

Universidad de Lima

Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas

Carrera de Negocios Internacionales



**FACTORES DETERMINANTES PARA EL
DESARROLLO DEL LIMÓN TAHITÍ
PERUANO (*Citrus latifolia*) A NIVEL
INTERNACIONAL**

Tesis para optar el título profesional de licenciado en Negocios Internacionales

Stephanie Paula Hawkins Granda

Código 20140609

Grace Alessandra Reyes Espinoza

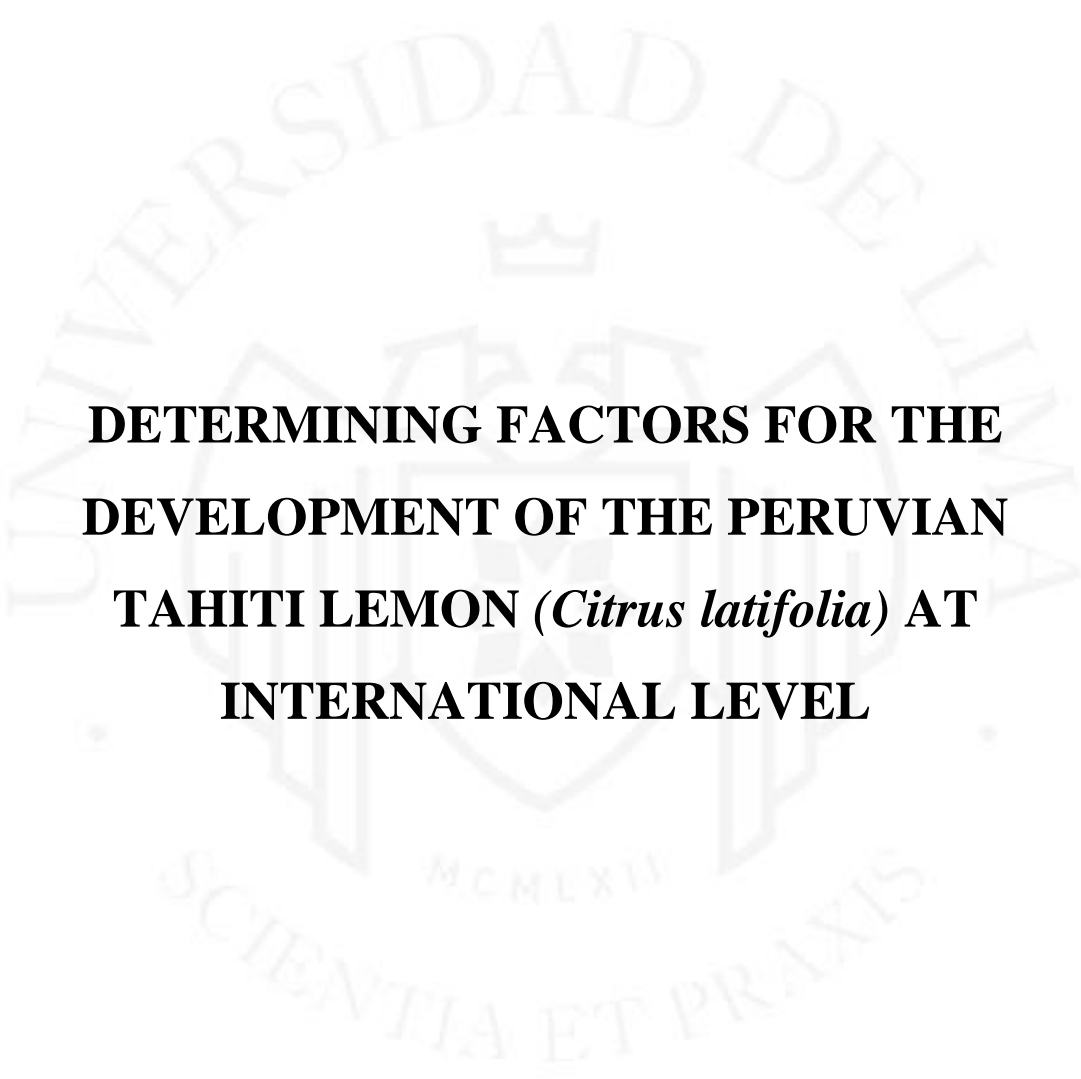
Código 20141134

Asesor

William Alberto Arteaga Donayre

Lima – Perú

Octubre del 2022

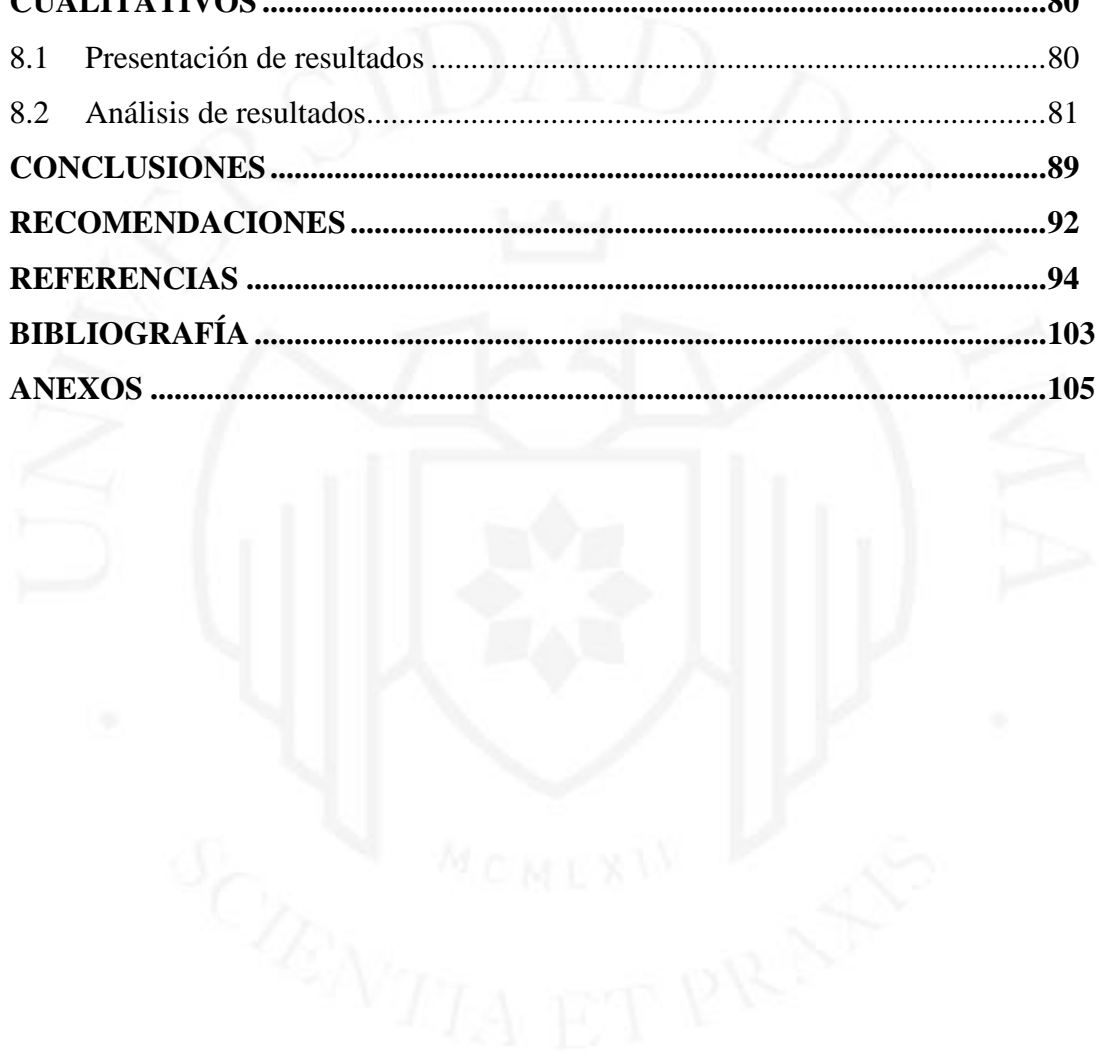


**DETERMINING FACTORS FOR THE
DEVELOPMENT OF THE PERUVIAN
TAHITI LEMON (*Citrus latifolia*) AT
INTERNATIONAL LEVEL**

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: ANTECEDENTES	3
CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
2.1 Situación problemática.....	8
2.1.1 Descripción de limón Tahití	8
2.1.2 Demanda	9
2.1.3 Oferta	11
2.1.4 Viabilidad de producción.....	13
2.1.5 Restricciones arancelarias y paraarancelarias.....	14
2.1.6 Competitividad del producto	16
2.1.7 Inteligencia de Mercados	17
2.2 Formulación del Problema	18
CAPÍTULO III: JUSTIFICACIÓN	19
3.1 Importancia de la Investigación	19
3.1.1 Justificación Teórica.....	20
3.1.2 Justificación Práctica	21
3.1.3 Justificación Metodológica.....	22
3.2 Viabilidad de la Investigación.....	22
3.3 Limitaciones de la Investigación.....	23
CAPÍTULO IV: OBJETIVOS	24
4.1 Objetivo general	24
4.2 Objetivos específicos	24
CAPÍTULO V: HIPÓTESIS	25
5.1 Hipótesis general.....	25
5.2 Hipótesis específicas	25
CAPÍTULO VI: FUNDAMENTOS TEÓRICOS	27
6.1 Marco Teórico.....	27
6.2 Marco conceptual.....	34

CAPÍTULO VII: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	76
7.1 Tipo de investigación	76
7.2 Método de investigación	77
7.3 Modalidad de investigación	78
7.4 Tamaño de muestra de la investigación	78
7.5 Lugar y periodo de investigación.....	79
CAPÍTULO VIII: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	
CUALITATIVOS	80
8.1 Presentación de resultados	80
8.2 Análisis de resultados.....	81
CONCLUSIONES	89
RECOMENDACIONES	92
REFERENCIAS	94
BIBLIOGRAFÍA	103
ANEXOS	105



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1 Arancel de Aduanas – Limón Tahiti.....	9
Tabla 2.2 Principales Importadores mundiales del Limón Tahití 2015- 2019 en dólares y KG.....	10
Tabla 2.3 Principales destinos de las exportaciones del Limón Tahití peruano al 2017- 2019 en dólares por KG.....	11
Tabla 2.4 Exportaciones del Top10 de países ofertantes de limón (PA: 08055), expresados en Toneladas	12
Tabla 2.5 Precio por tonelada del Top10 de países exportadores de limón (PA: 08055), expresados en dólares norteamericanos.....	13
Tabla 2.6 Precio por kilogramo de los principales países exportadores de la variedad del limón Tahití (PA: 08055), expresados en dólares norteamericanos.....	13
Tabla 2.7 Rankin de frutas exportadas por el Perú en el 2020, expresados en Valor FOB	16
Tabla 2.8 Ranking de frutas exportadas por el Perú en el 2020, expresados en Volumen (TN)	16
Tabla 2.9 Cuadro de comparación de rentabilidad entre las principales frutas de exportación en el 2020 y el Limón Tahití.....	17
Tabla 3.1 Exportación FOB, según sector económico: noviembre 2018	19
Tabla 6.1 Ejemplo práctico de la teoría de la ventaja competitiva.....	29
Tabla 6.2 Comparación precio por KG de exportación del limón Tahití entre Brasil y Perú	37
Tabla 6.3 Comparación precio por KG de exportación del limón Tahití entre México y Perú	41
Tabla 6.4 Principales empresas mexicanas exportadoras de limón Tahití	41
Tabla 6.5 Comparación precio por KG de exportación del limón Tahití entre Argentina y Perú.....	44
Tabla 6.6 Principales empresas argentinas exportadoras de limón Tahití.....	44
Tabla 6.7 Definiciones de Oferta.....	45
Tabla 6.8 Definición de barreras arancelarias y pararancelarias	48
Tabla 6.9 Inteligencia de mercados	49

Tabla 6.10 Principales proveedores de Estados Unidos del Limón Tahití al 2019 en dólares.....	54
Tabla 6.11 Principales proveedores de Países Bajos del Limón Tahití al 2019 en dólares	54
Tabla 6.12 Principales proveedores de Francia del Limón Tahití al 2019 en dólares	54
Tabla 6.13 Principales destinos de las exportaciones del Limón Tahití peruano al 2017-2019 en kilogramos.....	55
Tabla 6.14 Principales destinos de las exportaciones del Limón Tahití peruano 2017-2019 en dólares y kilogramos.	55
Tabla 6.15 Principales proveedores de Chile del Limón Tahití al 2019 en dólares	56
Tabla 6.16 Principales proveedores de Panamá del Limón Tahití al 2019 en dólares ...	57
Tabla 6.17 Comparación de precios entre importadores del mundo y de Perú al 2019 en dólares.....	57
Tabla 6.18 Definiciones de Demanda.....	59
Tabla 6.19 Conceptos incluidos en costo FOB.....	65
Tabla 6.20 Definiciones de Viabilidad de Producción	66
Tabla 6.21 Principales países importadores de frutas 2019.....	66
Tabla 6.22 Principales frutas importadas por Estados Unidos 2019	67
Tabla 6.23 Principales frutas importadas por China 2019.....	67
Tabla 6.24 Principales frutas importadas por Alemania 2019.....	67
Tabla 6.25 Principales frutas importadas por Países Bajos 2019	68
Tabla 6.26 Definiciones de Competitividad	68
Tabla 6.27 Matriz de Consistencia	70
Tabla 6.28 Matriz de operacionalización de variables	72
Tabla 8.1 Especialistas entrevistados.....	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1 Principales empresas exportadoras peruanas del Limón Tahití 2015-2019 en porcentaje.....	14
Figura 6.1 Crecimiento de las exportaciones brasileñas del limón Tahití, expresado en toneladas	35
Figura 6.2 Distribución de principales mercados del limón persa brasileño (PA:0805502200).....	36
Figura 6.3 Exportaciones del limón persa entre Brasil y Perú, expresados en Kg (PA:0805502200).....	37
Figura 6.4 Distribución de principales mercados del limón persa mexicano (PA:0805502200).....	39
Figura 6.5 Crecimiento de las exportaciones mexicanas del limón Tahití, expresados en Kg.....	39
Figura 6.6 Exportaciones del limón persa entre México y Perú, expresados en Kg. (PA:0805502200).....	40
Figura 6.7 Crecimiento de las exportaciones argentinas del limón Tahití, expresados en Kg.....	42
Figura 6.8 Exportaciones del limón persa entre Argentina y Perú, expresados en Kg...42	
Figura 6.9 Distribución de principales mercados del limón persa argentino (PA:0805502200).....	43
Figura 6.10 Sistema de Producción de Empresas Agroexportadoras	61
Figura 6.11 Proceso Completo del Campo al Embarque.....	62
Figura 6.12 Evolución del precio promedio a través de los años (Soles x KG)	64

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Entrevistas.....	106
Anexo 2: Presentación usada para el desarrollo de entrevistas	169



RESUMEN

El presente trabajo es una investigación preliminar de carácter exploratoria y tiene como finalidad conocer la razón por la cual el Limón Tahití peruano (*Citrus latifolia*) presenta un desarrollo menor con respecto a otro tipo de frutas exportadas también por el Perú. Para encontrar dicho motivo esta investigación pretende entonces validar la relación de seis variables y el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional.

Las variables propuestas son: oferta, demanda, viabilidad de producción, barreras arancelarias y paraarancelarias, competitividad del producto e inteligencia de mercado.

La investigación presentada es de carácter exploratorio cualitativa, por lo que se aplicaron entrevistas en profundidad a los expertos para conseguir la data. Luego del análisis a las respuestas de los expertos entrevistados, se concluyó que cuatro de los seis factores de internacionalización son determinantes para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional. Los factores determinantes son: demanda internacional, oferta internacional, viabilidad de producción e inteligencia de mercados.

El Perú actualmente, viene aprovechando de manera satisfactoria dos de los cuatro factores determinantes, siendo estos: demanda y oferta Internacionales, sin embargo, los factores de viabilidad de producción e inteligencia de mercados tienen aún un precario desarrollo. Por el lado de viabilidad de producción, si bien lo concerniente al tema productivo está desarrollado, sin embargo, el desarrollo es escaso en los eslabones de procesamiento y logística internacional, mientras que por el lado del factor de inteligencia de mercados el desarrollo es escaso debido a que las empresas privadas e instituciones públicas no desarrollan ni promueven eficientemente una realización de Inteligencia de Mercado previa a la exportación de frutos frescos.

Línea de investigación: 5206 – 3. B3

Palabras claves: oferta, demanda, viabilidad de producción, competitividad, inteligencia de mercados, barreras arancelarias y paraarancelarias, limón Tahití *Citrus latifolia*, factor determinante y desarrollo.

ABSTRACT

The present thesis is a preliminary investigation of exploratory nature, and its purpose is to know the reason why the Peruvian Tahiti lemon (*Citrus latifolia*) presents a lower development with respect to other types of fruits also exported by Peru. To find this reason, this research then aims to validate the relationship of six variables and the development of the Peruvian Lemon Tahiti at an international level.

The proposed variables are supply, demand, viability of production, tariff and non-tariff barriers, product competitiveness and market intelligence.

The research presented is of a qualitative exploratory nature, so in-depth interviews were applied to the experts to obtain the data. After analyzing the responses of the interviewed experts, it was concluded that four of the six internationalization factors are determining factors for the development of the Tahiti lemon at international level. The determining factors are international demand, international supply, production viability and market intelligence.

Currently, Peru has effectively developed two of the four determining factors, these being: international demand and international supply, however, the factors of production viability and market intelligence still have a precarious development. On the production viability side, although the hardest part is developed, development is still scarce in the international processing and logistics links, while on the market intelligence factor, development is scarce since Private companies and public institutions do not efficiently develop or promote a Market Intelligence performance prior to the export of fresh fruits.

Line of research: 5206 – 3. B3

Keywords: supply, demand, production viability, competitiveness, market intelligence, tariff and non-tariff barriers, Tahití lemon *Citrus latifolia*, determining factor and development.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo del limón Tahití (*Citrus latifolia*) a nivel internacional es relativamente bajo en comparación del desarrollo de otras frutas exportadas por el Perú como las uvas, la palta, los arándanos, los espárragos entre otras.

El Perú es un país en el cual su economía depende en gran medida de las exportaciones mineras y agrícolas. Las exportaciones mineras están compuestas en su mayoría por productos commodities, lo cual la hace inestable en términos de ingresos, debido a la volatilidad de los precios. Por otro lado, el sector agroexportador peruano a la fecha está compuesto por; uvas frescas, arándanos frescos, paltas frescas y en cuarto lugar granos de café verde; y en gran parte por ciertos productos agrícolas que en el mercado se conocen como complementarios, que se adquieren en gran volumen y con precios relativamente más altos que la competencia, los cuales son las frutas mencionadas líneas arriba.

Sin embargo, la venta internacional agrícola depende la mayor parte de tiempo de ventanas de embarque específicas, por lo cual tener poca diversidad de oferta agrícola al exterior, puede genera una inestabilidad de ingresos por temporadas.

El Perú, tiene potencialidad de tierra para la siembra del limón Tahití, pudiéndose este sembrar en la región costa y selva.

Teniendo dicho recurso abundante y existiendo la característica de inestabilidad de ingreso agrícolas por temporadas debido a una escasa oferta de frutos por parte del Perú, es que se considera importante tener un conocimiento del desarrollo internacional del fruto, de esta manera diversificar más la oferta agrícola exportable del Perú.

Para poder generar dicho conocimiento, se analizará la determinación de seis factores de internacionalización, siendo esto: oferta internacional, demanda internacional, viabilidad de producción, competitividad de producto, barreras arancelarias y pararancelarias e inteligencia de mercado.

La presente investigación es de carácter preliminar exploratorio cualitativo, por lo que se aplicarán entrevistas en profundidad a expertos. La obtención de resultados por lo tanto se obtendrá a partir de dichas entrevistas a expertos en el tema agrícola,

quienes determinaran si el factor de internacionalización es determinante o no para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional.

