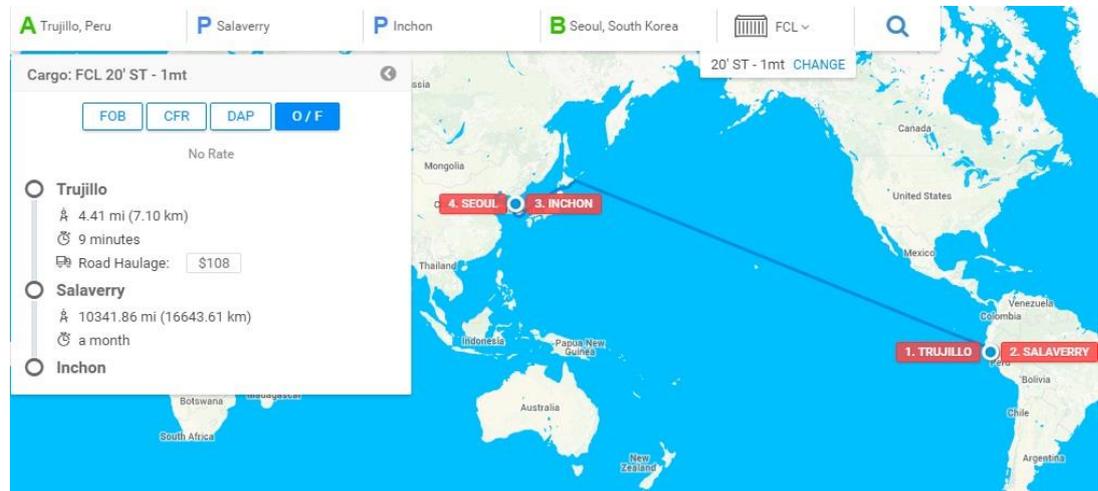
**Imagen n°19: Variedades de la alcachofa por país- semiperemne**

<b>Semiperemne</b>	<b>Italia</b>	Romanesco
		Violetto di toscana
		Spinoso Sardo
		Bianco Tarantino
	<b>España</b>	Blanca de tudela
	<b>Francia</b>	Violet du provence
		camús
		Castel
	<b>Usa</b>	Heyérois Blanc
	<b>México, Colombia y Chile</b>	Green Globe
	<b>Argentina</b>	Royal globe
		Sampedrino
		Gallego
		Gringo
	<b>Perú</b>	Tiernito
		Criolla
Green Globe		

Fuente: MINAG

#### 4. Ruta logística

Imagen n°20: Ruta Puerto Salaverry-Puerto Inchón



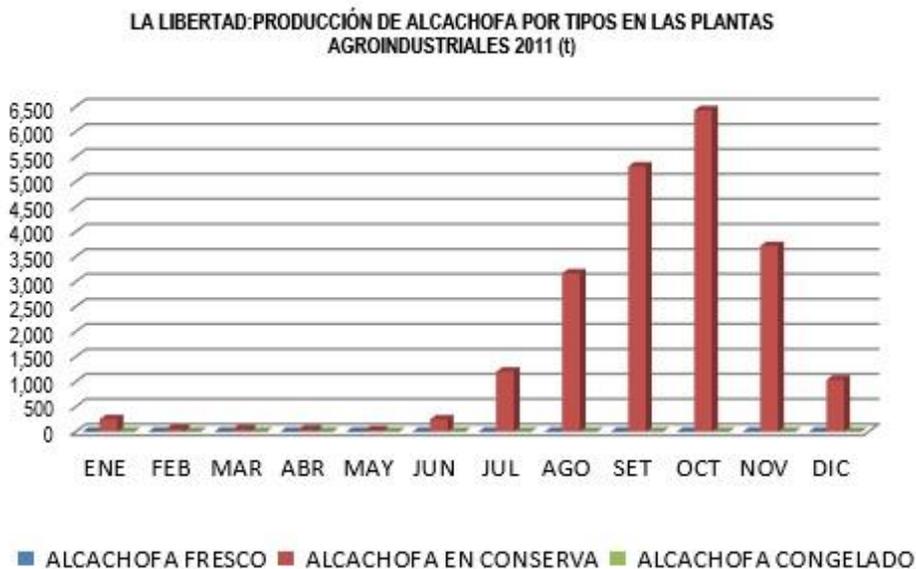
Fuente: SeaRates

Elaboración Propia

Puerto de Salaverry- Trujillo Perú – Puerto de Inchón- Seúl, Corea del Sur:  
Como se observa, la distancia existente entre ambos puertos es de 10341.86  
km. Asimismo, se estima un tiempo de tránsito aproximado de un mes.