La tesis está compuesta por ocho capítulos: antecedentes, planteamiento del problema, justificación, objetivos, hipótesis, fundamentos teóricos, metodología de la investigación y presentación y análisis de resultados.



CAPÍTULO I: ANTECEDENTES

El siguiente capítulo plantea desarrollar antecedentes nacionales e internacionales del objeto de estudio, los cuales se presenten relevantes en el desarrollo de la investigación.

Insúa (2015), identifica las características que asume cada proceso de transformación de los territorios rurales en los países de la región, y desde una perspectiva normativa, sugerir cómo deberían ser diseñadas e implementadas las políticas para la superación de la pobreza rural, la seguridad y soberanía alimentarias, así como un crecimiento económico respetuoso de los procesos ecológicos naturales en este nuevo contexto. La variable concordante encontrada es Viabilidad de producción. Su metodología es explicativa. La conclusión del artículo que centró su atención en los procesos de acaparamiento de tierras y control de territorios rurales que están teniendo lugar en América Latina, en un contexto global marcado por las crisis. Es que ambos procesos, a pesar de sus diferencias, lo preocupante es el avance de la desestructuración de las economías campesinas y de las sociedades étnicas minoritarias. No obstante, estos procesos no son homogéneos en todos los territorios latinoamericanos

El antecedente anterior, permite conocer de una manera más macro, la realidad del campesinado en América Latina. Conocer dicha realidad es importante para la presente investigación, ya que la viabilidad de producción agraria está estrechamente relacionado a las políticas del campesinado y a sus procesos.

Galarza y Díaz (2015), propone la estimación de la productividad agrícola usando datos microeconómicos para el Perú. Las variables concordantes encontradas son viabilidad de producción, competitividad, oferta y demanda. El método consiste en la estimación de una función de producción agraria, que permite recuperar la productividad como un residuo, que constituye una aplicación directa de desarrollos metodológicos recientes en la estimación de funciones de producción con datos de panel, pero aplicado en el presente caso a datos de sección cruzada. El estudio encontró que no hay sustento para la hipótesis de la existencia de retornos crecientes a escala; que la productividad está positivamente correlacionada con la edad, el sexo, y la educación; y negativamente relacionada con el tamaño de la unidad agropecuaria y el poder de mercado.

El antecedente anterior, muestra una relación importante entre la productividad y el tamaño de la unidad agraria y el poder del mercado, factores presentes también en la tesis. Por otro lado, permite conocer una teoría nueva relacionado a la productividad del campo y entender otro tipo de factores, más relacionados a lo social que se encuentran involucrados en la producción agrícola.

Arteaga Donayre (2016), analizó los indicadores del poco desarrollo de la agricultura peruana. Las variables concordantes encontradas en esta investigación fueron Oferta, Demanda, Viabilidad de Producción, Investigación de Mercado y Competitividad. La metodología empleada fue la descriptiva. Como resultado se obtuvo los indicadores eran el bajo nivel de competitividad, la débil relación con las tendencias internacionales, el contexto de la pobreza y el frágil encadenamiento de la agricultura con el sector de servicios y el industrial.

Este antecedente ayuda a centrar algunas de las variables que juegan un rol dentro del análisis del desarrollo internacional de los productos de agroexportación peruanos. Es mediante este antecedente que se pudo ubicar algunas de las variables sujeto de estudio.

Monterrey (2017), analiza de las políticas diferenciadas para la agricultura familiar en 3 países correspondientes a las 3 principales regiones continentales de América Latina, desde Costa Rica por la región central, Perú en la región andina y Brasil en la región sur. La variable concordante encontrada es Viabilidad de producción. La metodología aplicada consiste en el estudio de todos los aspectos que conforman las políticas de agricultura familiar, desde las definiciones, tipologías y algunos datos básicos de agricultura familiar, pasando por la institucionalidad y las políticas, hasta el apoyo presupuestario a los programas específicos de agricultura familiar en los países. De los resultados del análisis se deduce la diversidad de enfoques que se aplican en cada país a la agricultura familiar, que van desde las compras públicas junto con la seguridad y soberanía alimentaria en Costa Rica, hasta las inversiones destinadas a los pequeños agricultores de Perú, o el tradicional apoyo del programa de agricultura familiar en Brasil.

La investigación es importante ya que brinda una perspectiva amplia de la situación del campesinado en el Perú, de esta manera conociendo más a profundidad el proceso del campo. Es importante no solo conocer la tecnicidad de cosecha y

relacionarla con la viabilidad para producir, sino también conocer el lado socio económico, que finalmente es un pilar importante de la viabilidad de producción de cualquier fruto.

Zegarra (2019), analizó la capacidad de supervivencia de productos y empresas agroexportadoras en un contexto de auge agroexportador. Las variables concordantes halladas fueron demanda, oferta y competitividad. Su metodología fue experimental. Se concluyó que el esfuerzo exportador es más sostenible a medida que aumenta la escala de exportación del producto y la cantidad de mercados a la que se destina. Igualmente, existe mayor sobrevivencia de productos de mayor precio (probablemente mayor rentabilidad).

El anterior antecedente es importante porque permite entender lo relevante de la variable competitividad y la medición que se debe considerar para su análisis en la tesis.

Salas-Canale (2020), analiza cómo las agroexportaciones no tradicionales han contribuido en el desarrollo económico peruano. Las variables concordantes encontradas son Oferta, Demanda y Viabilidad de producción. Su metodología es deductiva. La conclusión del estudio es que, a nivel mundial, las exportaciones de productos no tradicionales han tenido un impacto favorable en la balanza comercial de muchos países. En el caso peruano, los principales productos no tradicionales son de tipo agroindustrial.

El antecedente anterior, permite establecer una relación de concordancia con la justificación del trabajo de investigación. Brinda un conocimiento de la importancia de la agroexportación para el Perú, lo que permite además desarrollar parte de la problemática actual.

Agüero et al. (2020), analizan detalladamente y de manera cuantitativa las políticas públicas aplicadas al sector agropecuario en Perú. Las variables concordantes encontradas son Viabilidad de producción, Oferta, Demanda y Competitividad. Su metodología es deductiva y busca medir cuantitativamente los apoyos al sector agropecuario. La conclusión del estudio es que, el sector agrario es de gran importancia para la economía peruana en general, y para varias regiones del país (Sierra y Selva) en particular y se espera que la política nacional agraria sirva para priorizar y promover objetivos y estrategias de mediano y largo plazo.

El antecedente anterior, permite conocer más a donde la realidad agrícola del Perú; los principales compradores a nivel nacional, la oferta por según el fruto, la competitividad de algunos frutos en especial y sus requerimientos y finamente como la política nacional agraria influye en la viabilidad de producción agraria del país.

Neves et al. (2021), estiman la productividad total de los factores agrícolas (Ag TFP) para los países de América del Sur durante el período 1969–2016 e identifica cómo la densidad vial afecta la eficiencia técnica. La variable concordante encontrada es Viabilidad de producción. La metodología empleada para esta investigación consiste en la estimación de la productividad total de los factores agrícolas (Ag TFP) para 10 países de América del Sur (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela) de 1969 a 2016, con base en Trindade y Fulginiti (2015). La conclusión del estudio es que, la tasa de crecimiento de la productividad agrícola total de los factores por año para los países de América del Sur, en promedio, es del 1,5%. Para los países andinos, encontraron una tasa de crecimiento anual aún menor de 1,4% en promedio. Los hallazgos sugieren que una mayor densidad vial se asocia con una menor ineficiencia técnica.

La investigación es importante debido a que evidencia una falencia en la cadena de producción agrícola en Sudamérica. Con esta información es posible ahondar específicamente en el caso peruano y considerarla como un punto clave en la evaluación de la determinación del factor Viabilidad de Producción.

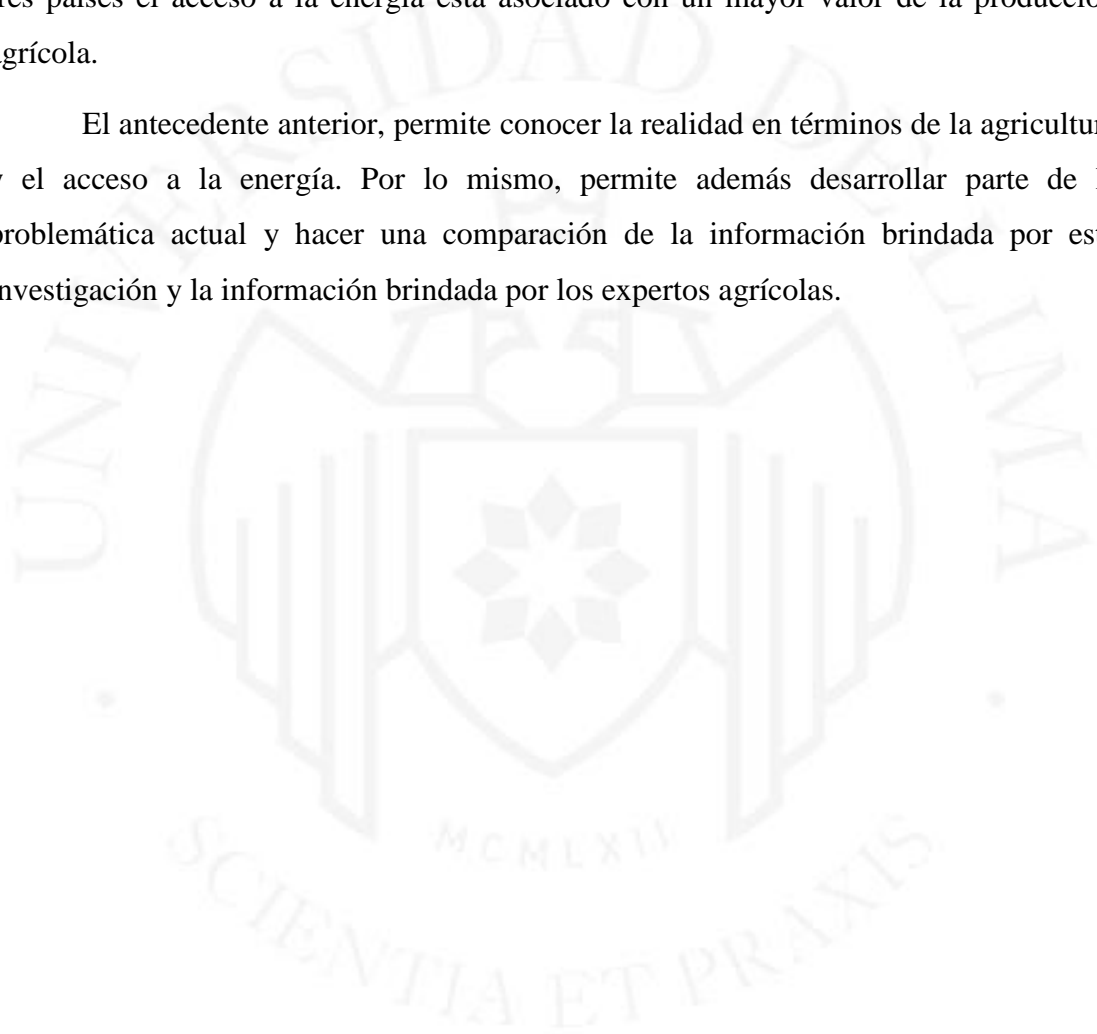
Orrego et al. (2021), analizaron la evolución de productividad para aguacate, cítricos y pasifloras en la zona de influencia del proyecto durante su período de ejecución. Las variables concordantes encontradas fueron oferta, viabilidad de producción y competitividad. La metodología fue descriptiva. Se concluyó que el Perú presenta una alta capacidad de producción de frutas durante todo el año gracias al clima y sus suelos térmicos. Asimismo, indicaron que el cítrico es el cultivo de mayor producción, así como de mayor rendimiento.

Este antecedente aportó conocimiento importante del contexto actual del cítrico peruano relacionado a su producción local. El estudio permitió conocer que el Perú tiene la capacidad de producir frutas todo el año gracias al clima y sus suelos apropiados. Además, mencionó la variable competitividad, que a pesar de ser medida de

distinta manera a lo que la tesis propone, genera un conocimiento del rendimiento por volúmenes

Freitas et al. (2021), exploran el vínculo entre la energía y la producción agrícola en Bolivia, Perú y Colombia. La literatura económica y los informes de políticas discutidos en la investigación indican que el acceso a la energía puede aumentar la producción agrícola. La variable concordante encontrada es Viabilidad de producción. Su metodología es experimental. La conclusión del estudio es que, en los tres países el acceso a la energía está asociado con un mayor valor de la producción agrícola.

El antecedente anterior, permite conocer la realidad en términos de la agricultura y el acceso a la energía. Por lo mismo, permite además desarrollar parte de la problemática actual y hacer una comparación de la información brindada por esta investigación y la información brindada por los expertos agrícolas.



CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Sabemos que el Perú ha venido teniendo un aumento en las exportaciones frutícolas con mayor énfasis en las exportaciones de frutas frescas, las cuales son reconocidas en el exterior. Entre dichas frutas se encuentran: la palta, la uva, el limón, la lúcuma, entre otras.

Debido a que la economía peruana se ve compuesta en su mayoría por el sector minero y agrícola, y el primero depender en su mayoría de *commodities*, se considera de importancia que el segundo mayor sector en el Perú, pueda desarrollar una oferta exportable agrícola diversificada para así poder obtener ingresos más estables que no dependan de campañas de embarque sujetas a una imitada oferta de productos agrícolas. Asimismo, el Perú tiene potencialidad de cosecha del limón Tahití, ya que existe clima adecuado y gran cantidad de tierra fértil para sembrar dicho cítrico, por lo cual se considera importante tener el conocimiento de su desarrollo a nivel internacional para así aprovechar dicho recurso.

2.1 Situación problemática

2.1.1 Descripción de limón Tahití

El Limón Tahití también conocido como Limón persa, Limón sin Semilla y Limón Messina es el que se refiere al nombre científico de *Citrus latifolia*. Es un fruto de color verde oscuro, ovalado y generalmente redondeado en la base. No contiene semillas. Su presentación es fresca y se produce en distintos departamentos del Perú entre los cuales figuran Lambayeque, Piura, Ica y la Libertad. Su origen proviene del sudeste de Asia. (Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior [SIICEX], 2014).

En cuanto a la partida arancelaria (P.A) de acuerdo con el arancel de aduanas peruano a diez dígitos se define en la P.A. siguiente 0805.50.22.00. Los primeros seis dígitos hacen referencia a los limones y limas en general mientras que los siguientes cuatro dígitos especifican la partida a Lima Tahití.

Tabla 2.1

Arancel de Aduanas – Limón Tahiti

Arancel de Aduanas – Limón Tahiti	
805.5	- Limones (<i>Citrus limon</i> , <i>Citrus limonum</i>) y limas (<i>Citrus aurantifolia</i> , <i>Citrus latifolia</i>):
0805.50.22.00	- Lima Tahití (limón Tahití) (<i>Citrus latifolia</i>)

Nota. De *Productos del Reino Vegetal*, por Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT], 2017 (<http://www.aduanet.gob.pe/servlet/EAIScroll?Partida=804400000&Desc=>)

Es importante destacar que el Limón Tahití es distinto al Limón Sutil. Este último es utilizado comúnmente en el ceviche peruano y su nombre científico es *Citrus aurantifolia*. Es similar de menor tamaño, contiene semillas y es más ácido.

2.1.2 Demanda

Países demandantes

En referencia al comercio internacional frutícola, el Perú se ubica en un panorama actual que la competencia global aumenta, como resultado de un nuevo comportamiento de países emergentes los que consideran que su cartera de productos exportables debe expandirse, aumentando la misma producción, agregando nuevas líneas de producción o realizando innovaciones en sus actuales líneas, variedades, o formas de presentación, entre otras. En ese escenario la estrategia de diversificación tiene la posibilidad de consolidarse a través de sectores que tienen potencialidad en el mercado internacional. Uno de ellos es la agricultura que ha añadido nuevos productos para exportar, y en consecuencia ha generado nuevas divisas y empleo (Barrientos Felipa, 2018).

Según las estadísticas de Trade Map (2020), los principales compradores del Limón Tahití a nivel mundial al 2019 fueron: en primer lugar, Estados Unidos (USD 492 620,00), en segundo lugar, Países Bajos (USD 142 617,00) y en tercer lugar Francia (USD 33 986,00). Ambos últimos países pertenecientes a la Unión Europea.

Precio de venta y cantidad comprada

A continuación, se presenta la estadística de los principales países demandantes a nivel mundial del Limón Tahití, así como sus principales proveedores. Es menester indicar que los resultados están basados en la filtración de datos a la partida más exacta que el Trade Map permite ubicar. La partida inicial es 080550 “Fresh or dried lemons” “*Citrus limon*, *Citrus limonum*” and limes “*Citrus aurantifolia*, *Citrus latifolia*”, llegando al

último filtro que es la partida 08055090 denominada “*fresh or dried limes*” “*citrus aurantifolia, citrus latifolia*”. La única excepción es Estados Unidos país en el cual la última partida filtrada fue la 0805503000 “*Tahitian limes, persian limes and other limes of the citrus latifolia variety, fresh or dried*”

Tabla 2.2

Principales Importadores mundiales del Limón Tahití 2015- 2019 en dólares y KG

Import.	Valor importado CIF 2019 (USD miles)	Cantidad importada 2019	% del total	Unidad	Precio unitario CIF (USD/Kg)	Crecimiento anual en valor (2015-2019) %	Crecimiento anual en cantidad (2015-2019) %
Estados Unidos	492 620	596 403 148	78,13%	Kg	0,826	14%	8%
Países Bajos	142 617	125 875 552	16,49%	Kg	1,133	3%	6%
Francia	33 986	24 879 941	3,25%	Kg	1,366	1%	2%

Nota. De Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití, por Trade Map Unidades, 2020 (<https://www.trademap.org/Index.aspx>)

El cuadro superior, muestra los datos de los principales países importadores de limón persa en el mundo. Dichos países representan el valor sustancial del comercio sumando el 97,87% del total. El 2,13% pertenece a los 190 países restantes.

Como puede observarse en el cuadro superior Estados Unidos es el principal socio comercial a nivel mundial en términos de volumen. Este país cuadruplica en cantidad a las importaciones del segundo mayor socio que es países bajos. Estados Unidos ha presentado además el mayor crecimiento anual desde el 2015 el cual es 8% en volumen, lo cual respalda a la literatura que indica su crecimiento en demanda por la falta de campos que satisfagan los mercados y un aumento de dinamismo en las culturas.

Sin embargo, el país con mayor precio es Francia en la actualidad, aunque fue el país con menos crecimiento en precio anual desde el 2015 hasta el 2019 con 1%. Estados Unidos, sin embargo, presentó el mayor porcentaje con 14%.

El análisis de precio y cantidad de los principales socios demandantes del Perú, se obtienen las siguientes estadísticas.

Tabla 2.3

Principales destinos de las exportaciones del Limón Tahití peruano al 2017-2019 en dólares por KG

País de destino	Total FOB USD (miles 2017)	Total FOB USD (miles 2018)	Total FOB USD (miles 2019)	Variación 2017 - 2019 %	FOB USD/K G 2017	FOB USD/K G 2018	FOB USD/K G 2019	Variación 2017-2019%
Chile	1 799	3 042	4 087	127,18%	0,834	0,751	0,714	-14,38%
Reino Unido	678	1 019	2 049	202,21%	1,432	1,154	1,214	-15,22%
Países Bajos	583	452	852	46,14%	1,694	1,409	1,357	-19,89%
Estados Unidos	102	372	1 165	1042,15%	1,194	1,6	1,176	-1,50%
Panamá	283	780	860	203,89%	1,057	1,062	0,994	-5,96%

Nota. De Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití, por Veritrade, 2020 (<https://business2.veritrade.com/es/mis-busquedas>)

En base a la tabla anterior se puede apreciar que Chile ha sido el país con el valor FOB más alto desde el 2017 al 2019, mientras que fue Países Bajos el país que más cayó en el valor por kilogramo y Estados Unidos el país con el alza mayor referente al valor FOB. El aumento resaltado anteriormente podría estar causado por un incremento en la cantidad comprada.

Las estadísticas muestran que, en el contexto del mercado peruano, a diferencia del contexto mundial, la tendencia está en aumento de volumen comparado, pero disminución en valor, posiblemente porque como se verá más adelante los precios de venta por kg del Perú son más elevados al precio promedio en el cual compran sus principales demandantes, por lo que se trataría de un ajuste para poder competir. Finalmente se observa que Estados Unidos y Panamá fueron los países con más crecimiento en valor por lo que podría demostrar oportunidades de mercado referente a una apertura.

2.1.3 Oferta

Competencia directa internacional

El mercado del limón viene expandiéndose de manera rápida y hay mayor demanda que desea ser abastecida. Es importante saber quiénes son los principales mercados

abastecedores de este fruto, quienes son nuestra competencia directa en el exterior y tener una idea general sobre estos países.

Los principales 10 exportadores a nivel mundial de limón son México, España, Turquía, Sudáfrica, Argentina, Holanda, Estados Unidos, Egipto y Chile, los cuales representan el 66% de la oferta mundial del limón. Cabe resaltar que, en los años 2015 y 2016, Italia formaba parte de los mayores exportadores de limón, sin embargo, fue reemplazado por Egipto desde el 2017 hasta la actualidad.

De acuerdo con lo recabado, en la mayoría de los países se ha visto un incremento de las exportaciones a lo largo de los años. En el año 2019, México llegó a exportar 746 943 TN de limón, representando así el 21% de la oferta mundial de este fruto, seguidamente de España, quién exportó 734 034 TN, representando el 20% de la oferta mundial. En la siguiente tabla se puede apreciar las cantidades exportadas de los principales ofertantes del 2015 al 2019.

Tabla 2.4

Exportaciones del Top10 de países ofertantes de limón (PA: 08055), expresados en Toneladas

Países Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
México	636 077	667 572	733 918	733 655	746 943
España	623 650	547 346	689 577	602 686	734 039
Turquía	471 032	449 260	472 481	627 324	473 007
Argentina	246 264	279 339	240 938	273 357	234 990
Sudáfrica	184 786	237 131	299 323	315 197	350 245
Países Bajos	128 534	167 120	168 818	173 997	171 923
Estados Unidos	123 960	135 186	133 779	115 793	123 518
Brasil	96 632	95 748	92 393	97 502	107 601
Chile	66 204	80 553	79 839	92 480	94 859
Italia	41 032	46 939	-	-	-
Egipto	-	-	61 604	71 418	95 339
PERÚ	6 977	5 203	6 745	11 012	14 702

Nota. De *Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití*, por Veritrade, 2020 (<https://business2.veritrade.com/es/mis-busquedas>)

Asimismo, en la siguiente tabla se aprecia el precio por tonelada con los cuales han venido trabajando los países durante los últimos años, el país que más precios bajos ha mantenido ha sido Egipto sin embargo vende pocas cantidades en comparación a los otros países a pesar del bajo precio y esto se debe a que sus principales mercados son países que no suelen consumir mucho limón en su dieta, países como: Arabia Saudita, Jordania, Kuwait, Australia, Rusia y Malasia.

El segundo país con precios más bajos es México, cuyos precios oscilan entre el \$ 0,60 y \$ 0,71 la tonelada. Caso contrario es Países Bajos, donde el limón se vende en un aproximado de \$ 1,75 por tonelada.

Tabla 2.5

Precio por tonelada del Top10 de países exportadores de limón (PA: 08055), expresados en dólares norteamericanos.

Países Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
México	\$0,58	\$0,65	\$0,71	\$0,74	\$0,70
España	\$1,16	\$1,50	\$1,22	\$1,42	\$1,11
Turquía	\$0,62	\$0,68	\$0,62	\$0,53	\$0,52
Argentina	\$0,67	\$1,04	\$1,03	\$1,02	\$0,78
Sudáfrica	\$1,31	\$1,12	\$0,98	\$0,86	\$0,81
Países Bajos	\$1,74	\$2,05	\$1,67	\$1,86	\$1,59
EE. UU.	\$1,78	\$1,54	\$1,60	\$1,75	\$1,58
Brasil	\$0,81	\$0,94	\$0,89	\$0,92	\$0,87
Chile	\$1,08	\$1,09	\$1,16	\$1,04	\$0,99
Italia	\$1,36	\$1,73	-	-	-
Egipto	-	-	\$0,47	\$0,41	\$0,35
PERÚ	\$0,72	\$0,91	\$1,00	\$0,86	\$0,88

Nota. De Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití, por Veritrade, 2020
<https://business2.veritrade.com/es/mis-busquedas>

En la siguiente tabla se puede observar el movimiento del precio por kg entre los principales exportadores del limón Tahití.

Tabla 2.6

Precio por kilogramo de los principales países exportadores de la variedad del limón Tahití (PA: 08055), expresados en dólares norteamericanos.

Países Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
España	\$1,75	\$2,30	\$1,44	No hay registro	\$1,96
Brasil	\$0,81	\$0,94	\$0,89	\$0,91	\$0,94
México	\$1,07	\$1,19	\$1,11	\$1,04	\$1,10
Argentina	\$0,19	\$0,34	\$0,40	\$0,31	\$0,20
Chile	\$0,19	\$0,24	\$0,57	\$0,31	\$0,22
Perú	\$1,18	\$1,07	\$1,05	\$0,93	\$0,92

Nota. De Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití, por Veritrade, 2020
<https://business2.veritrade.com/es/mis-busquedas>

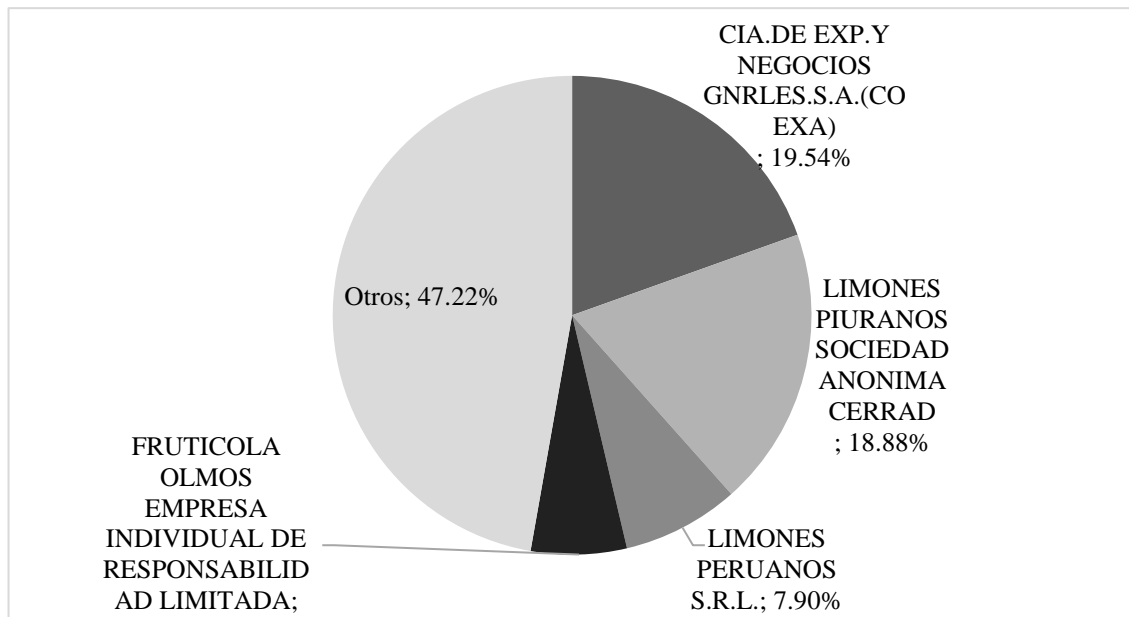
2.1.4 Viabilidad de producción

Regiones productoras del limón Tahiti - Perú

La producción de limón Tahití se da principalmente en las regiones de Piura, Lambayeque, La Libertad y San Martín (Enrique, 2020). Entre las principales empresas exportadoras entre los periodos de 2019 al 2020 se encuentran las siguientes:

Figura 2.1

Principales empresas exportadoras peruanas del Limón Tahití 2015-2019 en porcentaje



Nota. De Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití, por Veritrade, 2020 (<https://business2.veritrade.com/es/mis-busquedas>)

Como se puede observar a partir del cuadro anterior. La empresa Iqueña COEXA con una participación total de 19,54%, y le siguen la empresa Limones Piuranos de Piura, Limones peruanos de Piura y Frutícola Olmos de Lambayeque (Veritrade, 2021).

Es de esta manera, que según lo anteriormente mencionado se podría indicar que las empresas Piuranas liderarían la participación de mercado y estudios ya han determinado que se presenta como la primera región exportadora de limón destinando un total de 18 353 hectáreas (Piura se consolida como primera región exportadora de limón, 2020).

2.1.5 Restricciones arancelarias y paraarancelarias

Para esta sección es importante recalcar que los limones se encuentran clasificado mundialmente en la partida arancelaria 0805.50.10.00 y específicamente el limón Tahití se encuentra en 2 subpartidas de acuerdo con la zona de los países, en la mayoría de los países en el mundo la subpartida es 0805.50.22.00, sin embargo, en la Unión Europea la subpartida es 0805.50.90.00.

Restricciones arancelarias

En la mayoría de los países la subpartida correspondiente al limón Tahití, está liberada del pago del Ad Valorem en un 100%, lo que significa que no paga impuesto para la entrada a ese país, ya que tenemos TLC's firmados; sin embargo, hay países en los cuales sí hay que pagar un porcentaje como Venezuela en el cual se paga el 40%, en Croacia el 16,67%, en Honduras el 20% y en Australia el 92,8%. Sin embargo, estos países no representan grades demandantes, importadores de productos (Servicio Nacional de Sanidad Agraria [SENASA], 2020).

Restricciones para arancelarias

Las restricciones de ingreso a los diversos mercados, depende de las normas que cada país imponga, pero lo primero que debe tener en cuenta el exportador es cumplir con los requisitos sanitarios de exportación impuestos por el Gobierno del Perú

Debe contar con la Autorización sanitaria de Establecimiento otorgada por SENASA; para obtener esta autorización la empresa peruana debe seguir ciertos requisitos como tener un plan operativo estandarizado de sanitización, plan de análisis de peligro y puntos críticos de control, flujo de operaciones, entre otros, los cuales están bien detallados en la página web de SENASA y el certificado de Libre Comercialización o Venta – CLV, documento que certifica que el alimento puede venderse libremente en el país

Además, deberán cumplir con los requisitos fijados en la legislación alimentaria del país importador, salvo que existan otros requerimientos contemplados en acuerdos bilaterales, tratados de libre comercio o similares (SENASA, 2020).

Entre los requisitos fitosanitarios generales tenemos:

- Certificado Fitosanitario
- Certificado de planta de empaque
- Certificado de lugar de producción
- Permiso fitosanitario de importación

Como sabemos, nuestros principales importadores son Chile, Reino Unido, Panamá, Países Bajos y Estados Unidos, por ende, es importante saber cuáles son los requisitos sanitarios y fitosanitarios que tiene cada país para la importación del limón Tahití de origen peruano.

2.1.6 Competitividad del producto

Los siguientes cuadros expresados en valor y volumen, representan la posición del Limón Tahití frente a otras frutas exportadas durante el 2020.

Tabla 2.7

Rankin de frutas exportadas por el Perú en el 2020, expresados en Valor FOB

Ranking	Tipo	Valor FOB (US\$) 2020
1	0806100000 Uvas Frescas	1 057 028 766
2	0810400000 Arándanos Frescos	1 009 923 725
3	0804400000 Aguacates (Paltas) Frescos	759 303 869
4	0804502000 Mangos Frescos	228 636 539
5	0805299000 Mandarinas Wilkings E Híbridos Similares De Agrios Frescos	180 092 312
6	0803901100 Bananas Frescas Tipo "Cavedish Valery"	151 505 956
7	0810909000 Los Demás Frutas (Granadas Frescas)	62 929 535
8	0805210000 Mandarinas Frescas (Incluidas Las Tangerinas Y Demás Frescas)	45 041 103
9	0805291000 Tangelo Frescos (Citrus Reticulata X Citrus Para)	13 674 973
10	0805100000 Naranjas Frescas	12 127 157
11	0805220000 Mandarinas Clementinas Frescas	11 638 939
12	0805502200 Lima Tahití Fresco (Limón Tahití) (Citrus Latif)	10 024 851
13	0804200000 Higos Frescos	5 513 191
14	0807110000 Sandías Frescas	4 628 631
15	0805502100 Limón Sutil Fresco (Limón Sutil Limón Común)	3 991 573
Total	FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS	4 102 661 716

Nota. De Sierra y Selva Exportadora, por Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego [MIDAGRI], 2020 (<https://www.gob.pe/sse>)

Tabla 2.8

Ranking de frutas exportadas por el Perú en el 2020, expresados en Volumen (TN)

Ranking	Tipo	Valor FOB (US\$) 2020
1	0806100000 Uvas Frescas	441 977
2	0804400000 Aguacates (Paltas) Frescos	411 091
3	0803901100 Bananas Frescas Tipo "Cavedish Valery"	216 526
4	0804502000 Mangos Frescos	201 206
5	0810400000 Arándanos Frescos	163 571
6	0805299000 Mandarinas Wilkings E Híbridos Similares De Agrios Frescos	146 574
7	0805210000 Mandarinas Frescas (Incluidas Las Tangerinas Y Demás Frescas)	42 588
8	0810909000 Los Demás Frutas (Granadas Frescas)	36 563
9	0805100000 Naranjas Frescas	29 323
10	0807110000 Sandías Frescas	23 588
11	0805291000 Tangelo Frescos (Citrus Reticulata X Citrus Para)	17 631
12	0805502200 Lima Tahití Fresco (Limón Tahití) (Citrus Latif)	10 926
13	0805220000 Mandarinas Clementinas Frescas	8 668
14	0805502100 Limón Sutil Fresco (Limón Sutil Limón Común)	6 649
15	0804200000 Higos Frescos	966
Total	FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS	2 145 462

Nota. De Sierra y Selva Exportadora, por MIDAGRI, 2020 (<https://www.gob.pe/sse>)

Como se puede observar, en ambos casos el Limón Tahití, está en el puesto doce, lo que podría traducirse como un bajo nivel de competencia frente a otras frutas como; uvas frescas, paltas, bananas, mangos y arándanos. Las anteriores frutas mencionadas, fueron las principales frutas exportadas por el Perú en el año 2020 y el hecho que el limón Tahití, estos varios puestos por debajo, muestra que los agroexportadores peruanos tienen como preferencia de exportación a otras frutas por su rentabilidad.

Tabla 2.9

Cuadro de comparación de rentabilidad entre las principales frutas de exportación en el 2020 y el Limón Tahití

Tipo	Precio S/ de chacra	Precio S/ de Exportación	Rentabilidad en función de costo y precio S/
Uvas frescas	2,4	8,87	6,47
Aguacates	2,56	6,85	4,29
Banano	0,58	2,59	2,01
Mangos Frescos	1,83	4,21	2,39
Arándanos Frescos	7	22,89	15,89
Limón Tahití	1,16	3,4	2,25

Nota. De Sierra y Selva Exportadora, por MIDAGRI, 2020 (<https://www.gob.pe/sse>)

Como se ve en el cuadro anterior, el limón Tahití es uno de los dos frutos que menos rentabilidad da, junto con el banano, por lo que se puede indicar que no es competitivo, basándose en la medición de competitividad costo y precio. Esta falta de competitividad podría demostrar porque es que no es uno de los principales frutos elegidos por los Agroexportadores peruanos para exportar.

La razón, por la cual el Banano sea uno de los productos con menos rentabilidad, pero aun así este dentro de los principales exportadores, podría deberse a diferentes causas entre las cuales podrían estar, su rendimiento por hectárea (se puede cosechar más fruto en menos área de tierra) o el bajo monto de inversión que requiere en su plantación. Esto se establece ya que presenta también el menor costo en chacra con S/ 0,58/ Kg.

2.1.7 Inteligencia de Mercados

Como se pudo apreciar anteriormente existen diversos requisitos que el Limón Tahití debe tener para que los distintos demandantes del mercado lo adquieran, esto es una parte del conocimiento del mercado que los ofertantes deben tener para una eficiente exportación y un adecuado desarrollo del producto ofrecido internacionalmente. La inteligencia comercial se debe aplicar tanto por el lado de la demanda como por el lado

de la oferta. Como nos mencionaron diversos especialistas en las entrevistas, por el lado de demanda, se debe conocer los principales países demandantes, sus requisitos de producto, las barreras que existen en su país, las tendencias de compra y la estacionalidad de demanda, los precios. Mientras que por el lado de la oferta se debe conocer a los principales países proveedores y las épocas de su producción para abastecimiento de los países demandantes.

Sin embargo, muchas empresas agroexportadoras peruanas aun no desarrollan un área de inteligencia de mercados, por lo que esta investigación previa es muy escasa. Como menciona Pomareda (2014), existe insuficiente inversión en investigadores y recursos limitantes para la generación de conocimiento de mercado que permita competir.

2.2 Formulación del Problema

A continuación, se presentan las preguntas que conforman el planteamiento del problema.

Problema general

¿Cuáles son los factores determinantes para el desarrollo del Limón Tahití peruano (*citrus latifolia*) a nivel internacional?

Problemas específicos

- ¿La demanda internacional es determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití?
- ¿La oferta internacional es determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití?
- ¿La viabilidad de producción es determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití?
- ¿Las restricciones arancelarias y pararancelarias son determinantes para el desarrollo internacional del limón Tahití?
- ¿La competitividad es determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití?
- ¿La inteligencia de mercados es determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití?

CAPÍTULO III: JUSTIFICACIÓN

El siguientes capítulo pretende revisar mediante distintas vertientes de justificación, la relevancia de la tesis. Es de esta manera como se presentan en orden; la importancia de la investigación, la justificación teórica, la justificación práctica, justificación metodológica, viabilidad de la investigación y sus limitaciones.

3.1 Importancia de la Investigación

La importancia de la presente investigación recae sobre dos puntos. El primero se enfoca en las actividades económicas del país y el segundo en la importancia del fruto en sí.

El Perú es un país con una actividad principalmente minera. La siguiente estadística muestra que sus tres mayores ingresos en exportaciones son la minería, petróleo y gas natural, siendo los primeros dos productos netamente *commodities*.

Tabla 3.1

Exportación FOB, según sector económico: noviembre 2018

Sector Económico	(Millones de US\$ de 2007)		Variación porcentual	
	Nov. 17	Nov. 18	Nov. 18 / nov. 17	Ene-nov. 18 / Ene-Nov. 17
Total 1/	4 115,2	4 072,6	(1,0)	6,2
I Productos tradicionales	3 050,2	2 887,5	(5,3)	2,4
Pesquero	13,3	15,8	18,6	(8,6)
Agrícola	107,4	88,3	(17,8)	(0,4)
Minero	2 420,9	2 386,9	(1,4)	4,4
Petróleo y gas natural	508,6	396,5	(22,0)	(5,4)
II Productos no tradicionales	1 057,0	1 167,9	10,5	17,7
Agropecuario	409,0	483,7	18,3	17,8
Textil	81,7	79,4	(2,8)	7,6
Pesquero	213,0	215,7	18,1	45,4
Químico	105,6	111,0	5,1	12,0
Metalmecánico	54,3	45,2	(16,6)	6,6
Siderometalúrgico	97,2	101,3	4,1	3,1
Minería no metálica	48,6	49,9	2,7	2,8
Resto	47,5	45,6	(4,0)	(0,4)

Nota. De Evaluación de las Exportaciones e Importaciones, Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2018 (https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/11-informe-tecnico-n11_exportaciones-e-importaciones-set2018.pdf)

Sin embargo, la dependencia de “*commodities*” genera un contexto de inestabilidad económica en el país, ya que los últimos están expuestos a cambios bruscos de precios (Doporto Míguez & Michelena, 2011). Es en este escenario que se generan preocupación y controversia “las exportaciones nacionales pasaron de 30 627 millones de dólares en el 2008 a 26 470 millones de dólares en el 2009, lo que significó una caída del 14%” (Zana Carbajal, 2012).