## 5. Producción de alcachofa en La Región La Libertad

Imagen n°21: Producción de alcachofa por tipos en las agroindustrias de La Libertad 2011



Fuente: Portal Agrario La Libertad

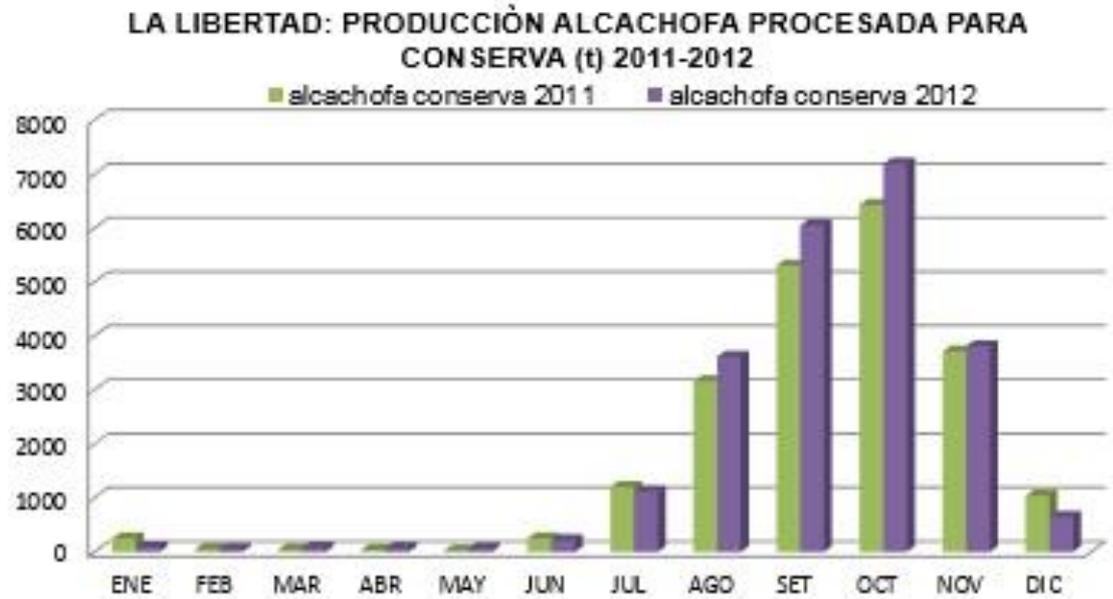
Imagen n°22: Producción de alcachofa procesada de La Libertad 2011-2012 (t)

LA LIBERTAD: PRODUCCIÓN ALCACHOFA PROCESADA  
PERIODO: ENERO - DICIEMBRE 2012/2011  
(t)

MES	ALCACHOFA FRESCO			ALCACHOFA EN CONSERVA			ALCACHOFA CONGELADO		
	2011	2012	VARIACIÓN %	2011	2012	VARIACIÓN %	2011	2012	VARIACIÓN %
ENE	0	0		250	92	-63%	0	0	
FEB	0	0		51	50	-1%	0	0	
MAR	0	0		42	77	85%	0	0	
ABR	0	0		39	63	62%	0	0	
MAY	0	0		27	59	120%	0	0	
JUN	0	0		248	217	-12%	0	0	
JUL	0	0		1203	1120	-7%	0	0	
AGO	0	4		3166	3617	14%	0	0	
SET	0	3		5305	6051	14%	0	0	
OCT	0	5		6432	7196	12%	0	0	
NOV	0	3		3716	3811	3%	0	0	
DIC	0	0		1040	651	-37%	0	0	
<b>TOTAL PERIODO</b>	<b>0</b>	<b>14</b>		<b>20479</b>	<b>23006</b>	<b>12.34%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>TOTAL año</b>	<b>0</b>	<b>14</b>		<b>21519</b>	<b>23006</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	

Fuente: Portal Agrario La Libertad

**Imagen n°23: Producción de alcachofa en conserva de La Libertad 2011-2012 (t)**



Fuente: Portal Agrario La Libertad

**Imagen n°24: Ingreso de alcachofa fresca a plantas agroindustriales de La Libertad para su procesamiento 2011-2012 (t)**



Fuente: Portal Agrario La Libertad

**Imagen n°25: Producción de alcachofa procesada 2012-2013 en La Libertad (t)**

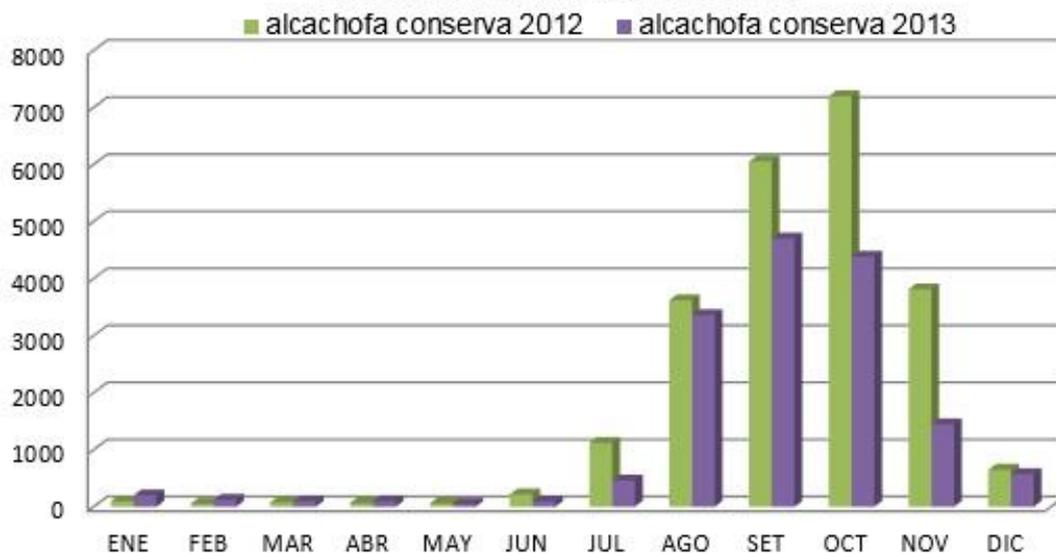
LA LIBERTAD: PRODUCCIÓN ALCACHOFA PROCESADA  
PERIODO: ENERO - DICIEMBRE 2013/2012  
(t)