Es en el contexto donde las exportaciones presentan un descenso en cantidad a partir de la variación de precios de los *commodities*, que se muestra la vulnerabilidad de la economía peruana (Barrientos Felipa, 2018).

El sector agrario se presenta como un proveedor de insumos que pueden generar valor agregado produciendo divisas y contribuyendo a la redistribución de ingreso, es por lo que es el primer punto de importancia a tratar en la presente justificación.

El segundo punto es la importancia del fruto en sí. El limón es un fruto poco estudiado y explotado en términos de comercio, que tiene enorme potencialidad productiva a diferencia de otros frutos. Se tiene el suelo para producirlo y además es posible su cosecha todo el año.

El Perú exporta en su mayoría productos como el espárrago, la palta, las uvas entre otros frutos, que, al ya haber sido ampliamente explotados, se corre el riesgo que se vuelvan *commodities* y entren al contexto de alta susceptibilidad a cambio de precios. (A. Rosadio, comunicación personal, 30 de marzo de 2021).

Es ahí donde ambas razones, se complementan y se presenta la importancia de estudiar este fruto; para en primer lugar diversificar la cartera agrícola exportadora del Perú, con en segundo lugar un fruto con alta potencialidad.

3.1.1 Justificación Teórica

En la actualidad, las principales frutas de exportación del Perú, tales como las uvas de mesa, el mango, la palta y los arándanos, son ampliamente estudiadas por distintos autores, presentando así una gran variedad de información en el tema que puede ser traducida en conocimientos para generación de valor agregado en las distintas cadenas productivas que conforman el intercambio comercial con el mercado internacional. Sin embargo, el limón Tahití es una de las frutas que es muy poco estudiada y por lo tanto

el nivel de información presentado ante el público es limitado y no permite explotar conclusiones que puedan generar valor agregado en procesos productivos.

Es por dicha razón, que se presenta en primer lugar importante realizar esta investigación para probar si efectivamente se le puede hacer frente a los factores determinantes para una exitosa exportación del Limón Tahití y este fruto exótico pueda ser explotado, pudiendo generar mayores ingresos por parte de la agricultura y una importante diversificación de la cartera de productos.

En el camino para probar lo anterior, se presenta información sobre procesos productivos óptimos y distintas necesidades en las cadenas productivas del Limón Tahití, así como cadenas de empaquetado y de logística internacional. Esto permitirá generar conocimientos a los distintos participantes de las cadenas productivas acerca de procesos y elementos necesarios y sus beneficios. Asimismo, las empresas podrían traducir este conocimiento en acciones que generen valor agregado en las cadenas pertinentes.

Como indica Pomareda Benel: “No seamos complacientes con el statu quo. Es necesario formar cuadros técnicos y capacidad a nivel de las chacras y agronegocios en general, para hacer las cosas mejor” (2014).

Esta generación de conocimiento se presenta importante por las tendencias a largo plazo de crecimiento, las cuales requieren de capacitación, herramientas que permitan a las personas incrementar la productividad, tecnología y capital humano calificado.

Finalmente, la investigación presenta distintos enfoques de estrategias que podrían ser aplicadas por las empresas, además de las estrategias tradicionales como producción y reducción de mermas.

3.1.2 Justificación Práctica

En justificación práctica se presentan tres vertientes. La primera recae en la importancia de conocer si esta fruta puede cumplir con éxito los factores determinantes para una exitosa exportación. Siendo este positivo, se generaría un conocimiento el cual permitirá explotar esta fruta, ingresando a la canasta de productos y diversificando nuestra oferta exportadora agrícola. En segunda instancia, se presentan elementos que

permitirán explorar nuevas opciones de desarrollo del sector frutícola, lo cual permitirá incrementar la oferta agroexportadora.

Como fue mencionado líneas arriba, es importante que la cartera de productos exportables se expanda, al expandirse la competencia global y presentarse un nuevo comportamiento de los países emergentes.

“La citada diversificación implica estar en capacidad de competir con el mercado global con productos que tampoco tiene mucho valor agregado, que aportan a fortalecer la canasta de productos exportables” (Barrientos Felipa, 2018).

En relación con la tercera vertiente, se ha establecido que existe una relación directa entre el desarrollo positivo de la agroexportación de un fruto con los salarios de la fuerza laboral en el campo. El desarrollo positivo de la exportación y el conocimiento de cada factor determinante en este desarrollo permitiría ampliar los márgenes de ganancia en los productos impactando positivamente en los salarios de la fuerza laboral. Aún existen “Limitantes que es preciso superar para que más productores participen de los beneficios de este proceso y para que los trabajadores del campo reciban cada vez mejores salarios” (Pomareda Benel, 2010).

“El crecimiento agrícola no solo es eficaz para aliviar la pobreza rural, sino, es más eficaz que el crecimiento industrial para reducir la pobreza urbana” (Alvarado Boirivant, 2007).

3.1.3 Justificación Metodológica

La presente investigación es de carácter preliminar exploratorio, al no haber sido estudiado con anterioridad, con un enfoque cualitativo ya que requiere de información, descriptiva y detallada, que pueda ayudar a la evaluación de hipótesis.

La modalidad de investigación será entrevista en profundidad a los expertos. Las entrevistas ayudarán a determinar el conocimiento sobre un tema no estudiado con anterioridad.

3.2 Viabilidad de la Investigación

Las vertientes de viabilidad de la investigación están relacionadas a la viabilidad económica, temporal, tecnológica y de capacidades.

Referente a la viabilidad económica; esta existe ya que se cuenta con los suficientes fondos monetarios necesarios para realizar la investigación. Los fondos están relacionados a pagos de suscripciones de plataformas de video chat.

Referente a la viabilidad temporal; esta también es existente ya que se cuenta con el tiempo suficiente para llevar a cabo la investigación. Tanto por parte de las autoras como por parte de los especialistas a entrevistar.

Referente a la viabilidad tecnológica; esta está presente, ya que se cuenta con los medios tecnológicos necesarios para desarrollar la investigación, como computadoras y celulares.

Finalmente, en cuanto a la viabilidad de capacidades; esta también es existente ya que se cuenta con los conocimientos prácticos y teóricos requeridos para llevar a cabo con éxito la investigación.

3.3 Limitaciones de la Investigación

La presente investigación presenta dos limitantes.

La primera relacionada a la escasa de literatura existente sobre el Limón Tahití peruano.

La segunda relacionada al COVID-19, el cual dificultó el proceso de entrevistas a profundidad con los expertos, ya que, si bien eran digitales, algunos por la enfermedad tuvieron que cancelar las entrevistas.

CAPÍTULO IV: OBJETIVOS

4.1 Objetivo general

Analizar los factores determinantes para el desarrollo del Limón Tahití peruano (*citrus latifolia*) a nivel internacional

4.2 Objetivos específicos

- Analizar si la demanda internacional del limón Tahití es determinante para el desarrollo internacional.
- Analizar si la oferta internacional del limón Tahití es determinante para el desarrollo internacional.
- Analizar si la viabilidad de producción del limón Tahití es determinante para el desarrollo internacional.
- Analizar si las restricciones arancelarias y paraarancelarias para la exportación del limón Tahití son determinantes para el desarrollo internacional.
- Analizar si la competitividad del limón Tahití es determinante para el desarrollo internacional.
- Analizar si realizar una inteligencia de mercado previa a la comercialización del limón Tahití es determinante para el desarrollo internacional.

CAPÍTULO V: HIPÓTESIS

5.1 Hipótesis general

Según la teoría del comercio intraindustrial

Los resultados confirman que el comercio intraindustrial entre países es más intenso cuanto mayores son el nivel de desarrollo económico (renta per cápita) y el tamaño del mercado, y cuantos menores sean las diferencias de renta y de tamaño de mercado, la protección arancelaria y la proximidad geográfica. También se asocia positivamente con el grado de apertura externa de las economías nacionales. En cuanto a la diferencia de producto, el efecto positivo esperado se confirma en todos los estudios a excepción (Fariñas García, 1988).

Por lo tanto, a partir del siguiente aporte a dicha teoría se establece que la hipótesis general se determina como:

Los factores de internacionalización sí son factores determinantes para el desarrollo del limón Tahití (*Citrus latifolia*) a nivel internacional.

5.2 Hipótesis específicas

Con respecto a las hipótesis específicas se establece lo siguiente:

- El factor oferta es un factor determinante para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional.
- El factor demanda es un factor determinante para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional.
- El factor viabilidad de Producción es un factor determinante para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional.
- El factor barreras arancelarias es un factor determinante para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional.
- La competitividad del limón Tahití frente a otras frutas exportadas por el Perú es un factor determinante para el desarrollo de este a nivel internacional.

- Realizar una inteligencia de mercado previa a la exportación y/o entrada a nuevos territorios es un factor determinante para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional.



CAPÍTULO VI: FUNDAMENTOS TEÓRICOS

El marco teórico que se desarrolla a continuación permite conocer conceptos básicos y fundamentales que están relacionados a la investigación.

Primero partiremos con teorías de mercado para poder entender el movimiento de diversas variables. Seguido encontrarán el marco conceptual, en el cual se desarrolla los significados de palabras que se encuentran presentes es esta investigación.

6.1 Marco Teórico

El comercio internacional, en la actualidad presenta diversas teorías que tienen como finalidad teorizar el motivo de los intercambios comerciales entre países. Estas diversas teorías son englobadas por dos ejes mayores denominados, teorías clásicas y las “nuevas” teorías.

Las teorías tradicionales del comercio incluyen modelos que explican que las causas de los intercambios comerciales son dadas a partir de las diferencias entre países, como: diferencias tecnológicas y de dotación de factores. Ambos elementos presentan ventajas comparativas en el marco de una competencia perfecta

Por otro lado, las “nuevas” teorías del comercio internacional, en un marco de competencia imperfecta, señala otras causas y beneficios del comercio, los cuales no están relacionados con la diferencia entre países. Es de esta manera que los países comercian para conseguir economías de escala en la producción, o para tener un acceso más amplio a distintas mercancías. Asimismo, esta comercialización se da por el estímulo que supone el aumento de la competencia (González Blanco, 2011).

A continuación, se discutirán tres teorías en cada uno de los grandes ejes. Dentro de las teorías clásicas se discutirán las siguientes: La Teoría de la Ventaja Absoluta, la Teoría de Ventajas Comparativas y el modelo de Hecksher Ohlin.

Por el lado de las “nuevas teorías”, se discutirán las siguientes: El Comercio Intraindustrial y el Comercio entre países Similares, modelos que incorporan las economías de escala y diferenciación de productos y Modelos de “Dumping Recíproco”.

Teoría de la Ventaja Absoluta

Esta teoría y/o concepto es una de las bases más importantes en el estudio de la economía y del comercio exterior, pero ¿Qué sostiene?

Esta teoría perteneciente a Adam Smith sostiene que, bajo las circunstancias del libre comercio, un país debe especializarse en producir mercancías en las cuales tienen ventaja y son los mejores. Dicho de otra manera, este concepto explica que hay países que son mejores en la producción de un bien y/o servicio que otros países ya que tienen mejores recursos como capital, factor humano, tecnología etc., lo que nos da un producto con mayor calidad a un menor costo (González Blanco, 2011). Es decir, si queremos saber qué país tiene ventaja absoluta en la producción de algún bien, lo que tenemos que saber y comparar es el costo de producción.

Esta teoría ayudó a entender a las economías en qué productos debían enfocar el uso de sus recursos de manera eficiente y de esa manera tener una ventaja frente a sus competidores. Les enseñó a los países que deben exportar aquellos bienes en los cuales son buenos y que con las ganancias de esa venta comprar otros bienes que son producidos de manera más eficiente por otros países (González Blanco, 2011).

Asimismo, a través de este concepto, se dio a conocer que el comercio internacional no funciona de manera estricta como lo dice la teoría de la ventaja absoluta, sino que dio inicio al planteamiento de la ventaja comparativa.

Teoría de la Ventaja Comparativa

La causa del comercio según esta teoría es las diferencias relativas de productividad para producir distintos bienes por parte de países distintos. Si cada país se especializa en el bien (o bienes) en que es relativamente más productivo, la producción mundial aumenta y todos los países se pueden beneficiar (Avendaño et al., 2013).

A continuación, se presenta un estudio realizado por González Blanco (2011), donde se hace una revisión general a la teoría mostrando su enfoque, contribuciones y limitaciones.

La teoría de las ventajas comparativas de David Ricardo nace a partir de una limitante de la teoría de las ventajas absolutas, la cual indica que el comercio internacional entre países solo se debe dar si los productos poseen una ventaja absoluta.

¿Sin embargo, con esta teoría nacieron cuestionamientos sobre si el país no posee ventaja absoluta sobre ninguno de sus bienes? ya no hay lugar a un intercambio? Es así como la teoría de la ventaja comparativa indica que, si un país tiene una desventaja absoluta en ambos bienes, si los costes relativos son distintos, entonces el intercambio comercial será beneficioso para ambos países.

Esta teoría basa su supuesto en el trabajo y para ejemplificarla utiliza dos países y dos productos distintos.

Tabla 6.1

Ejemplo práctico de la teoría de la ventaja competitiva

	Portugal	Inglaterra
Vino (horas/ unidad vino).	80	120
Paño (horas/ unidad paño).	90	100

Nota. Adaptado de “Diferentes teorías del Comercio Internacional”, por R. González Blanco, 2011, *Tendencias y Nuevos Desarrollos de la Teoría Económica*, 858 (<http://www.revistasice.com/index.php/ICE/article/view/1393/1393>)

Utilizando el ejemplo, la teoría de Ricardo indica que, si bien Portugal tiene la ventaja absoluta en ambos productos ya que las horas hombre que se requiere para fabricarlos es menor a la de Inglaterra, las ventajas comparativas son lo realmente importante para el intercambio comercial. Los costes absolutos se muestran menores porque los costes relativos son distintos. Entonces en Portugal el paño es más caro con respecto al vino y en Inglaterra el vino es más caro con respecto al año. En este sentido la teoría indica que lo más beneficioso para Portugal es centrarse en la fabricación y exportación del vino y comprar el paño de Inglaterra y viceversa. De esta manera ambos países terminarían ganando.

Centrándonos en las contribuciones de esta teoría, se puede indicar que sirve como complemento hasta cierto punto de la teoría de la ventaja absoluta, demostrando que para que un país pueda comercializar un bien con otro país no necesariamente debe poseer la ventaja absoluta. Esto da un panorama más abierto para la época del comercio y las implicancias que hay en los distintos productos que pretenden ser intercambiados internacionalmente (Avendaño et al., 2013).

Por otro lado, en cuanto a sus limitaciones, las hipótesis para esta teoría son que el trabajo es el único factor de producción; las funciones de la producción se presentan como homogéneas, lo que implica que existen rendimientos constantes de escala, ausencia de costes de transporte y otros obstáculos del comercio, dotaciones fijas de

factores y la inmovilidad internacional de estos. Es en las hipótesis es donde se critica la teoría ya que los supuestos son irreales, al trabajo no ser homogéneo ya que existen diferencias en la retribución y este no ser el único factor implicado (Avendaño et al., 2013).

Modelo de Heckscher Ohlin

Este modelo indica que un país exportará el bien que utiliza intensivamente su factor relativamente abundante e importará el bien que utiliza intensivamente su factor relativamente escaso. Ello se debería a que el país en el que un determinado factor fuera relativamente abundante (escaso) podría producir el bien que utiliza más (menos) intensivamente dicho factor a un menor (mayor) precio relativo, en términos del otro bien, por lo que tendería a exportarlo (importarlo) (Bajo Rubio, 1996).

A continuación, González Blanco (2011) hace una revisión general a la teoría mostrando su enfoque, contribuciones y limitaciones.

El modelo de Heckscher y Ohlin, nace a partir de un limitante encontrado en la teoría de las ventajas comparativas y es que esta última teoría no explica porque los costes relativos son diferentes entre países.

En base a esto Heckscher propone que los requisitos previos para que se del comercio internacional es la existencia en la diferencia de escasez relativa, es decir precios distintos en los factores de producción y las proporciones de estos en bienes distintos.

Por otro lado, Ohlin indica que la distinta dotación factorial es la causa en la diferencia de costes comparativos y por ende el intercambio.

Para explicar este teorema se presentan dos países, dos factores y dos productos distintos. Asimismo, se debe considerar lo siguiente: en los mercados de productos y factores existe competencia perfecta, no hay inversión factorial, la cantidad total de factores de producción es fija para cada uno de los países las dotaciones factoriales son distintas y finalmente los factores tienen movilidad entre ramas de producción, pero no entre los países (González Blanco, 2011).

Es de esta manera que como se mencionó anteriormente la teoría plantea que un país exportará el bien que para ser producido utiliza intensivamente su factor con mayor

abundancia y que importe el bien que necesite para su producción más intensivamente el factor menos abundante.

En cuanto a la contribución de este modelo, se mencionó anteriormente que se presenta como un complemento a la teoría de ventajas comparativas, la cual no explica porque existen costes relativos entre distintos países. Generando así un conocimiento.

Sin embargo, el limitante de este modelo radica en que, si bien se puede aplicar para bienes basados en recursos naturales, no se puede aplicar en bienes industriales. Para indicar esto se establece un ejemplo basado en España. Este país exporta hortofrutícolas ya que posee la tierra y el clima, pero importa hidrocarburos porque no tienen dotaciones naturales para hacerlo. En este aspecto de recursos naturales la teoría se aplica, sin embargo, España es importador y exportador de carros. Industria en la cual la teoría no muestra tener relación.

El Comercio Intraindustrial y el Comercio entre Países Similares.

Se define el comercio intraindustrial como “los bienes comercializados son sustitutos en su consumo, en su producción o en ambos” (Grubel & Lloyd, 1975).

A continuación, se presenta información de un estudio realizado donde se hace una revisión general a la teoría mostrando su enfoque, contribuciones y limitaciones.

“La existencia de comercio intraindustrial no significa un cambio en el patrón de especialización, sino una mera consecuencia del insuficiente grado de desagregación de las estadísticas utilizadas, de modo que si la desagregación fuera mayor desaparecería el Comercio Intraindustrial” (González Blanco, 2011).

Esta teoría, además, se basa en distintos factores sin embargo los principales son los siguientes. En primera instancia se plantea que este modelo puede ser explicado por las ventajas comparativas y esto radica que el comercio se basaría en productos sustituibles al consumo, pero con diferentes inputs.

En segunda instancia está el factor de diferenciación de producto. Esto establece que las empresas presentan diferenciación en todos sus productos esta puede ser vertical como calidad y nivel de servicio y horizontal que incluye, marca, diseño y modelo. Será esta diferenciación la que impulse el comercio por parte de los consumidores.

Finalmente están los factores como economía de escala, innovación y diferencias de tecnología.

En relación con las contribuciones hechas por esta teoría, se encuentra que es un modelo más completo que las teorías tradicionales, ya que incluye supuestos más cercanos a la realidad, como tamaño de mercado y restricciones arancelarias, las cuales son parte fundamental del comercio de hoy en día.

Sin embargo, con respecto a las limitantes, esta teoría está basada en hipótesis de competencia perfecta y deja de lado factores como costes de transporte y barreras no arancelarias del comercio. Factores trascendentales en la logística internacional de la actualidad.

Modelos que incorporan las economías de escala y la diferenciación de productos

Estos modelos surgieron gracias al ímpetu de entender el dinamismo y la importancia del comercio intraindustrial, dando como resultado modelos que incorporan economías de escala y diferenciación de productos, ambos en una situación de competencia imperfecta.

Es así como nacen 2 tipos de modelos fundamentales:

- Modelos de competencia monopolística
- Modelos de mercado oligopolísticos conocidos también como modelo de “dumping recíproco”

El modelo de competencia monopolística fue desarrollado por Krugman en 1979 y tiene como base 2 supuestos: 1) existen economías de escala internas a la empresa y 2) el consumidor prefiere variedad en la oferta.

De acuerdo con este modelo, las economías de escala internas existen si es que el coste medio de producción de una unidad disminuye cuando la cantidad total de producción de ese bien aumenta; esto quiere decir que, si la empresa aumenta la inversión en sus recursos, se incrementa la cantidad producida en un porcentaje mayor, los costos fijos se reparten entre mayores cantidades producidas lo que nos da como resultado un menor costo de producción por unidad.

Asimismo, este modelo también explica que el consumidor prefiere tener la opción de escoger que comprar y ver variedades a que solo comprar siempre lo mismo

Es así como estas 2 realidades contrarias se complementan y producen la “competencia monopolística”. La empresa produce una “variedad” de productos que los consumidores consideran algo diferente de las variedades ofrecidas por la competencia (puede ser el diseño, una marca, un atributo, etcétera) por lo que la empresa tiene cierto margen para fijar los precios sin temer que los consumidores compren inmediatamente en la competencia por pequeñas diferencias de precio. Pero, al mismo tiempo, aunque estas variedades no sean exactamente iguales, se sustituyen mutuamente, por lo que cada empresa sigue haciendo frente a la competencia de otros proveedores del mismo sector de producción.

Cabe resaltar que, en el año 1980, Krugman, presentó un modelo en el cual se incluía el costo de transporte, explicaba que, si este costo era muy elevado, la producción debería centrarse en el mercado interno de mayor demanda, a pesar de que exista demanda extranjera.

En conclusión, este modelo aportó el conocimiento de los beneficios que trae a los consumidores tener empresas con economías de escala, bastante competencia y variedad en la oferta de productos y/o servicios, ya que disminuye el precio y es más accesible.

Modelos de «dumping recíproco»

Este modelo fue desarrollado por Brander y Krugman en el año 1983, y se desarrolla en el supuesto de empresas que exportan sus productos. Algunas veces, en mercados de competencia imperfecta, las empresas fijan un precio a los productos exportados diferente a los precios de los productos que son vendidos en el mercado nacional. Las empresas con la intención de generar ventas y comercio internacional fijan un menor precio al producto exportado, a esta práctica se le llama discriminación de precios o mejor conocida como dumping.

Este modelo se explica mejor si suponemos que existen 2 monopolios, uno en cada país, ambos producen los mismos bienes con los mismos costos y con consumidores de iguales gustos. El problema aparece porque a la ecuación se suman los costos de transporte, de forma que si ambos monopolios tienen el mismo precio de venta no habría comercio, es allí donde surge el dumping, ya que, si la empresa quiere ganar más, va a tener que vender más en su mercado nacional, pero a costa de reducir el

precio de venta, lo que obviamente no le conviene. Por el lado contrario, sí convendría que cada empresa monopolista de cada país venda sus unidades adicionales en otro mercado a un precio menor que en el mercado doméstico ya que eso le generaría ganancias e ingreso en ese mercado; es así como nace el “dumping recíproco” (Brander & Krugman, 1983).

6.2 Marco conceptual

En el presente capítulo se desarrollará el contexto del estudio y las definiciones relevantes del problema de investigación las cuales serán utilizadas a lo largo del presente trabajo académico.

Limón Tahití

Citrus latifolia es el nombre científico al que se refiere el Limón Tahití. Es un fruto redondeado en la base color verde que no contiene semillas. Su presentación es fresca y se comercializa bajo la partida arancelaria (P.A) 0805.50.22.00.

El clima que posibilita su producción está presente en diferentes partes del país, siendo las regiones más destacadas en su cosecha Lambayeque, Piura, Ica y la Libertad. (SIICEX, 2014).

La ventaja del Limón Tahití es que es una Fruta fresca que se puede ofertar en contra estación tal como se exporta otra fruta, parte de la esencia de la investigación es porque el limón Tahití no ha crecido (SIICEX, 2014).

El limón al ser un producto perecible, una de las desventajas que se encuentran es la precaria logística, ya que el producto puede madurar a mitad de camino y ya no ser atractivo para el mercado de destino (SIICEX, 2014).

Oferta

A continuación, se desarrollan los principales países de la región competidores en la exportación del Limón Tahití

Brasil

Si bien Brasil no es el principal exportador de limón en el mundo, ya que México ocupa ese lugar, Brasil sí es el principal exportador de limón persa o llamado también limón

Tahití en el mundo, ya que esta variedad representa el 98% de su oferta exportable de limones y el otro 2% está constituido por las otras variedades.

De acuerdo con los datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) en el año 2018, el área cosechada de limón y limas en Brasil fue de 52 784 hectáreas, cuyo rendimiento fue de 280 638 hg/ha y una producción de 1 481 322 toneladas.

Asimismo, la región Sudeste de Brasil es la región más fuerte en la producción de cítricos y cafés. Sao Paulo, Minas Gerais y Bahía son los mayores productores de limón en Brasil, Sao Paulo es el principal productor responsable del 51% del área cosechada y del 79% de la producción brasileña. También he de recalcar que el 93% de la producción se destina al consumo nacional y solo el 7% a la exportación, lo cual podemos verificar con las cifras del 2018, ya que el total de producción fue de 1 481 322 toneladas y solo 97 502 ton se exportaron, quedando para el consumo nacional una cantidad de 1 383 820 toneladas de limón persa. (Associação Brasileira dos Produtores Exportadores de Frutas e Derivados, 2019)

En el 2019, Brasil creció un 8% respecto al año anterior, cerrando las exportaciones de limón persa en 105 488 691 TN con un valor FOB de \$99 448 066.

Figura 6.1

Crecimiento de las exportaciones brasileñas del limón Tahití, expresado en toneladas



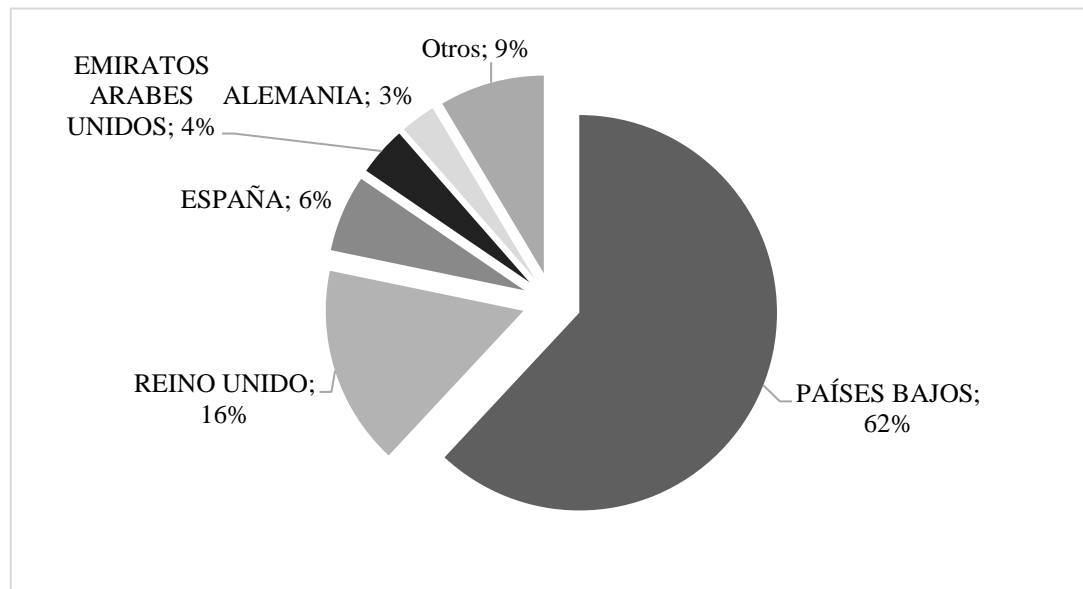
Nota. De *Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití*, por Veritrade, 2020 (<https://business2.veritrade.com/es/mis-busquedas>)

Europa es el principal mercado para las exportaciones del limón persa proveniente de Brasil. Países Bajos es el importador más resaltante que tiene, ya que representa un total del 62% de toda la oferta exportable de la variedad Tahití brasileña,

seguido de Reino Unido el cual representa el 16%. Cabe resaltar que los 2 países antes mencionados son los importadores más destacados dentro de la Unión Europea.

Figura 6.2

Distribución de principales mercados del limón persa brasileño (PA:0805502200)



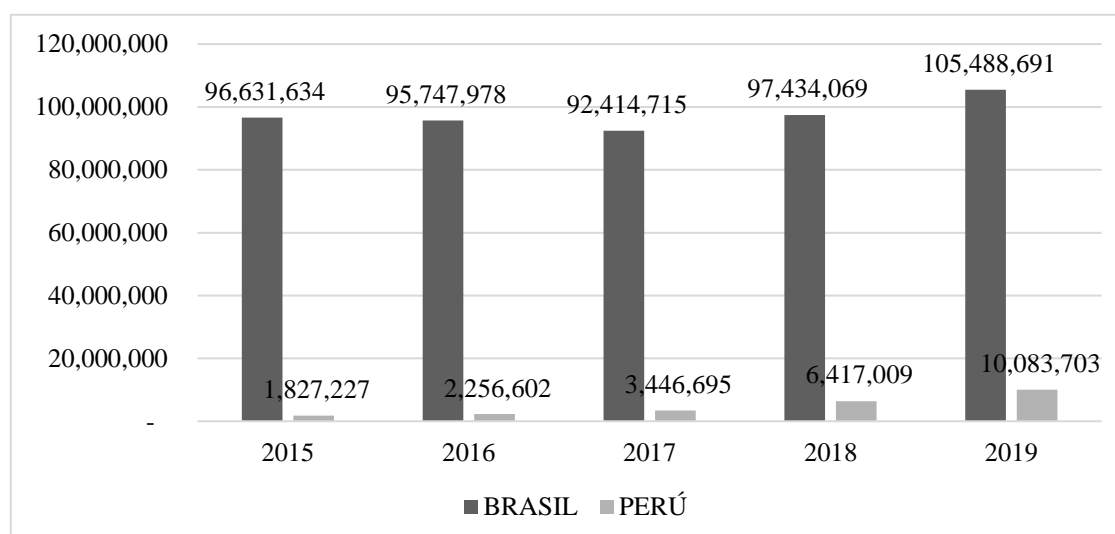
Nota. De Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití, por Veritrade, 2020 (<https://business2.veritrade.com/es/mis-busquedas>)

Brasil es un país 8 veces más grande que Perú, el área brasileña es 8 516 millones km² y el peruano es de 1 285 millones km², lo cual le da mucho más espacio para el desarrollo de la agricultura. Como señalamos anteriormente, en el año 2018 Brasil tuvo una superficie cosechada de 52 784 hectáreas con una producción de 1 481 322 toneladas, mientras que Perú tuvo una superficie cosechada de 27 170 hectáreas y una producción de 275 594 toneladas (Associação Brasileira dos Produtores Exportadores de Frutas e Derivados, 2019).

Comparando las cifras exportadas entre Brasil y Perú, se nota el largo camino y esfuerzo que aún nos toca recorrer o intentar crecer.

Figura 6.3

Exportaciones del limón persa entre Brasil y Perú, expresados en Kg (PA:0805502200)



Nota. De *Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití*, por Veritrade, 2020 (<https://business2.veritrade.com/es/mis-busquedas>)

Adicionalmente, el clima que tiene Brasil es muy favorable para la siembra y desarrollo de los árboles de limones persa, ya que este fruto necesita estar entre 25 y máximo 38°C. El clima tropical es el más predominante dentro del país, factor importante para el crecimiento de este fruto. En el Sudeste de Brasil, los inviernos son suaves y frescos, por ende, no baja mucho la temperatura y no llegan a ser días fríos, afectando así el desarrollo del limón Tahití, además en esta región suele llover de forma regular de octubre a marzo, siendo los picos en verano, en los meses entre diciembre y febrero y la época seca es desde mayo a agosto, con lo cual entendemos que la época seca es corta y no paraliza la producción.

Con respecto a los precios que Brasil exporta el limón Tahití tenemos la siguiente tabla, en la cual podemos visualizar que su precio oscila entre \$ 0,80 y \$0,94 el Kg. En el año 2019, Brasil vendió el kg de limón persa en \$0,94 y Perú en \$0,92.

Tabla 6.2

Comparación precio por KG de exportación del limón Tahití entre Brasil y Perú

Países Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
Brasil	\$0,81	\$0,94	\$0,89	\$0,91	\$0,94
Perú	\$1,18	\$1,07	\$1,05	\$0,93	\$0,92

Nota. De *Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití*, por Trade Map, 2020 (<https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es&AspxAutoDetectCookieSupport=1>)

México

México es el principal país exportador de limón, posee 3 variedades principales: limón persa o sin semilla (*Citrus latifolia*), limón mexicano, verde o amargo (*Citrus aurantifolia*) y limón amarillo o italiano (*Citrus lemon*). Sin embargo, Brasil lo supera en la exportación de la variedad del limón Tahití. Este fruto es uno de los más importantes dentro de la dieta mexicana, el consumo nacional representa el 70% de todo el cultivo y el 30% restante se destina a la exportación. (El limón persa ocupa el segundo lugar como un producto de exportación en México, 2018)

De acuerdo con los datos de la FAO, en el año 2018, el área cosechada de limón y limas en México fue de 175 826 hectáreas, cuyo rendimiento fue de 144 907 hg/ha y una producción de 2 547 834 toneladas.

Las principales regiones en las cuales se cultiva el limón son: Oaxaca, Veracruz, Colima y Michoacán, quienes en grupo representan el 75% del cultivo total mexicano.

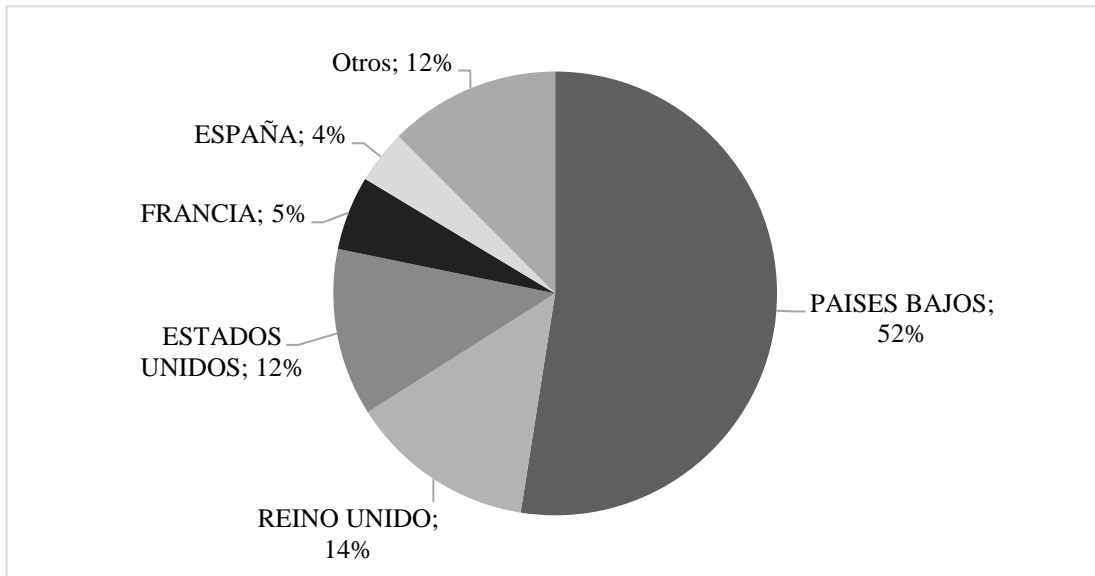
Dentro de México las zonas productoras de las diversas variedades de limón están bien diferenciadas; los estados de Tabasco, Veracruz y Chiapas son los principales lugares de cultivo del limón Tahití a diferencia de los estados que se encuentran en la costa del Pacífico, cuya producción en su mayoría es el limón mexicano para abastecimiento nacional.

La variedad que se exporta es el limón Tahití y la variedad de limón mexicano se deriva al consumo nacional. Se estima que cada mexicano consume 14,3Kg de limón mexicano al año. (El limón persa ocupa el segundo lugar como un producto de exportación en México, 2018)

En los últimos años en México, se ha visto un incremento en la producción del limón Tahití o comúnmente llamado limón persa, debido a la creciente demanda de sus principales mercados. El 52% del limón persa mexicano va dirigido hacia Países Bajos, el 14% hacia Reino Unido y el 12% hacia su país vecino, Estados Unidos.

Figura 6.4

Distribución de principales mercados del limón persa mexicano (PA:0805502200)

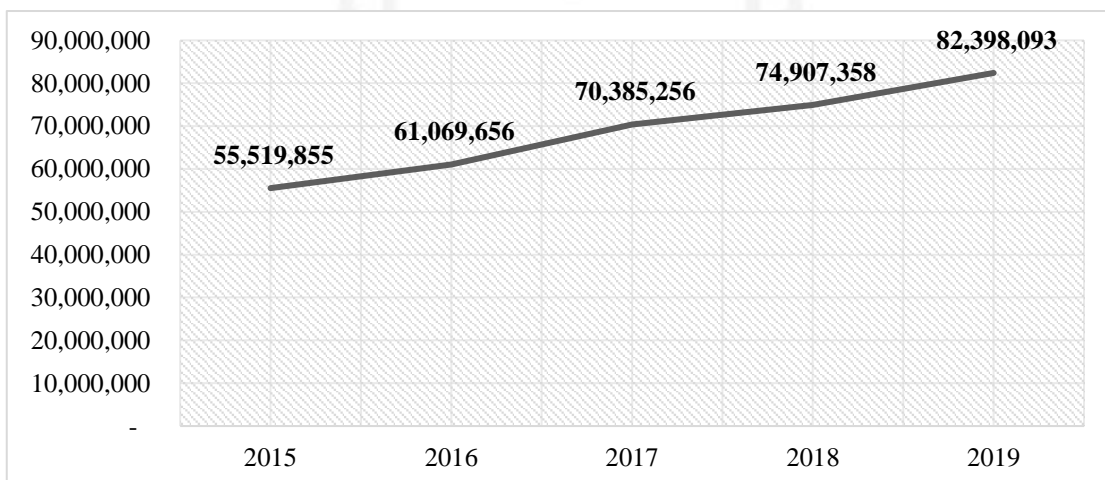


Nota. De Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití, por Veritrade, 2020 (<https://business2.veritrade.com/es/mis-busquedas>)

Desde el 2015, México viene creciendo 10% anualmente en sus exportaciones del limón persa, cerrando así el 2019 con 82 398 093,448 TN exportadas, las cuales representan el 11,031% del total exportado de limones en general (todas las variedades). En el siguiente gráfico podrá observar el crecimiento de las exportaciones mexicanas correspondientes solamente al limón persa.