MES	ALCACHOFA FRESCA			ALCACHOFA EN CONSERVA			ALCACHOFA CONGELADO		
	2012	2013	VARIACIÓN %	2012	2013	VARIACIÓN %	2012	2013	VARIACIÓN %
ENE	0	0		92	198	116%	0	0	
FEB	0	0		50	122	143%	0	0	
MAR	0	0		77	97	25%	0	0	
ABR	0	0		63	99	56%	0	0	
MAY	0	0		59	48	-19%	0	0	
JUN	0	0		217	96	-56%	0	0	
JUL	0	1		1120	461	-59%	0	0	
AGO	4	13	247%	3617	3358	-7%	0	0	
SET	3	9	172%	6051	4702	-22%	0	13	
OCT	5	6	23%	7196	4384	-39%	0	237	
NOV	3	0	-100%	3811	1447	-62%	0	197	
DIC	0	0		651	573	-12%	0	110	
<b>TOTAL PERIODO</b>	<b>14</b>	<b>29</b>	<b>102.00%</b>	<b>23006</b>	<b>15586</b>	<b>-32.3%</b>	<b>0</b>	<b>558</b>	
<b>TOTAL AÑO</b>	<b>14</b>	<b>29</b>	<b>102%</b>	<b>23006</b>	<b>15586</b>	<b>-32.3%</b>	<b>0</b>	<b>558</b>	

Fuente: Portal Agrario La Libertad

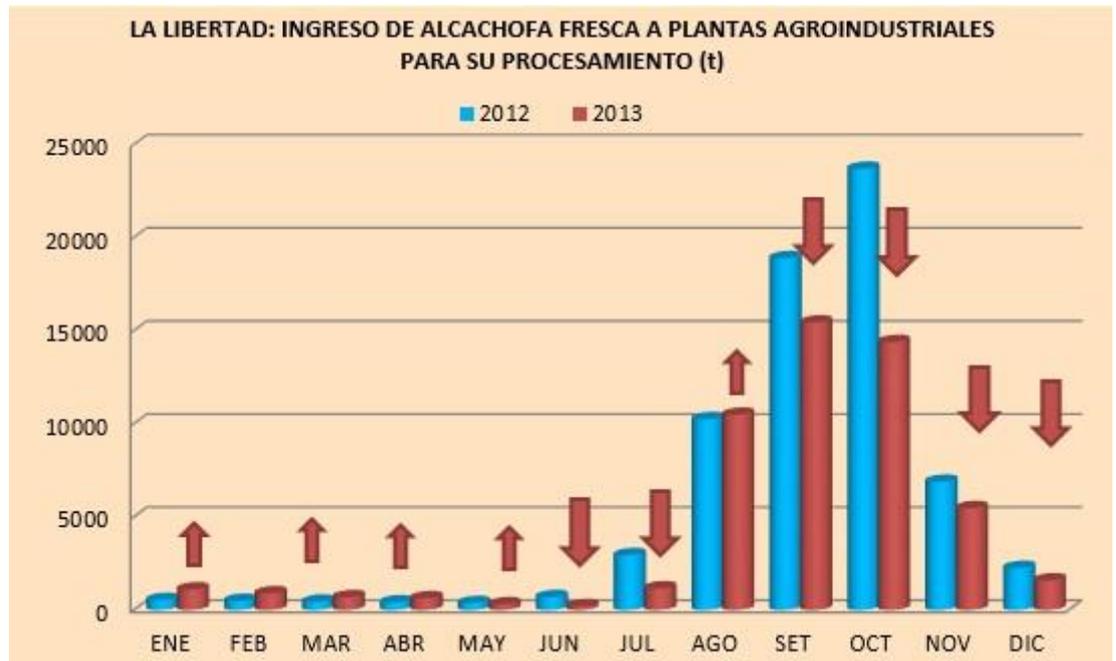
**Imagen n°26: Producción de alcachofa en conserva 2012-2013 de La Libertad (t)**

LA LIBERTAD: PRODUCCIÓN ALCACHOFA PROCESADA  
PARA CONSERVA (t) 2012-2013



Fuente: Portal Agrario La Libertad

**Imagen n°27: Ingreso de alcachofa fresca a las agroindustrias de La Libertad para su procesamiento 2012-2013 (t)**



Fuente: Portal Agrario La Libertad

**Imagen n°28: Producción de alcachofa procesada 2013-2014 de La Libertad (t)**

**LA LIBERTAD: PRODUCCIÓN ALCACHOFA PROCESADA PERIODO: ENERO - DICIEMBRE 2014/2013 (t)**

MES	ALCACHOFA FRESCA			ALCACHOFA EN CONSERVA			ALCACHOFA CONGELADO		
	2013	2014	VARIACIÓN %	2013	2014	VARIACIÓN %	2013	2014	VARIACIÓN %
ENE	0	115		198	142	-28.52%	0	7	
FEB	0	48		122	248	103%	0	6	
MAR	0	62		97	676	596%	0	31	
ABR	0	0		99	3	-97%	0	0	
MAY	0	0		48	91	90%	0	0	
JUN	0	0		96	41	-58%	0	0	
JUL	1	0		461	371	-20%	0	9	
AGO	13	0		3358	2049	-39%	0	1	
SET	9	0		4702	4809	2.3%	13	212	1535%
OCT	6	0	-100%	4384	5297	21%	237	332	40%
NOV	0	0		1717	2448	43%	197	64	-68%
DIC	0	0		571	385	-33%	110	0	-100%
<b>TOTAL PERIODO</b>	<b>29</b>	<b>225</b>	<b>672.7%</b>	<b>15854</b>	<b>16559</b>	<b>4.4%</b>	<b>558</b>	<b>662</b>	<b>18.68%</b>