Figura 6.5

Crecimiento de las exportaciones mexicanas del limón Tahití, expresados en Kg



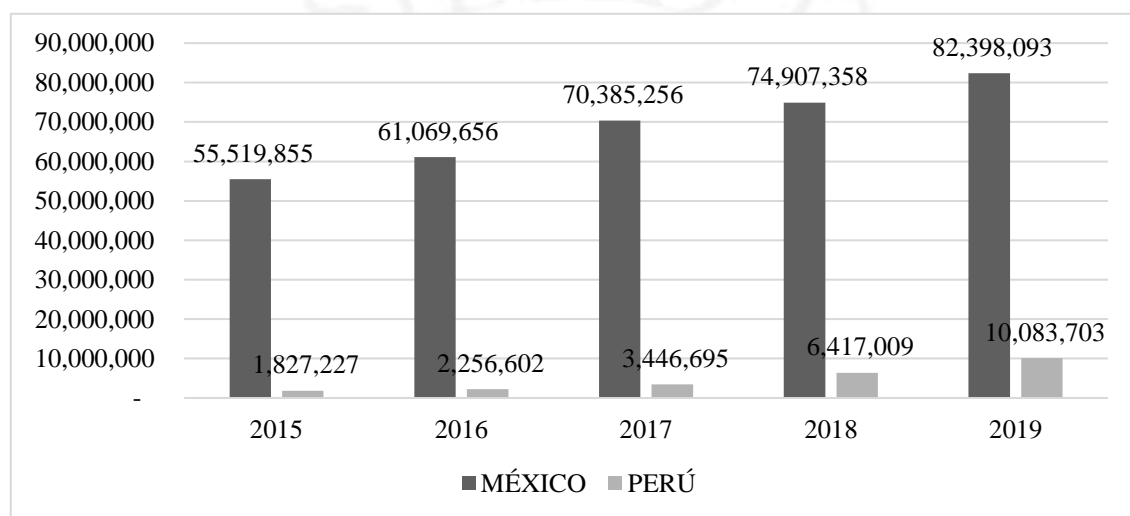
Nota. De Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití, por Trade Map, 2020 (<https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es&AspxAutoDetectCookieSupport=1>)

Si comparamos las cantidades exportadas de limón Tahití entre México y Perú podremos ver la gran diferencia que hay entre ambos países, ya que, en el 2019, México registró exportaciones del limón persa en 82 398 093,448 TN mientras que Perú exportó 6 417 008,7 TN; sin embargo, cabe resaltar que Perú ha tenido un incremento considerable a lo largo de los años y tuvo un increíble crecimiento del 2018 al 2019 en un 57%, ya que cerró 2019 con cantidades exportadas de 10 083 702,8 TN.

Figura 6.6

Exportaciones del limón persa entre México y Perú, expresados en Kg.

(PA:0805502200).



Nota. De Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití, por Veritrade, 2020 (<https://business2.veritrade.com/es/mis-busquedas>)

En cuanto a requerimientos de clima, suelo y estacionalidad nos referimos, México se caracteriza por el cultivo de limón durante todo el año, acentuando su producción de julio a noviembre, debido a que tienen un clima cálido y con lluvias en su mayoría, ya que si mencionamos las principales variables para el correcto desenvolvimiento del fruto podemos nombrar: temperatura, radiación solar, precipitación, viento y textura (El limón persa ocupa el segundo lugar como un producto de exportación en México, 2018).

El clima de México en general es caliente y templado; y en la mayor parte de los estados mexicanos, el clima es predominantemente soleado durante todo el año, lo cual es muy beneficioso para la siembra del limón persa ya que este fruto necesita una temperatura de 25 a 31°C, mientras más frío está el clima, más lento será el crecimiento del fruto y mientras menos radiación solar reciba menos yemas florales se desarrollarán.

Además, este fruto necesita una importante disponibilidad de agua, lo cual no es problema en el país mexicano ya que usualmente suele llover bastante y poseen suelos con textura franco arenosos y arcillosos, excelentes para este fruto.

Referente a los precios con los cuales México sale al mercado internacional, en el 2019 el precio por Kg de limón Tahití para exportación fue de \$1,10 mientras que el Perú exportó con el precio de \$0,92 por Kg.

Tabla 6.3

Comparación precio por KG de exportación del limón Tahití entre México y Perú

Países Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
México	\$1,07	\$1,19	\$1,11	\$1,04	\$1,10
Perú	\$1,18	\$1,07	\$1,05	\$0,93	\$0,92

Nota. De Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití, por Veritrade, 2020 (<https://business2.veritrade.com/es/mis-busquedas>)

Aproximadamente el 50 % de las exportaciones de limón persa en México, corresponden a un grupo de empresas importantes, la más resaltante es la empresa Integradora Veracruzana de frutas tropicales SPR de RL, la cual representa el 16,55% de la oferta exportable de limón Tahití mexicano.

Tabla 6.4

Principales empresas mexicanas exportadoras de limón Tahití

Empresas	% de oferta exportada
Integradora Veracruzana de Frutas Tropicales Spr De Rl	16,55%
Productora Agrícola De Cítricos Potosinos S. de R.L. de C.V.	13,14%
Exotimex Sa De Cv	6,88%
Costa De Veracruz Sa de C.V.	6,41%
Citrícola Couturier S.A. de C.V.	5,70%
Otros	51,32%

Nota. De Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití, por Trade Map, 2020 (<https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es&AspxAutoDetectCookieSupport=1>)

Argentina

Argentina ocupa el 3er lugar como competencia del Perú a nivel regional, si bien las cantidades exportadas por Argentina no se comparan con las cantidades que comercializa Brasil ni México, este país sí representa competencia para el Perú.

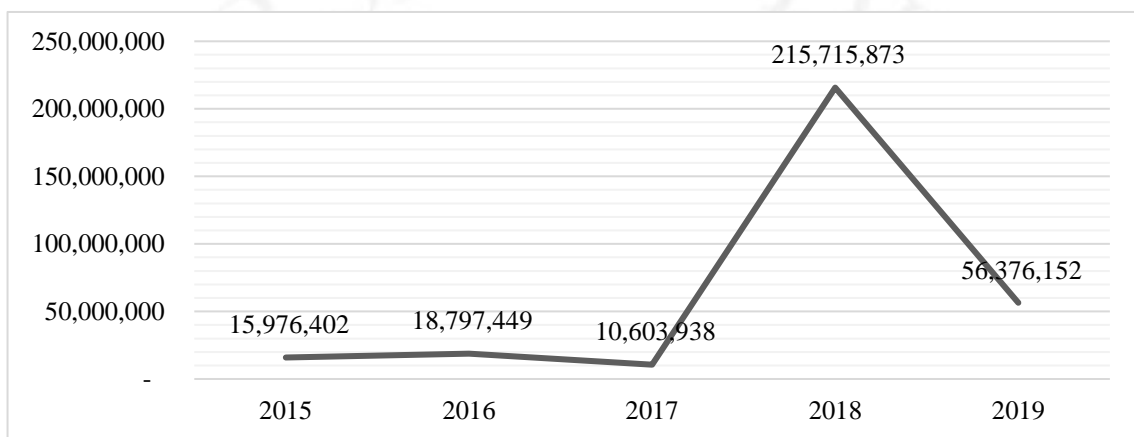
El flujo de exportaciones del limón Tahití en Argentina es variante, ya de del 2015 al 2017 tuvo comportamiento estándar y promedio, sin embargo, en el 2018, las

cifras se dispararon y cayeron en el año 2019 a más del 280% y esto también sucedió con el resto de sus exportaciones, no solo las agroindustriales.

En la siguiente figura podemos apreciar las cantidades exportadas del limón Tahití provenientes de Argentina durante el periodo del 2015 al 2019, como se puede visualizar el pico más alto fue alcanzado en el año 2018, exportando 215 715 873 Kg de la variedad persa, representando así el 79% de toda la oferta exportable argentina del limón.

Figura 6.7

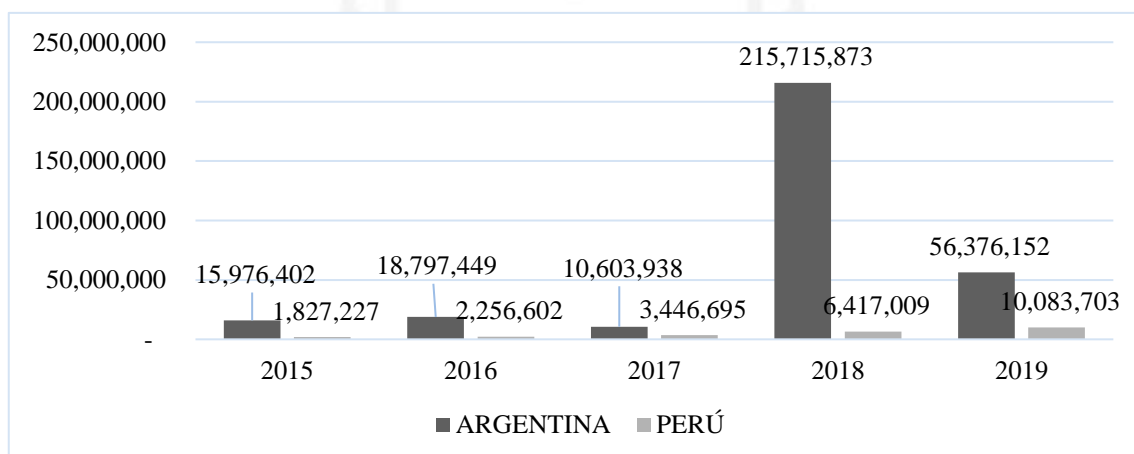
Crecimiento de las exportaciones argentinas del limón Tahití, expresados en Kg



Nota. De Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití, por Veritrade, 2020 (<https://business2.veritrade.com/es/mis-busquedas>)

Figura 6.8

Exportaciones del limón persa entre Argentina y Perú, expresados en Kg

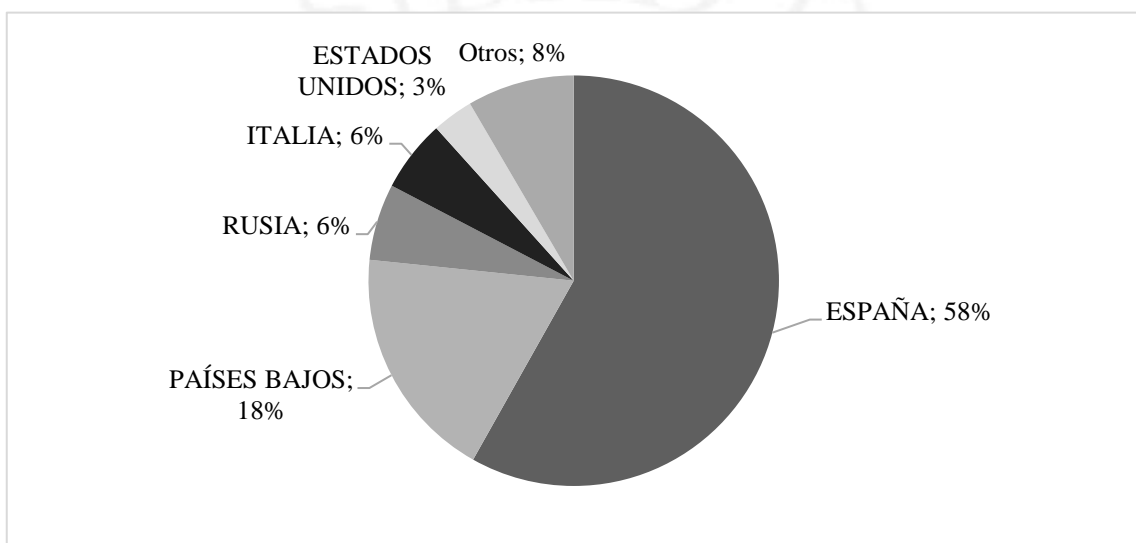


Nota. De Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití, por Veritrade, 2020 (<https://business2.veritrade.com/es/mis-busquedas>)

Los principales mercados internacionales a los que Argentina exporta son países de la Unión Europea, lo cual podemos que se repite en los otros países ya que UE está consumiendo más este fruto y además que Holanda es un Hub muy importante y desde allí se distribuye al resto de Europa, sin embargo, con Argentina vemos una diferencia y es que España es su principal importador de limones Tahití, representado el 58% del total US\$ FOB exportado en la variedad persa, dejando así en 2do lugar a Holanda con un 18% (Federcitrus, 2018).

Figura 6.9

Distribución de principales mercados del limón persa argentino (PA:0805502200)



Nota. De Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití, por Veritrade, 2020 (<https://business2.veritrade.com/es/mis-busquedas>)

En Argentina, en el año 2018, el área cosecha de limón y limas fue de 57 665 hectáreas, con un rendimiento de 344 993 hg/ha y una producción de 1 989 400 toneladas. La producción del limón en Argentina está diferenciada en 2 regiones el NOA y el NOE, es decir tenemos al noroeste argentino y al noreste argentino.

La región en la cual se localiza la mayor producción de limón es la región Noroeste (NOA) ya que produce el 62% de toda la oferta exportable de limones en Argentina y esto se debe a que está compuesto por las principales provincias productoras de limón, como son: Tucumán, Salta y Jujuy, con producciones de 1 300 000 TN, 240 270 TN y 47 000 TN, respectivamente.

En la región NOE, la principal provincia es Corrientes con una producción de 60 615 TN, seguida de Entre Ríos con una producción 16 200 TN. Además, cabe resaltar que la producción del limón en Argentina va desde enero a diciembre, siendo el

mes de Julio el pico para las exportaciones de cítricos. Asimismo, respecto al clima, solo en la parte norte del país, justamente donde se encuentran las 2 regiones NOA y NOE, el clima es cálido y se denomina subtropical, este clima tiene 3 subdivisiones: subtropical con estación seca, subtropical sin estación seca y subtropical serrano, lo cual es favorable para el sembrado del limón Tahití (Federcitrus, 2018).

Argentina, no solo se diferencia del resto por tener a España como principal comprador, también se diferencia por los bajos precios con los que comercializa; en el 2019, Argentina exportó a \$0,2 el kg y el 2015, el precio con el cual se comercializó fue el más bajo registrado en la historia.

Tabla 6.5

Comparación precio por KG de exportación del limón Tahití entre Argentina y Perú

Países Exportadores	2015	2016	2017	2018	2019
Argentina	\$0,19	\$0,34	\$0,40	\$0,31	\$0,20
Perú	\$1,18	\$1,07	\$1,05	\$0,93	\$0,92

Nota. De Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití, por Trade Map, 2020 (<https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es&AspxAutoDetectCookieSupport=1>)

Aproximadamente más del 50% del limón persa exportado por Argentina en el 2019, solo les corresponde a 2 empresas, la primera F.G.F Trapani SRL, empresa ubicada en la provincia de Tucumán y principal exportador en Argentina con bastante experiencia en el mundo agro y presente en diversas ferias comerciales alrededor del mundo, representando el 27,02% y seguido de padilla Pablo José con el 26,67%.

Tabla 6.6

Principales empresas argentinas exportadoras de limón Tahití

Empresas	% de oferta exportada
F.G.F Trapani S.R.L.	27,02%
Padilla Pablo José	26,67%
N/A	14,86%
S.A. Veracruz	6,62%
Diego Zamora e Hijo S.R.L	5,00%
Otros	19,83%

Nota. De Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití, por Trade Map, 2020 (<https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es&AspxAutoDetectCookieSupport=1>)

A continuación, se presenta las definiciones de Oferta a utilizar en la presente investigación.

Tabla 6.7

Definiciones de Oferta

Término	Definición	Autor
Oferta	“Oferta se define como todos los bienes y servicios disponibles en el mercado que los socios comerciales pueden adquirir a cambio de dinero, bienes materiales u otros servicios”	(Ionos, 2019)
Oferta exportable	“La cantidad de productos competitivos que tiene una región para negociarlos o venderlos en los mercados internacionales, se debe tener en cuenta que el producto ofertado cumple con los requisitos del país importador en cuanto a calidad, precio y demás variables”	(Coral Rojas et al., 2019)

El término de oferta a utilizar en el presente trabajo académico será una combinación de las definiciones anteriormente presentadas. De la definición de Ionos (2019) se destaca “que los socios comerciales pueden adquirir a cambio de dinero bienes materiales u otros” mientras que de la definición de Coral Rojas et al. (2019) se destaca “La cantidad de productos competitivos que tiene una región para negociarlos o venderlos en los mercados internacionales.... Cumple con los requisitos del país importador en cuanto a calidad, precio y demás variables”.

Es de esta manera que la definición de oferta del presente trabajo será; “la cantidad de bienes que tiene un país exportador para vender, los cuales cumplen con los requisitos de calidad y precio, a un país demandante.”

Barreras arancelarias y pararancelarias

En la actualidad, las barreras arancelarias no representan un obstáculo ya que la mayoría de los países son partícipes de tratados de libre comercio, lo que permite la circulación de productos / servicios sin pago de arancel.

Respecto a las barreras paraarancelarias, estas están relacionadas en su mayoría a restricciones sanitarias las cuales pueden contrarrestarse con los certificados y análisis de calidad e inocuidad.

Chile

En Chile, los requisitos fitosanitarios son:

- a. Certificado Fitosanitario (debe consignar el número de precinto)
- b. Certificado de planta de empaque
- c. Certificado de lugar de producción
- d. Permiso fitosanitario de importación

No es necesario que, al ingreso, el fruto pase por un tratamiento de cuarentena, ni solicita requisitos de etiqueta, pero sí debe tener una declaración de qué ha sido inspeccionado y está libre de las plagas *Ecdytolopha aurantianum*, *Dysmicoccus brevipes*, *Ferrisia virgata*, *Nipaecoccus nipae*, *Lepidosaphes gloverii*, *Parlatoria pergandii*. (Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú, 2020)

Asimismo, certificar que los frutos enviados deben tener una coloración verde en un 100% en toda la cáscara, sin heridas ni daños; debiendo haber sido sometidas a un proceso de lavado, cepillado y selección. Una vez que se hayan escogido los frutos a exportar, se debe verificar que, al momento de empaquetar en envases nuevos, no deben contener: hojas, flores, suelo, materia orgánica u otra impureza.

Chile no exige que se cumplan los requisitos sanitarios presentados mediante certificación, lo cual significa que el país como tal no exige que se certifique que el fruto no cuente con los límites máximos de residuos como contaminantes químicos, ingredientes activos de plaguicidas, micotoxinas, metales, contaminantes y agentes microbiológicos; ya que normalmente el comprador o empresa importadora es la que exige esos niveles de residuos (SENASA, 2020).

Reino Unido

En Reino Unido los requisitos fitosanitarios son:

- a. Certificado Fitosanitario
- b. Certificado de lugar de producción (excepto para uso industrial)
- c. Certificado de planta de empaque (SENASA, 2020).

No es necesario que al momento del ingreso el fruto pase por un tratamiento de cuarentena, ni solicitan de manera obligatoria seguir requisitos de etiqueta, pero sí es obligatorio tener una declaración de qué ha sido inspeccionado y está libre de las plagas *Xanthomonas citri* pv. *Aurantifolii*, *Pseudocercospora angolensis* (T. Carvalho & O. Mendes) Crous & U. Braun, *Phyllosticta citricarpa* (MacAlpine) Van der Aa y *Tephritidae*(non-european).

Es importante declarar que las frutas empaquetadas están libres de pedúnculos y hojas, también es crucial que el empaquetado cuente con sello de origen apropiadamente puesto.

Reino Unido no exige que se cumplan los requisitos sanitarios presentados mediante certificación.

Panamá

En Panamá los requisitos fitosanitarios son:

- a. Certificado Fitosanitario (contenedor con precinto del SENASA)
- b. Certificado de lugar de producción
- c. Certificado de planta de empaque
- d. Requerimiento de etiquetado (debe estar especificado el código de país, código de planta de empaque y el código de lote) (SENASA, 2020).

No es necesario que al momento del ingreso el fruto pase por un tratamiento de cuarentena, pero sí es obligatorio tener una declaración de qué ha sido inspeccionado y está libre de las plagas *Parlatoria pergandii*, *Diaspidiotus perniciosus*, *Phyllocoptruta oleivora* y *Panonychus citri*.

Y al igual que los otros países, Panamá no exige que se cumplan los requisitos sanitarios presentados mediante certificación.