Fuente: Portal Agrario La Libertad

**Imagen n°29: Producción de alcachofa en conserva 2013-2014 de La Libertad (t)**



Fuente: Portal Agrario La Libertad

**Imagen n°30: Ingreso de alcachofa fresca a las agroindustrias de La Libertad para su procesamiento 2013-2014 (t)**



Fuente: Portal Agrario La Libertad

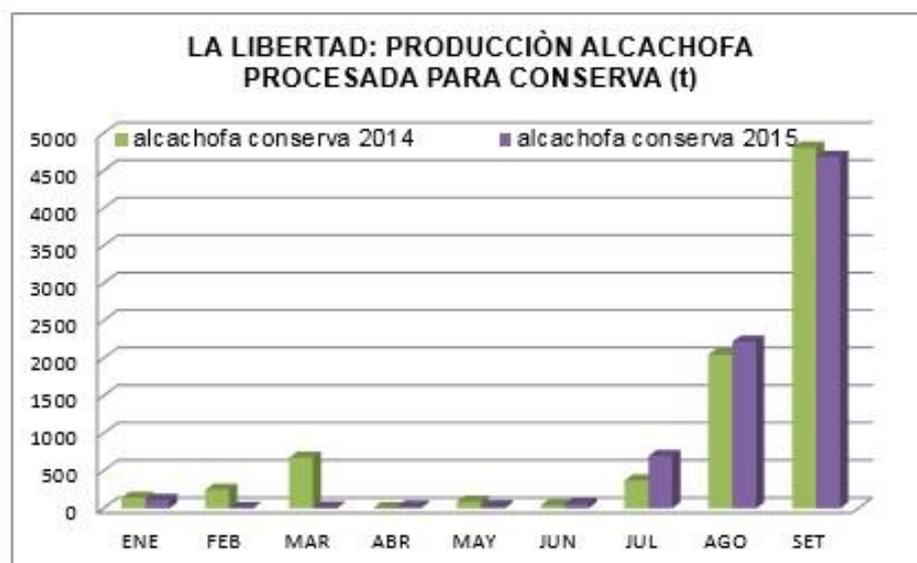
Imagen n°31: Producción de alcachofa procesada 2014-2015 de La Libertad (t)

LA LIBERTAD: PRODUCCIÓN ALCACHOFA PROCESADA  
PERIODO: ENERO - DICIEMBRE 2015/2014  
(t)

MES	ALCACHOFA FRESCA			ALCACHOFA EN CONSERVA			ALCACHOFA CONGELADO		
	2014	2015	VARIACIÓN N %	2014	2015	VARIACIÓN %	2014	2015	VARIACIÓN N %
ENE	115	0	-100.0%	142	111	-22%	7	6	-21.5%
FEB	48	0	-100%	248	8	-97%	6	0	-100%
MAR	62	0	-100%	676	13	-98%	31	4	-87%
ABR	0	0		3	26	709%	0	3	
MAY	0	0		91	27	-71%	0	0	
JUN	0	0		41	60	48%	0	0	
JUL	0	0		371	696	88%	9	0	-100%
AGO	0	0		2049	2223	8%	1	14	979%
SET	0	0		4809	4686	-2.6%	212	933	340.7%
<b>TOTAL PERIODO</b>	<b>225</b>	<b>0</b>	<b>-100.0%</b>	<b>8429</b>	<b>7849</b>	<b>-6.9%</b>	<b>266</b>	<b>960</b>	<b>260.8%</b>

Fuente: Portal Agrario La Libertad

Imagen n°32: Producción de alcachofa en conserva de La Libertad 2014-2015 (t)



Fuente: Portal Agrario La Libertad

**Imagen n°33: Ingreso de alcachofa fresca a las agroindustrias de La Libertad  
 para su procesamiento 2014-2015 (t)**



Fuente: Portal Agrario La Libertad

## 6. Principales empresas agroexportadoras de conservas de alcachofa de la Región La Libertad

Imagen n°34: Campos de alcachofa - SOCIEDAD AGRÍCOLA VIRÚ



Fuente: VIRÚ

Imagen n°35: Alcachofa - SOCIEDAD AGRÍCOLA VIRÚ

Preservados

### Línea vegetales

¡Vegetales exquisitos para una alimentación sana y nutritiva!

Elija de nuestra variedad de vegetales: alcachofa, pimiento piquillo, berenjena, zucchini, espárrago verde y espárrago blanco.