Países Bajos

En Países Bajos los requisitos fitosanitarios y el proceso de inspección de plagas, etiquetado y tratamiento cuarentenario es el mismo que Reino Unido aplica para las importaciones de limón Tahití de origen peruano, anteriormente señalado (SENASA, 2020).

Estados Unidos

En este país los requisitos fitosanitarios son:

- a. Certificado Fitosanitario (se debe consignar el número de precinto y debe ser emitido en el idioma inglés)
- b. Certificado de lugar de producción.
- c. Certificado de planta de empaque

- d. Requerimiento de etiquetado (debe decir el nombre y el código del lugar de producción, así como también el código de planta de empaque) (SENASA, 2020).

No es necesario que, al ingreso, el fruto pase por un tratamiento de cuarentena, pero sí debe tener una declaración de qué ha sido inspeccionado y está libre de la plaga *Ecdytoplopha aurantianum*.

Estados Unidos no exige que se cumplan los requisitos sanitarios presentados mediante certificación.

A continuación, se presenta las definiciones de Barreras Arancelarias y Paraarancelarias a utilizar en la presente investigación.

Tabla 6.8

Definición de barreras arancelarias y paraarancelarias

Término	Definición	Autor
Barreras arancelarias	“Es un tributo superpuesto a los recursos importados de un país. En el momento que un buque llega a un puerto aduanero, el oficial de aduana fiscaliza el contenido de la carga y pone un tributo (impuesto) según la tasa establecida para esa clase de producto.”	(Oliveros, 2021)
Barreras paraarancelarias	“Las barreras paraarancelarias son medidas que aumentan el costo de las importaciones de forma análoga a como lo hacen las medidas arancelarias, es decir, en un determinado porcentaje o suma, calculados respectivamente sobre la base del valor o de la cantidad. Se distinguen básicamente 4 grupos: recargos aduaneros, gravámenes adicionales, gravámenes internos sobre productos importados y aforo aduanero basado en un precio administrativo.”	(SIICEX, 2014)

La definición de barreras arancelarias y para arancelarias del presente trabajo estará dada por lo definido por Oliveros y SIICEX, respectivamente.

Inteligencia de mercados

La inteligencia de mercados se presenta importante al existir diversos requisitos que el Limón Tahití debe tener para que los distintos demandantes del mercado lo adquieran, los cuales deben de conocerse para lograr un intercambio comercial exitoso.

Sin embargo, muchas empresas agroexportadoras peruanas aun no desarrollan un área de inteligencia de mercados y las investigaciones siguen siendo muy escasas, tanto por el lado privado como por el lado Público.

Tabla 6.9*Inteligencia de mercados*

Término	Definición	Autor
Inteligencia de mercados	“La Inteligencia de Mercado se define como el conocimiento del mercado mediante el manejo permanente del flujo de información para determinar el comportamiento de las empresas y las tendencias del mercado donde hacen presencia. Así mismo podemos definir la Inteligencia de Mercado como el conocimiento del comportamiento de las variables críticas que definen un mercado objetivo.”	(Roe Smithson & Asociados, 2012)
Inteligencia de mercados como servicio	Se investiga “Ingresos a nuevos mercados, Dimensionamiento de mercado e inteligencia competitiva”	(Advantage Market Intelligence, 2021)

La definición de inteligencia de mercado en el presente trabajo será una combinación de las definiciones anteriormente presentadas. De la definición de Roe Smithson & Asociados (2012) se considera “Así mismo podemos definir la Inteligencia de Mercado como el conocimiento del comportamiento de las variables críticas que definen un mercado objetivo”. Por otro lado, de Advantage Market Intelligence se considera “Ingresos a mercados, Dimensionamiento de mercado”.

Por lo anterior la definición de inteligencia de mercados a utilizar será “La inteligencia de mercados pretende conocer el dimensionamiento del mercado al que se quiere entrar, así como su comportamiento de variables críticas”.

Demanda

Al año 2019 encabezando la lista de principales compradores se encuentra Estados Unidos. Dado que este país, se vuelve cada vez un país más diverso, las preferencias de frutas se diversifican también. Existen diversos grupos que se encuentran en la búsqueda de alimentos exóticos, específicamente refiriéndonos a frutas tropicales.

Es de esta manera que la globalización de las culturas, la mayor preocupación por la salud y la creciente educación como programas televisivos que fomentan el consumo de productos naturales, que el mercado de frutas tropicales se ve en crecimiento (Produce Marketing Association, 2017).

Referente a una segmentación más específica de consumo la mayoría de los consumidores de frutas tropicales son los habitantes de los estados de Florida,

California y Texas, estados con mayor número de latinos (Hernández-Nieto & Gutiérrez, 2017).

En cuanto a las características de las importaciones se establece que Estados Unidos es el primer importador mundial de frutas en general así, como de frutas cítricas con una participación del 13% y 9% respectivamente (Trade Map, 2020).

Referente a los canales de comercialización, Menacho López et al. (2018) comentan que en Estados Unidos los principales intermediarios son los importadores mayoristas

Mientras que los principales distribuidores locales de frutas tropicales son los supermercados. Estos se presentan además como una ventana eficiente para la entrada de nuevas frutas que despierten el interés del consumidor que pase por los pasillos del centro. (Produce Marketing Association, 2017).

En referencia a los trámites solicitados para el ingreso de frutas a los Estados Unidos se requiere el control de pesticidas en los alimentos. Asimismo, se solicita pasar inspección para la importación, así como presentación de un certificado sanitario, de lugar de producción y de planta (Montiel Paternina, 2013).

En cuanto a los países pertenecientes a la Unión Europea destaca en primer lugar Países Bajos y en segundo lugar en Francia. Países Bajos es el primer importador de Europa y el segundo mayor importador el Limón Tahití a nivel mundial. Es el mayor exportador e importador del mundo. Es el principal importador a nivel de fruta y el segundo a nivel mundial según Trade Map. La importación de estas frutas ha crecido en la misma proporción entre el 2015 al 2019 referente a volumen y valor (Trade Map, 2020). Asimismo, es importante recalcar que este país es un importante socio comercial de estos productos en la UE, ya que mucha de las importaciones es reexportada a otros países de la UE (Martín Cerdeño, 2019).

Países bajos posee el puerto más grande de Europa (Rotterdam) y uno de los más grande del mundo por lo que muchas importaciones luego se derivan a los destinos país de la UE. La mayoría del comercio se mueve a través de buques, aunque los productos altamente perecibles son comercializados vía aérea.

Ahora bien, considerando el modelo de distribución en el país, se establece que la gran mayoría de los consumidores adquieren la fruta mediante los supermercados

(Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], 2019; ICEX España Exportación e Inversiones, 2019).

Los requisitos para entrar al mercado de Países Bajos aplican para todos los países miembros de la Unión Europea. Lo primero que el país solicita es que toda la cadena productiva pueda ser rastreada y haya llevado un control de calidad. Para poder lograr lo siguiente se debería contar con la implementación HACCP (Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos). La Unión Europea también controla los siguientes aspectos en las frutas: Contaminantes con pesticidas, contaminantes microbiológicos como virus y control de toxinas (MINCETUR, 2009).

Se debe recalcar que solo algunos productos pasan inspección en frontera antes de entrar al país. Esto se debe a que el importador es el principal responsable de haber revisado que toda la cadena productiva sea segura. Deberá solicitar certificados de calidad, así como el certificado sanitario para importar.

En cuanto al embalaje este debe ser *“respetuoso con el medioambiente”* (MINCETUR, 2009). Sin embargo, se debe revisar que no contenga sustancias que con el contacto a la fruta pueda afectar la salud de los consumidores. En cuanto al etiquetado, este debe incluir lo siguiente:

- Se debe considerar el valor energético, grasas, carbohidratos, proteínas y sales
- Propiedades del producto
- El tamaño de la fuente no debe ser menor a 1,2mm (MINCETUR, 2009).

Francia es el segundo país de la Unión Europea más importante en la importación de frutas. El mercado de la fruta exótica en Francia va en aumento, este tipo de fruta se ha vuelto muy popular entre los consumidores y desde el 2012 ha ido en aumento un 11% en volumen y 50% en términos de valor. Asimismo, cabe destacar que actualmente la fruta se consume durante todo el año en el país a diferencia de épocas pasadas donde su consumo era estacional (MINCETUR, 2009).

Aunque los consumidores franceses poseen una fuerte preferencia por productos del mercado nacional, existe un interés creciente en frutas exóticas. Asimismo, otra tendencia de consumo es el estilo de vida saludable, el cual se hace cada vez más importante (El consumo de frutas exóticas, una moda en Francia, 2018).

Referente a las características del mercado de frutas en Francia, se debe destacar que este país es el cuarto mayor importador de frutas cítricas a nivel mundial y que la tendencia a largo plazo en consumo es un alza en el valor, pero disminución en el volumen (Trade Map, 2020).

Por el lado de los canales de comercialización, el mayor punto de venta en Francia son los supermercados, quienes han desplazado a las cadenas pymes, Asimismo hay una creciente demanda por el E- Commerce (SantanderTrade, 2020).

Los requisitos de ingreso al país son los mismos a los presentados en la información referente a Holanda, ya que ambos países pertenecen la UE.

Como se mencionó, según Trade Map (2020), los países anteriormente mencionados son los principales importadores del Limón Tahití a nivel mundial. Sin embargo, posteriormente veremos que los mayores importadores del limón Tahití exportado por el Perú le exporta a los más grandes, sin embargo, también le exporta a Reino Unido, Chile y Panamá.

En cuanto al Reino Unido, dentro de su población y su consumo cada vez se prefiere los productos frescos y que estos estén disponibles todo el año. Se demanda en mayor variedad y con más calidad. Los alimentos saludables también se solicita que sean funcionales. Esta tendencia afecta a toda Europa ya que padecen con una población con sobrepeso. El Reino Unido representa un mercado creciente para productos orgánicos (Campomanes Llana, 2019).

Referente a las características de mercado, se puede indicar que el consumo de frutas va creciendo tanto en valor como en volumen y que la importación de estas fuera de temporada va en aumento.

En cuanto a los canales de comercialización, la mejor forma para ingresar al Reino Unido es a través de agente o algún importador. Estos últimos poseen una gran red de distribución y poseen almacenes con atmósfera controlada Los supermercados no compran directamente a los exportadores, sin embargo, Supermercados se muestran como los principales proveedores con ventas en aumento (ICEX España Exportación e Inversiones, 2019).

Finalmente, en referencia a los requisitos de ingreso al país para la mercadería, Reino Unido exige certificado fitosanitario, de lugar de producción y de empaque. Es

importante que se declare que las frutas están libres de pedúnculos y hojas, así como que también se coloque el sello de origen.

Referente a Chile, “El crecimiento del consumo de productos frescos en Chile, la falta de producción local en invierno y la novedad de los sabores exóticos son algunas de las razones que abren importantes oportunidades para la exportación de frutas” (Chile: aumenta interés por las frutas exóticas y tropicales colombianas, 2014).

Si bien Chile es un país productor de frutas por excelencia, el consumidor de ese país está abierto a conocer nuevos sabores tropicales. A este interés se suma el mayor consumo de frutas, como snack, en horas de la mañana y en reemplazo del pan (Chile: aumenta interés por las frutas exóticas y tropicales colombianas, 2014).

Este país está con la tendencia de alimentación saludable para evitar problemas de obesidad por lo que buscan productos frescos y de alta calidad para el consumo (Acosta, 2019).

Los canales de comercialización son básicamente los supermercados e Hipermercados, sin embargo, existe la tendencia creciente del comercio al por menor donde los usuarios prefieren acceder a un modelo más cómodo de compra en tiendas al paso y pequeños supermercados (SantanderTrade, 2020).

Dentro de las exigencias de rotulado y restricciones de ingreso, el comprador le solicitará al proveedor el certificado sanitario de la fruta. En cuanto a los empaques estos deben ser nuevos y de primer uso, deben ser rotulados con el país de origen y departamento de origen tener el nombre de la especie vegetal así del productor y de la empaquetadora. Además, debe tener la fecha de vencimiento (MINCETUR, 2009).

Finalmente, está Panamá, “Aunque el mercado comercial de Panamá sea pequeño, este ofrece un gran potencial de negocio debido a su poder adquisitivo y apertura a nuevos productos” (MINCETUR, 2009). Se conoce que existe una demanda insatisfecha en el sector alimenticio por parte de Panamá, por lo que buscan importar distintos productos de calidad. “entre otros, los empresarios y las autoridades panameñas son conscientes de que las oportunidades comerciales del sector agro están a favor de Perú, por ello, han manifestado su interés de comprar algunos productos como frijol de palo (Guandú), cítricos, uvas, entre otros, para complementar la oferta de comestibles disponible en el país” (MINCETUR, 2009). Panamá, considera al Perú un

proveedor confiable, sin embargo, uno de los requisitos de ingreso son el certificado sanitario (Gaceta Oficial Digital, 2019).

Este país cuenta con aproximadamente 35 restaurantes peruanos, los que demandan productos étnicos peruanos para darle sabor a las comidas. Existe una apertura por parte del consumidor panameño a las frutas exóticas (MINCETUR, 2009).

Ahora bien, revisando al año 2019 las estadísticas de cada uno de estos países, obtenemos la siguiente información en cuanto sus principales proveedores. En el caso de Estados Unidos se observa que su principal proveedor es México, el cual satisface la demanda con un 97,38% del total importado. El 2,62% restante pertenece a los siguientes 13 países.

Tabla 6.10

Principales proveedores de Estados Unidos del Limón Tahití al 2019 en dólares

Exportadores	Valor CIF USD (miles) importado del 2019	% del total
México	479,723	97.38%

Nota. De Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití, por Veritrade, 2020 (<https://business2.veritrade.com/es/mis-busquedas>)

En el caso de Países Bajos, se obtiene que sus principales proveedores son México y Brasil, sumando un total ambos 85.02% del total importado. El 14.98% de diferencia pertenece a los 104 países restantes.

Tabla 6.11

Principales proveedores de Países Bajos del Limón Tahití al 2019 en dólares

Exportadores	Valor CIF USD (miles) importado del 2019	% del total
Brasil	76,681	53.76%
México	44,579	31.26%

Nota. De Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití, por Veritrade, 2020 (<https://business2.veritrade.com/es/mis-busquedas>)

Luego, está Francia teniendo como principales socios comerciales al igual que Holanda; Brasil y México, ambos sumando un total de 73,49% dejando el 26,51% restante a los siguientes 59 países.

Tabla 6.12

Principales proveedores de Francia del Limón Tahití al 2019 en dólares

Exportadores	Valor CIF USD (miles) importado del 2019	% del total
Brasil	17,292	50.87%
México	7,690	22.62%

Nota. De Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití, por Veritrade, 2020 (<https://business2.veritrade.com/es/mis-busquedas>)

Lo obtenido anteriormente de la estadística, sustenta a lo que indica la literatura y es que, Brasil y México son los principales oferentes a nivel mundial del Limón Tahití.

Referente a los principales destinos de las exportaciones del limón Tahití peruano, se obtienen los siguientes cuadros de Veritrade.

Tabla 6.13

Principales destinos de las exportaciones del Limón Tahití peruano al 2017-2019 en kilogramos.

País de destino	Total Kg 2017	Total Kg 2018	Total Kg 2019	Variación 2017-2019%
Chile	2 156 004	4 047 959	5 724 831	165,52%
Reino Unido	473 805	883 544	1 688 656	256,40%
Países Bajos	344 107	321 118	628 256	82,58%
Panamá	268 069	733 959	865 262	222,77%
Estados Unidos	85 114	232 154	990 409	1063,62%

Nota. De Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití, por Veritrade, 2020 (<https://business2.veritradecorp.com/es/mis-busquedas>)

Ahora bien, en base la última tabla Estados Unidos fue el país que más subió también en cantidad, por lo que podría iniciarse que lo establecido anteriormente sería correcto. El aumento se dio en la cantidad. El segundo país que tuvo mayor cantidad de crecimiento fue Reino Unido, comparando con el cuadro anterior este país fue el segundo país con más disminución en valor por kilo, lo que podría establecer nuevamente que la tendencia es al aumento en volumen mas no en valor. Finalmente, Chile fue uno de los países en mostrar el menor crecimiento, sin embargo, es el país que sigue presentando la mayor demanda en cantidad.

Tabla 6.14

Principales destinos de las exportaciones del Limón Tahití peruano 2017-2019 en dólares y kilogramos.

País de destino	Total FOB (miles) 2017-2019 USD	% del total	Total Kg 2017-2019	FOB USD/Kg
Chile	8 928	47,44%	11 928 794	0,748
Reino Unido	3 747	19,91%	3 046 006	1,23
Panamá	1 923	10,22%	1 867 290	1,03
Estados Unidos	1 638	8,70%	1 307 677	1,253
Países Bajos	1 888	10,03%	1 293 483	1,46

Nota. De Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití, por Veritrade, 2020 (<https://business2.veritradecorp.com/es/mis-busquedas>)

En la tabla 2.8, se puede apreciar que dos de los países con mayor valor son Estado Unidos y Países Bajos siendo 1 253 y 1 460 el valor por kg. En un inicio se

podría indicar que el precio influiría en la venta del producto al mercado internacional, sin embargo, Países Bajos es el país que tiene el precio mayor y es el país que ha crecido menos en cantidad de kilogramos vendida, mientras que Estados Unidos a pesar de tener menor precio se le ha vendido más cantidad. La misma figura ocurre con Chile que a pesar de tener el precio más bajo, aun la venta es mayor en cantidad que a Países Bajos. Con esto se podría concluir que la cantidad exportada no necesariamente es indirectamente proporcional al valor, esto puede deberse a que el precio es muy alto en comparación a otros ofertantes en el mercado por lo que la demanda bajaría. Por otro lado, podría también indicarse que como fue mencionado anteriormente Chile durante estos años se ha presentado como el principal socio comercial en cantidad, superando inclusive la suma de los demás países, si bien el valor es el menor la cantidad se presenta como compensación.

Anteriormente, se analizó los principales países demandantes a nivel mundial del Limón Tahití y sus principales ofertantes, de estos obtuvimos que en su mayoría son México y Brasil. El Perú, para el caso de Estados Unidos se presentó en el puesto número 6, en países bajos en el puesto 13, en Francia en el puesto 29, en Reino Unido en el puesto 6 y en Canadá en el puesto 50. Esto guardaría relación con las estadísticas que presentan nuestros mayores demandantes, en la cual Francia y Canadá no aparecen como países socios. En el caso de Panamá y Chile, los cuales, si se presentan como fuertes socios comerciales, el Perú está en Primer lugar. En el caso de Chile sus principales socios comerciales son Perú y Colombia sumando ambos 97,81% del total importado, de esta manera dejando el 2,19% a los 3 siguientes países.

Tabla 6.15

Principales proveedores de Chile del Limón Tahití al 2019 en dólares

Exportadores	Valor CIF USD (miles) importado del 2019	% del total
Perú	3 167	73,46%
Colombia	1 050	24,35%

Nota. De Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití, por Veritrade, 2020 (<https://business2.veritrade.com/es/mis-busquedas>)

En el caso de Panamá sus principales socios comerciales son también Perú, Colombia y Estados Unidos. Los lugares anteriormente mencionados suman un total de 95,64% dejando el 4,36% a los 3 países restantes.

Tabla 6.16*Principales proveedores de Panamá del Limón Tahití al 2019 en dólares*

Exportadores	Valor CIF USD (miles) importado del 2019	% del total
Perú	1 627	79,21%
Colombia	172	8,35%
Estados Unidos	166	8,08%

Nota. De *Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití*, por Veritrade, 2020 (<https://business2.veritrade.com/es/mis-busquedas>)

Referente a los precios, los precios de venta a los países demandantes del limón Tahití, es en base al Incoterm FOB. Esto refiere a que el Perú vende en términos FOB el limón en cajas a los países demandantes, lo que incluye el valor de la mercadería, gastos de nacionalización y gastos *pre paid* de la naviera.