Fuente: VIRÚ

**Imagen n°36: Alcachofa - DANPER**



Fuente: DANPER

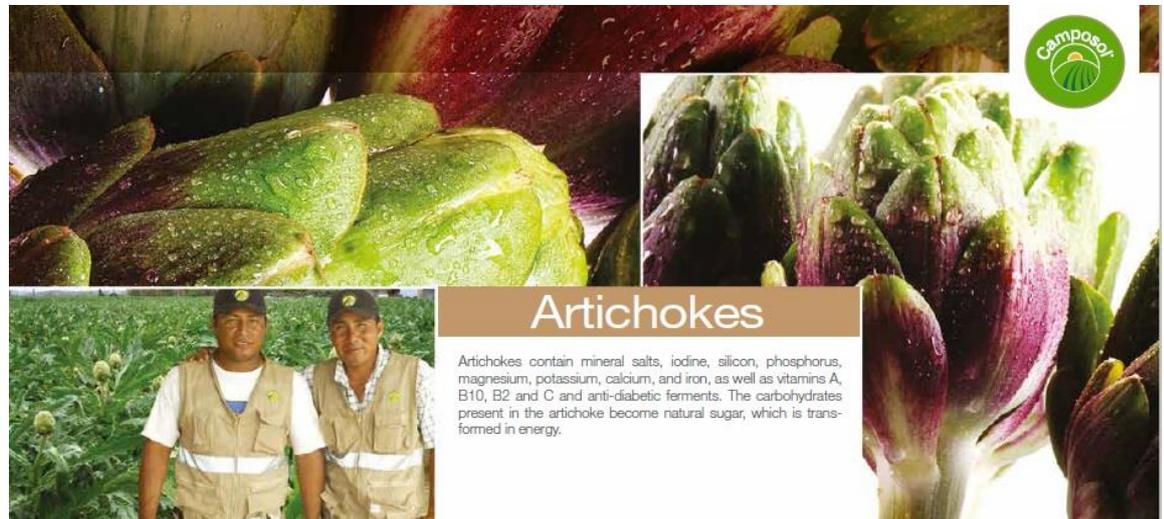
**Imagen n°37: Mercados de la alcachofa - DANPER**

Alcachofa



Fuente: DANPER

Imagen n°38: La alcachofa - CAMPOSOL



Fuente: CAMPOSOL

Imagen n°39: Productividad de la alcachofa - CAMPOSOL

Varieties		Product Availability												Presentations	
> Imperial		Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Artichokes Preserved - Canned - Jar Hearts Quarters Pieces Coarse Cuts Frozen IQF Quarters Dices Hearts	
Preserved		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
Frozen		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		

Fuente: CAMPOSOL



## ANEXO N°6: NORMAS DE ORIGEN

### CAPÍTULO TRES REGLAS DE ORIGEN

#### ARTICULO 3.1: MERCANCIAS ORIGINARIAS

1. Salvo que se disponga algo distinto en este Capítulo, una mercancía será considerada originaria de una Parte cuando sea:

- (a) totalmente obtenida o enteramente producida en el territorio de una o ambas Partes;
- (b) producida enteramente en el territorio de una o ambas Partes exclusivamente a partir de materiales originarios, de conformidad con este Capítulo; o
- (c) producida enteramente en el territorio de una o ambas Partes a partir de materiales no originarios, cumpliendo con los requisitos establecidos en el Anexo 3A.

2. Adicionalmente, la mercancía deberá cumplir todos los demás requisitos aplicables de este Capítulo.

#### ARTICULO 3.2: MERCANCIAS TOTALMENTE OBTENIDAS O ENTERAMENTE PRODUCIDAS

Para efectos del Artículo 3.1.1(a), las siguientes mercancías son totalmente obtenidas o enteramente producidas en el territorio de una o ambas Partes:

- (a) animales vivos, nacidos y criados en el territorio de Corea o Perú;
- (b) mercancías obtenidas de animales vivos nacidos y criados en el territorio de Corea o Perú;
- (c) mercancías obtenidas de la caza, caza con trampa, pesca o acuicultura en el territorio de Corea o Perú<sup>1</sup>;
- (d) mercancías de la pesca marina y demás mercancías extraídas del mar fuera del territorio de una Parte por barcos registrados o matriculados en una Parte y que enarboles su bandera;

---

<sup>1</sup> No obstante este subpárrafo, las mercancías de la pesca marina y demás mercancías extraídas del mar dentro del territorio de las Partes por barcos registrados o matriculados en un país no Parte y que enarboles su bandera, no serán consideradas totalmente obtenidas o enteramente producidas en el territorio de una o ambas Partes, de conformidad con este Artículo.

- (e) mercancías producidas a bordo de barcos fábrica, exclusivamente a partir de mercancías referidas en el subpárrafo (d), siempre que tales barcos fábrica estén registrados o matriculados en una Parte y enarboleden su bandera;
- (f) plantas y productos vegetales cultivados y cosechados, recogidos o recolectados en el territorio de Corea o Perú;
- (g) minerales y otros recursos naturales inanimados extraídos del suelo, aguas, lecho marino o subsuelo marino de Corea o Perú;
- (h) mercancías obtenidas o extraídas por una Parte o persona de una Parte del fondo marino o subsuelo marino fuera del territorio de una Parte, siempre que esa Parte tenga el derecho para explotarlo;
- (i) desechos y desperdicios derivados de:
  - (i) operaciones de manufactura llevadas a cabo en el territorio de Corea o Perú; o
  - (ii) mercancías usadas recolectadas en el territorio de Corea o Perú,
 siempre que tales desechos y desperdicios sirvan sólo para la recuperación de materias primas; y
- (j) mercancías producidas exclusivamente a partir de las mercancías señaladas en los subpárrafos (a) a (i).

#### ARTÍCULO 3.3: VALOR DE CONTENIDO REGIONAL (VCR)

1. El valor de contenido regional de una mercancía será calculado sobre la base de uno de los siguientes métodos:

- (a) Método Basado en el Valor de los Materiales No Originarios (Método de Reducción de Valor)

$$VCR = \frac{FOB - VNM}{FOB} \times 100$$

- (b) Método Basado en el Valor de los Materiales Originarios (Método de Aumento de Valor)

$$VCR = \frac{VMO}{FOB} \times 100$$

donde,

VCR es el valor de contenido regional, expresado como porcentaje;

FOB es el valor libre a bordo de la mercancía;

VMN es el valor de los materiales no originarios; y

VMO es el valor de los materiales originarios.

2. El valor de los materiales no originarios será:
  - (a) en el caso de un material importado directamente por el productor de la mercancía, el valor CIF al momento de la importación del material;
  - (b) en el caso de un material adquirido por el productor en el territorio donde la mercancía es producida, el valor de transacción, sin considerar los costos de flete, seguro, empaque y otros costos incurridos en el transporte del material desde el almacén del proveedor al lugar donde está ubicado el productor; o
  - (c) en el caso de un material autoproducido o cuando la relación entre el productor de la mercancía y el vendedor del material influye en el precio realmente pagado o por pagar del material, la suma de todos los costos incurridos en la producción del material, incluyendo los gastos generales. Adicionalmente, será posible incluir un monto por utilidades equivalente a las utilidades generadas en el curso normal del comercio.
3. Los valores referidos en este Artículo serán determinados de conformidad con el Acuerdo de Valoración Aduanera.

#### ARTICULO 3.4: MATERIALES INTERMEDIOS

1. Cuando una mercancía originaria es utilizada en la subsecuente producción de otra mercancía, no serán tomados en cuenta los materiales no originarios contenidos en la mercancía originaria para propósitos de determinar el carácter originario de la mercancía producida subsecuentemente.
2. Cuando una mercancía no originaria es utilizada en la subsecuente producción de otra mercancía:
  - (a) para propósitos de calcular el valor de los materiales no originarios de la mercancía producida subsecuentemente, serán tomados en cuenta a los materiales no originarios contenidos en la mercancía no originaria; y
  - (b) para propósitos de calcular el valor de los materiales originarios de la mercancía producida subsecuentemente, serán tomados en cuenta a los materiales originarios contenidos en la mercancía no originaria.

#### ARTICULO 3.5: OPERACIONES INSUFICIENTES

1. Las siguientes operaciones serán consideradas como operaciones insuficientes para conferir el carácter de mercancías originarias, se cumpla o no con los requisitos establecidos en este Capítulo:

- (a) operaciones para asegurar la conservación de las mercancías en buenas condiciones durante su transporte y almacenamiento;
- (b) cambios de empaque o fraccionamiento o armado de paquetes;
- (c) lavado; limpieza; remoción de polvo, óxido, aceite, pintura u otros revestimientos;
- (d) planchado o prensado de textiles;
- (e) operaciones de pintura y pulido simple;
- (f) desgranado, blanqueo parcial o total, pulido y glaseado de cereales y arroz;
- (g) envasado simple en botellas, latas, frascos, bolsas, estuches, cajas, colocación sobre tarjetas o tableros y otras operaciones de envasado simples;
- (h) mezcla simple de productos, sean o no de diferentes clases;
- (i) simple ensamble de partes de artículos para constituir un artículo completo o el desensamble de productos en piezas;
- (j) sacrificio de animales; o
- (k) cualquier combinación de dos o más operaciones señaladas en los subpárrafos (a) a (j).

2. Todas las operaciones llevadas a cabo en una Parte sobre una mercancía se tendrán en cuenta conjuntamente para determinar si las operaciones llevadas a cabo sobre dicha mercancía deben considerarse insuficientes de conformidad con el párrafo 1.

3. Para efectos de este Artículo:

- (a) **simple** significa actividades que no requieren de habilidades especiales ni máquinas, aparatos o equipo especialmente fabricados o instalados para llevarlas a cabo;
- (b) **mezcla simple** significa actividades que no requieren de habilidades especiales ni de máquinas, aparatos o equipo especialmente fabricados o instalados para llevarlas a cabo, pero no incluye las reacciones químicas; y
- (c) **reacción química** significa un proceso (incluyendo procesos bioquímicos) que resulta en una molécula con una nueva estructura mediante la ruptura de enlaces intramoleculares y la formación de nuevos enlaces intramoleculares, o por alteración de la disposición espacial de los átomos en una molécula.

#### ARTICULO 3.6: ACUMULACION

1. Las mercancías o materiales originarios del territorio de una Parte, incorporados en una mercancía en el territorio de la otra Parte, se considerarán originarios en el territorio de la otra Parte.
2. La producción llevada a cabo por un productor en el territorio de una Parte podrá ser acumulada con la producción de uno o más productores en el territorio de esa Parte, o de la otra Parte, de tal forma que la producción de los materiales incorporados en la mercancía sea considerada como llevada a cabo por ese productor, siempre que la mercancía cumpla con los requisitos establecidos en el Artículo 3.1 y con todos los demás requisitos aplicables de este Capítulo.

#### ARTICULO 3.7: DE MINIMIS

1. Una mercancía que no cumple con el cambio de clasificación arancelaria de conformidad con el Anexo 3A, no obstante será considerada originaria si el valor de todos los materiales no originarios utilizados en su producción, que no cumplen con el requisito de cambio de clasificación arancelaria, no excede el 10 por ciento del valor de la mercancía, determinado de conformidad con el Artículo 3.3, siempre que:
  - (a) el valor de dichos materiales no originarios sea considerado para el cálculo del valor de los materiales no originarios cuando aplique un requisito de valor de contenido regional; y
  - (b) la mercancía cumpla con todos los demás requisitos aplicables de este Capítulo.
2. El párrafo 1 no aplicará a mercancías clasificadas en los Capítulos 1 al 14 y Capítulos 50 al 63 del SA. Una mercancía clasificada en los Capítulos 50 al 63 del SA, producida en el territorio de una Parte, será considerada originaria si el peso total de todas las fibras o hilados no originarios, utilizados en la producción del componente que determina la clasificación arancelaria de la mercancía, que no cumplen con el requisito de cambio de clasificación arancelaria, no excede el 10 por ciento del peso de la mercancía.

#### ARTICULO 3.8: MERCANCIAS O MATERIALES FUNGIBLES

1. Para determinar si una mercancía o material es originario para propósitos de otorgar el trato arancelario preferencial, cualquier mercancía o material fungible será distinguido:
  - (a) por separación física de cada mercancía o material fungible; o
  - (b) utilizando algún método de manejo de inventario, tal como últimas entradas-primeras salidas (UEPS) o primeras entradas-primeras salidas (PEPS),

reconocido en los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados de la Parte en donde la producción se lleva a cabo o aceptado de otra forma por la Parte en donde la producción se lleva a cabo.

2. El método de manejo de inventario seleccionado de conformidad con el párrafo 1, para una mercancía o material fungible en particular, continuará siendo utilizado para esa mercancía o material durante el año fiscal de la persona que seleccionó el método de manejo de inventario.

#### ARTICULO 3.9: JUEGOS O SURTIDOS

Un juego o surtido, según lo definido en la Regla General 3 del SA, será considerado originario cuando todos los componentes del juego o surtido sean originarios. No obstante ello, cuando un juego o surtido esté compuesto por mercancías originarias y no originarias, el juego o surtido como un todo será considerado originario, siempre que el valor de las mercancías no originarias no exceda el 15 por ciento del valor total del juego o surtido, determinado de conformidad con el Artículo 3.3.

#### ARTICULO 3.10: ACCESORIOS, REPUESTOS Y HERRAMIENTAS

El origen de los accesorios, repuestos o herramientas presentados con la mercancía al momento de la importación:

- (a) no será tomado en cuenta si la mercancía está sujeta a un requisito de cambio de clasificación arancelaria; y
- (b) será tomado en cuenta como materiales originarios o no originarios, según sea el caso, al calcular el valor de contenido regional de la mercancía, si la mercancía está sujeta a un requisito de valor de contenido regional,

siempre que:

- (a) los accesorios, repuestos o herramientas no sean facturados por separado de la mercancía, sin considerar si los mismos aparecen especificados o identificados por separado en la factura; y
- (b) las cantidades y el valor de los accesorios, repuestos o herramientas sean los habituales para la mercancía.

#### ARTICULO 3.11: ENVASES Y MATERIALES DE EMPAQUE PARA LA VENTA AL POR MENOR

1. Cuando los envases y materiales de empaque estén clasificados con la mercancía, el origen de los envases y materiales de empaque en los que se presente la mercancía para la venta al por menor no se tomarán en cuenta para determinar el origen de la mercancía, siempre que:

- (a) la mercancía sea totalmente obtenida o enteramente producida en el territorio de una o ambas Partes, de conformidad con el Artículo 3.1.1(a);
- (b) la mercancía sea producida exclusivamente a partir de materiales originarios, de conformidad con el Artículo 3.1.1(b); o
- (c) la mercancía esté sujeta a un requisito de cambio de clasificación arancelaria, establecido en el Anexo 3A.

2. Cuando una mercancía esté sujeta a un requisito de valor de contenido regional, el valor de los envases y materiales de empaque utilizados para la venta al por menor será tomado en cuenta para determinar el origen de la mercancía.

#### ARTICULO 3.12: MATERIALES DE EMBALAJE Y CONTENEDORES PARA EMBARQUE

Los materiales de embalaje y contenedores utilizados para proteger la mercancía durante su transporte no serán tomados en cuenta para determinar el origen de la mercancía.

#### ARTICULO 3.13: MATERIALES INDIRECTOS

1. Para efectos de determinar si una mercancía es originaria, el origen de los materiales indirectos definidos en el párrafo 2 no serán tomados en cuenta.

2. **Materiales indirectos** significa artículos utilizados en la producción de una mercancía que no están físicamente incorporados en la mercancía ni forman parte de ella, incluyendo:

- (a) combustible, energía, catalizadores y solventes;
- (b) equipo, aparatos y aditamentos utilizados para el control o inspección de las mercancías;
- (c) guantes, anteojos, calzado, prendas de vestir, equipo de seguridad y suministros;
- (d) herramientas, troqueles y moldes;
- (e) repuestos y materiales utilizados en el mantenimiento de equipo y edificios;
- (f) lubricantes, grasas, materiales de mezcla y otros materiales utilizados en la producción o para operar equipos o edificios; y
- (g) cualquier otra mercancía que no esté incorporada a la mercancía, pero cuyo uso en la producción de la mercancía pueda demostrarse adecuadamente que forma parte de esa producción.

#### ARTICULO 3.14: TRANSPORTE DIRECTO

1. Para que las mercancías originarias mantengan su condición de originarias, las mercancías serán transportadas directamente entre las Partes.

2. No obstante el párrafo 1, las siguientes serán consideradas transportadas directamente de la Parte exportadora a la Parte importadora:

- (a) mercancías transportadas sin pasar por el territorio de un país no Parte; y
- (b) mercancías cuyo transporte involucra tránsito a través de uno o más países no Parte, con o sin transbordo o almacenamiento temporal en esos países no Parte, bajo control aduanero, siempre que las mercancías no:
  - (i) entren al comercio o se comercialicen allí; y
  - (ii) sufran ninguna operación allí, distinta a la descarga, recarga, reembalaje o cualquier otra operación requerida para mantener las mercancías en buenas condiciones.

3. El cumplimiento de las disposiciones establecidas en los párrafos 1 y 2 se demostrará presentando a la autoridad aduanera de la Parte importadora la siguiente documentación:

- (a) en el caso de tránsito o transbordo, los documentos de transporte, tales como el conocimiento de embarque, la guía aérea o el documento de transporte multimodal o combinado, que certifique el transporte desde el país de origen hasta el país de importación, según sea el caso; y
- (b) en el caso de almacenamiento, los documentos de transporte, tales como el conocimiento de embarque, la guía aérea o el documento de transporte multimodal o combinado, que certifique el transporte desde el país de origen hasta el país de importación, según sea el caso, así como los documentos emitidos por la autoridad aduanera u otra autoridad competente que autorice la operación de almacenamiento, de conformidad con la legislación nacional del país no Parte.

#### ARTICULO 3.15: PRINCIPIO DE TERRITORIALIDAD

1. Las condiciones para adquirir el carácter de originario establecidas en los Artículos 3.1 a 3.14 deberán ser cumplidas sin interrupción en el territorio de una o ambas Partes.

2. No obstante el párrafo 1, una mercancía originaria exportada desde una Parte a un país no Parte, deberá ser considerada no originaria a su retorno, a menos que pueda demostrarse a satisfacción de la autoridad aduanera, de conformidad con las leyes y reglamentos de la Parte importadora en cuestión, que la mercancía que retorna:

- (a) es la misma que la que se exportó; y

(b) no sufrió ninguna operación más allá de las necesarias para preservarla en buenas condiciones mientras fue exportada.

3. No obstante los párrafos 1 y 2, las mercancías listadas en el Anexo 3B serán consideradas originarias, de conformidad con el Anexo 3B, aún cuando tales mercancías hayan sufrido operaciones y procesos fuera de los territorios de las Partes.

#### ARTÍCULO 3.16: DEFINICIONES

Para propósitos de este Capítulo:

**acuicultura** significa el cultivo de organismos acuáticos, incluyendo peces, moluscos, crustáceos, otros invertebrados acuáticos y plantas acuáticas, a partir de reserva para crianza tales como huevos, peces inmaduros, alevines y larvas, por intervención en los procesos de crianza o crecimiento para aumentar la producción, tales como el aprovisionamiento regular, alimentación o protección de depredadores, entre otros;

**autoridad competente** significa:

(a) en el caso de Corea, el *Ministerio de Estrategia y Finanzas* o su sucesor; y

(b) en el caso de Perú, el *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo* o su sucesor;

**CIF** significa el valor de la mercancía en el país de origen, incluyendo los costos de seguro y flete hasta el puerto o lugar de entrada en el país de importación;

**exportador** significa una persona localizada en el territorio de una Parte desde donde la mercancía es exportada por esa persona;

**FOB** significa el valor de la mercancía libre a bordo, incluyendo el costo de transporte hacia el puerto o lugar de envío definitivo, sin considerar el modo de transporte;

**importador** significa una persona localizada en el territorio de la Parte donde la mercancía es importada por esa persona;

**material** significa una mercancía utilizada en la producción de otra mercancía, incluyendo cualquier componente, ingrediente, materia prima, partes o piezas;

**material originario** significa un material que califica como originario de conformidad con el Artículo 3.1;

**mercancía** significa cualquier mercadería, producto, artículo o material;

**mercancías no originarias o materiales no originarios** significa una mercancía o material que no califica como originario de conformidad con este Capítulo;

**mercancías y materiales fungibles** significa mercancías o materiales que son intercambiables para propósitos comerciales y cuyas propiedades son esencialmente idénticas;

**principios de contabilidad generalmente aceptados** significa el reconocido consenso o apoyo sustancial dado en el territorio de una Parte, con respecto al registro de ingresos, gastos, costos, activos y pasivos, la divulgación de información y la elaboración de estados financieros. Los principios de contabilidad generalmente aceptados pueden abarcar guías amplias de aplicación general, así como normas detalladas, prácticas y procedimientos;

**producción** significa el cultivo, crianza, extracción, recojo, recolección, explotación de minas, cosecha, pesca, caza, caza con trampa, manufactura, procesamiento o ensamblaje de una mercancía; y

**productor** significa una persona que lleva a cabo la producción de una mercancía en el territorio de una Parte.