A continuación, se detallarán los precios promedio de compra de los distintos países a los cuales el Perú les vende y se analizará si el precio al cual les vende el Perú está sobre o por debajo del promedio.

Tabla 6.17*Comparación de precios entre importadores del mundo y de Perú al 2019 en dólares*

Países importadores	Unidad	(USD/Kg) Mundo CIF	(USD/Kg) Perú FOB
Estados Unidos	Kg	0,82	1,18
Países Bajos	Kg	1,13	1,36
Reino Unido	Kg	1,09	1,21
Chile	Kg	0,94	0,71
Panamá	Kg	0,94	0,99

Nota. De *Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití*, por Veritrade, 2020 (<https://business2.veritrade.com/es/mis-busquedas>)

Como se ve en el cuadro anterior en casi todos los casos nuestros precios están sobre el promedio de los precios mundiales. Lo cual podría reflejar la óptima calidad de limón Tahití peruano (Loyola Santos, 2017).

El único caso en el que el precio del Perú se encuentra por debajo del promedio es en Chile, pero debemos considerar que los precios del Perú están medidos en FOB y los del mercado internacional en CIF, por lo que esta aproximación puede no ser muy precisa y posiblemente el resultado estaría en que el precio del Perú es acorde a la media del precio en que compra el mercado chileno.

Finalmente, es menester indicar que el precio del Limón Tahití es elástico. Existen distintos motivos por los cuales se puede bajar el precio de un producto, si es porque está en temporada baja, la demanda va a aumentar. Los productos perecibles son elásticos según la demanda.

- **Requisitos de demanda del producto**

El limón Tahití es demandado por los países anteriormente descritos, si bien es descrito sin pepas se puede aceptar en una mínima proporción de dos pepas y el color predominante debe ser verde. Asimismo, solicitan que lleven cera.

Otras características notables, son que las presentaciones deben ser en cajas de 10 libras y de 40 libras, En Estados Unidos piden que el 60% del fruto sea verde mientras que en Europa demandan 75%. Debe tener un 42.70% de jugo y su tiempo de vida debe ser de 60 días en un contenedor refrigerado y de 90 días en un contenedor con atmósfera controlada y refrigerada (MINCETUR, 2009).

- **Estacionalidad del producto**

El Perú tiene una ventaja y es que puede producir limón Tahití todo el año, lo cual es una ventaja comparativa frente a los otros dos grandes oferentes que son México y Brasil.

El periodo ideal para exportar a América y Europa es en el segundo semestre del año que es cuando la oferta de México y Brasil. Sin embargo, se debe estar atento también a los fenómenos climáticos que puedan afectar a la competencia como periodos de huracanes o lluvias torrenciales, los que causan desabastecimiento de mercado. El Perú, sin embargo, tiene dos fechas para poder abastecer el mercado, en la zona norte la ventana va desde febrero a abril y en la selva está en septiembre. Son dos épocas por año (A. Rodríguez, comunicación personal, 19 de abril de 2021).

A continuación, se presenta las definiciones de demanda a utilizar en la presente investigación.

Tabla 6.18

Definiciones de Demanda

Termino	Definición	Autor
Demanda como satisfactor de necesidades	"El deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago". "Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca".	(Kotler et al., 2000) (Andrade Espinoza, 2002)
Demanda como cantidad de adquisición	"las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado". "La cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar",	(Fischer de la Vega & Espejo Callado, 2003) (Mankiw, 2012)

El termino de demanda a utilizar en el presente trabajo académico, será una combinación de las definiciones anteriormente presentadas. De la definición de Kotler et al. (2000) se destaca “el deseo que tiene determinado producto”, de Andrade Espinoza (2002), uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares, de Fisher y Espejo (2003) “dispuestos a comprar a los posibles precios de mercado” y de Mankiw (2012) “cantidad de un bien que los compradores pueden comprar”.

Es de esta manera como se obtiene la siguiente definición. La demanda se mide por la cantidad deseada de un producto el cual va a satisfacer las necesidades de los consumidores dentro de un mercado y va a ser adquirido por este mercado a un determinado precio.

Viabilidad de Producción

En la siguiente sección se desarrolla el contexto de la viabilidad de producción del Limón Tahití peruano.

- **Cadena de producción del limón Tahití**

En primer lugar, se encuentra la etapa agrícola, en esta etapa se desarrolla el proceso agronómico, principalmente en las áreas de siembra, cultivo y cosecha. El cultivo del Limón Tahití se da a partir del crecimiento del furo en un árbol pequeño, el cual posee ramas que aparecen en distintas direcciones y brotes de espinas cortas y muy agudas. “La costa norte de

Perú posee un clima ideal para el cultivo de limón Tahití, lo que se traduce en rendimientos superiores a los de Colombia, Ecuador y México” (MINCETUR, 2009).

En esta primera etapa lo que se quiere lograr es que al menor un 60% de la cosecha cumpla con las necesidades y características que el cliente requiera. Para que se dé con éxito la producción en esta etapa se requiere apoyo de las áreas de compras, la cual adquiere de los distintos proveedores; herramientas, fertilizantes, pesticidas, fungicidas y otros el área de recursos humanos, de asistencia técnica especializada, de servicios como agua y luz, y finalmente el apoyo de SENASA, entidad encargada de las inspecciones competentes (MINCETUR, 2009).

La segunda etapa es la etapa agroindustrial o también conocida como procesamiento. Esta consiste en acondicionar la fruta para que pueda ser exportada. El fruto es sometido a distintos procesos, como de lavado, selección, encerrado, clasificación, empaclado y finalmente a una cadena de frío dependiendo del fruto. En esta etapa el área de compras también participa adquiriendo materiales de empaclado, cera y repuestos. El limón se vende en cajas, y depende del empaque y el acondicionamiento que se coloque mayor será su vida útil. El Perú cuenta con ambas opciones de empaquetamiento y acondicionamiento; en contenedores *reefer* y con atmósferas controladas en contenedores *reefers*. Luego están las áreas de recursos humanos y de calidad, y finalmente participa también SENASA realizando las inspecciones preembarque (MINCETUR, 2009).

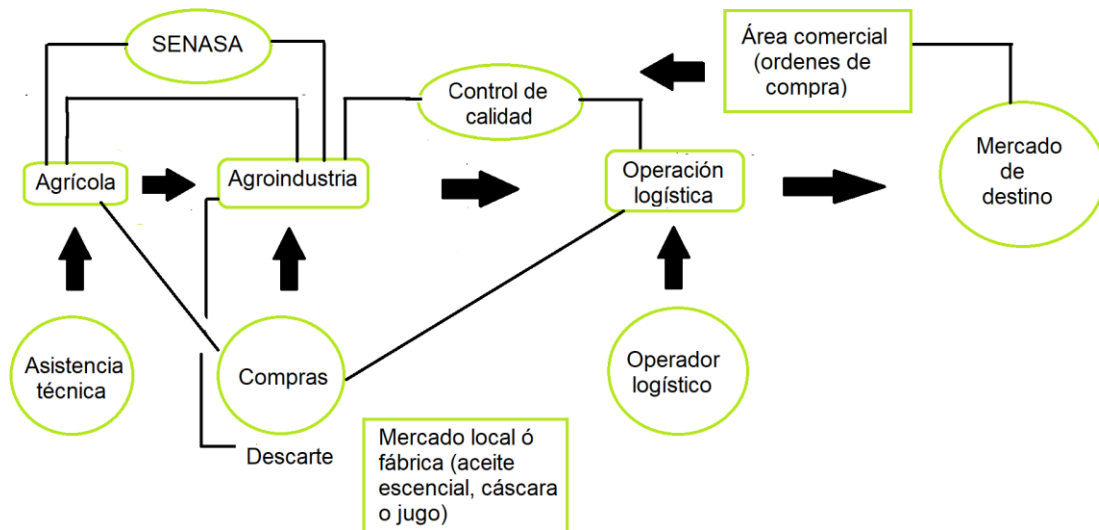
Finalmente, está la etapa de operación logística. En esta etapa se realiza la gestión de embarque, sea Aéreo o marítimo. La logística de limones se hace a través de operaciones marítimas, en donde los tiempos de tránsito varían según destinos. Por ejemplo, si se quiere llegar a California, el tiempo de tránsito puede llegar a ser de hasta de 19 días. Mientras que si se desea ir a Texas o Miami la travesía es de hasta 18 y 16 días respectivamente cruzando por el canal de Panamá, el cual tiene un tiempo de espera de entre 24 a 36 horas y el buque demora en cruzar unas 8 horas en total. Si los destinos finales son Países bajos y Francia el buque tendría un tiempo de tránsito de hasta 24 y 32 días respectivamente cruzando el

canal de Panamá (SIICEX, 2014; Moreno, 2015). En esta etapa también se debe buscar salvaguardar la cadena de frío hasta el punto donde culmine la obligación del proveedor la cual dependerá del incoterm pactado, esto se realiza colocando dispositivo o conocidos como *genset* para asegurar que el contenedor llegue al puerto y mantenga la temperatura requerida hasta que pueda ser conectado. Los contadores utilizados deben ser los correctos, denominado *reefer* para mantener la cadena de frío. Algunas navieras inclusive dan el servicio en su web de conocer la temperatura del contenedor a lo largo de la travesía del buque.

En esta etapa participan el área de calidad, así como otros agentes externos como, agentes de aduana quienes hacen los trámites documentarios para la exportación, agentes de carga los que podrán facilitar el servicio logístico de contenedores y transporte, empresas de transportes como navieras, etc.) (MINCETUR, 2009).

Figura 6.10

Sistema de Producción de Empresas Agroexportadoras



Nota. De *Plan de negocios para acceder al Nicho de Mercado de Limón Tahití*, por MINCETUR, 2009 (https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/licitacion/pdfs/Informes/37.pdf)

Figura 6.11

Proceso Completo del Campo al Embarque



Nota. De Plan de negocios para acceder al Nicho de Mercado de Limón Tahití, por MINCETUR, 2009 (https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/licitacion/pdfs/Informes/37.pdf)

- **Proveedores participantes en la cadena de producción**

Como se mencionó líneas arriba, en el proceso de producción del limón participan distintos proveedores, entre ellos están los proveedores de materia prima quienes abastecen el cítrico, luego los proveedores de insumo entre los cuales están los de maquinaria, implementos y organismos de investigación y tecnología y finalmente los proveedores de logística de distribución y transporte. Todos ellos deben de estar correctamente capacitados para mantener la cadena sincronizada y de esa forma la eficiencia en la producción (Fernández-Lambert et al., 2015).

Sin embargo, desencadenando los eslabones de la cadena, se puede encontrar que existen dos eslabones con falencias en la cadena de producción de limón Tahití, que son tecnología en el momento del procesamiento y el transporte nacional e internacional en la logística.

“El Perú, no tiene la tecnología adecuada para el procesamiento eficiente del limón Tahití, esto es una tecnología de campo para procesamiento más avanzada” (R. Guadalupe, comunicación personal, 27 de febrero de 2021). Esto puede estar relacionado al hecho de que la inversión de tecnología para este tipo de cultivos es menor que para otro como es el caso de la madrina (V. Sarabia, comunicación personal, 17 de marzo, 2021).

Por el lado del transporte nacional e internacional, “la falencia por el lado nacional recae en las carreteras” (V. Sarabia, comunicación personal, 17 de marzo, 2021). La costa del Perú tiene carreteras que están en mal estado, lo que contribuye a que exista una dificultad para la movilización de camiones con el fruto. En cuanto a la logística internacional, la falencia está en la disponibilidad y el costo de los reefer. Los reefer en el Perú son escasos, sobre todo en temporadas altas de exportación de otros frutos donde la oferta es limitada. En dichos meses el precio por reefer sube exponencialmente, contribuyendo a un costo logístico elevado del limón Tahití.

- **Características demandantes del mercado**

Referente a la demanda de los distintos mercados refiriéndonos a carteristas del producto, se tiene en primer lugar, deben ser vendidos en presentaciones de caja de 10 libras y de 40 libras. En segundo lugar, el fruto no debe contener semillas, máximo 2 semillas por fruto, debe tener cera y se espera que el color que prevalezca en la superficie sea verde. En USA exigen que sea 60% verde mientras que en Europa exigen 75% verde. El fruto debe tener un 42,70% de jugo y su tiempo de vida debe ser de 60 días en un contenedor refrigerado y 90 días en un contenedor con atmósfera controlada y refrigeración (MINCETUR, 2009).

Ahora bien, lo que el Perú ofrece basados en las características especificadas líneas arriba, es lo siguiente; el fruto estará fresco, encerado y calibrado, los rangos de tamaño por unidad irán desde 47 mm a 70 mm. Los rangos de peso por unidad irán desde 60 gramos a 165 gramos. El tiempo de vida en cadena de frío será 60 días y 90 días en una atmósfera controlada y refrigerada. El embalaje será en cartón corrugado y será en prestaciones de 20 y 40 libras. En las presentaciones de la caja de 10 libras vendrán entre 36 a 63 unidades mientras que en la de 40 vendrán entre 110 y 250 unidades. Finalmente, el fruto será de color verde sin daños físicos, libre de plagas y enfermedades (MINCETUR, 2009).

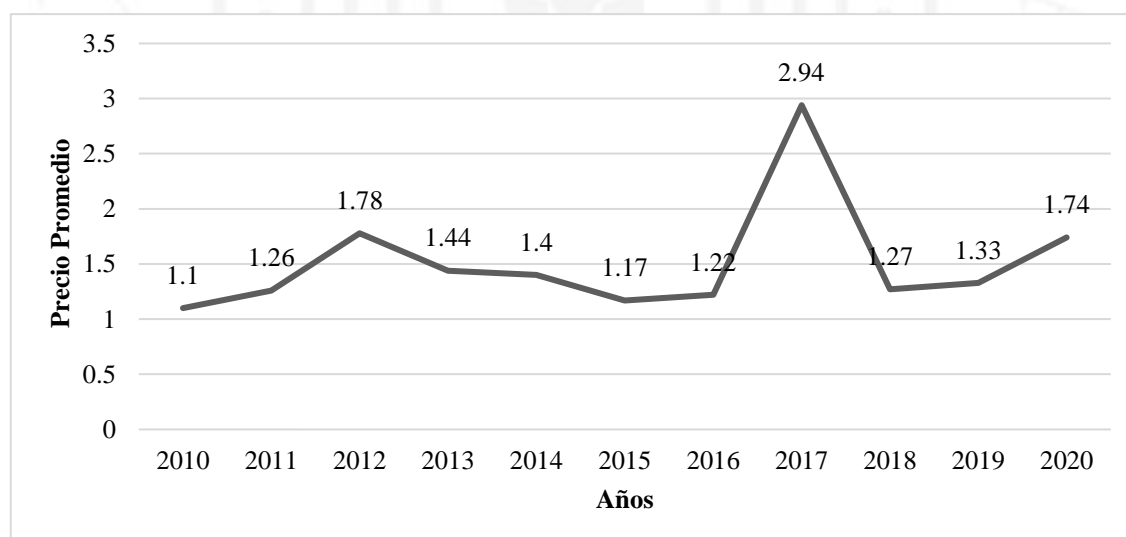
- **Costos y precios**

En cuanto a los costos de producción, esta información no es presentada al público, sin embargo, si se encuentra la información del precio en chacra, la cual será utilizada en esta y futuras divisiones comparativas, ya que por su naturaleza de venta se encuentra ser una aproximación muy cercana al costo de producción en chacra.

Referente al Limón Tahití, su precio en chacra es en base a aproximados y basándonos en una proporción de más 10% sobre el Limón Sutil (A. Goytizolo, comunicación personal, 11 de diciembre de 2020), se puede indicar que el precio en chacra del año 2020 para el Limón Tahití estuvo entre 1,012 y 1,298 soles el kilo. Demostrando el precio fluctuante de este fruto. Por otro lado, el precio mayorista va desde los 1,11 soles por kilo hasta 2,55 soles el kilo. En cuanto a los precios del consumidor estos van desde 3,839 soles el kilo hasta 5,39 soles el kilo.

Figura 6.12

Evolución del precio promedio a través de los años (Soles x KG)



Nota. De *Análisis mensual de precios al por mayor de los principales productos agrícolas en Lima Metropolitana*, por Ministerio de Agricultura y Riego [MINAGRI], 2019.

Como puede observarse en el cuadro anterior en el 2017 el precio mayorista del Limón Persa alcanzó su máximo nivel. Lo anterior podría verse explicado por el desabastecimiento que hubo en el año 2017 a causa del fenómeno del niño, a partir del cual el MINAGRI brindó insumos como

semillas, plántones y fertilizantes, así como servicios de maquinaria por 1 500,00 soles por hectárea y hasta 6,000.00 soles por 4 hectáreas (2017).

- **Costo FOB**

Se presentan los costos del proceso de producción y de embarque en la tabla siguiente. Se debe considerar que el limón se vende al FOB, por el cual el vendedor sólo está obligado a pagar hasta los gastos pre paid del BL, sin verse en la necesidad pagar el flete internacional. Asimismo, la responsabilidad del vendedor llega hasta la estiba del contenedor. Si el contenedor se cae fuera de la borda del buque la responsabilidad es del vendedor, si el contenedor se cae dentro del buque la responsabilidad es del comprador. En la tabla 2.20 se hará el ejercicio del FOB total considerando veinte y seis toneladas (26 000 KG) de Limón y un contenedor de 40 reefer.

Tabla 6.19

Conceptos incluidos en costo FOB

	SOLES	Unidad de medida
<i>Producción desde la siembra hasta la inspección preembarque de SENASA</i>		
Producción	30 030,00	1,155 x KG
Inspección preembarque SENASA (precio incluido en el certificado sanitario)	0	
<i>Documentos de exportación</i>		
Factura	0	
PL	0	
Certificado de origen	48,8	unidad
Certificado Fitosanitario	44,00	1% de la UIT hasta 20 toneladas a partir de ahí se paga 0,05% de la UIT por tonelada adicional
Servicio del agente de aduana	455,07	1,2% Del FCA (mínimo 69 soles por despacho)
<i>Transporte interno</i>		
Transporte	1 200	Por contenedor 40 reefer
Genset	600	unidad
<i>Transporte internacional</i>		
TCH de origen	6 000	Por contenedor 40 reefer
TOTAL FOB - 26 TN de Limón Tahití	38 377,87	

Nota. De Análisis mensual de precios al por mayor de los principales productos agrícolas en Lima Metropolitana, por Ministerio de Agricultura y Riego [MINAGRI], 2019.

A partir del cuadro anterior, se puede indicar que el valor FOB de un Kg de Limón Tahití es aproximadamente 1,47 soles. Es decir que el costo logístico por KG de Limón Tahití es 0,32 soles.

A continuación, se presenta las definiciones de Viabilidad de Producción utilizar en la presente investigación.

Tabla 6.20*Definiciones de Viabilidad de Producción*

Termino	Definición	Autor
Viabilidad	“expresa lo viable, concepto que proviene de vie, vida, indica que puede vivir, desarrollarse, refiere a “...un asunto que, por sus circunstancias, tiene probabilidades de poderse llevar a cabo”	(Santiago Sobrero, 2009, p. 6)
Producción como sistema	"es un método, un procedimiento que desarrolla una organización para transformar recursos en bienes y servicios"	(Bustos Flores, 2009, p. 37)

Basándonos en las dos definiciones anteriores, se puede formular una definición para el termino Viabilidad de Producción, el cual definiremos como un procedimiento, con posibilidades factibles de poderse llevar a cabo por una organización, que busca transformar recursos en bienes y servicios.

Competitividad

El limón Tahití es una de las tantas frutas comercializadas en el mercado mundial. En esta sección se analizará la competitividad del limón Tahití frente a otras frutas en el contexto de la demanda y oferta.

Referente a demanda la base será la posición en la que se encuentre el limón Tahití (valor) en comparación a otras frutas demandas por los mayores importadores de frutas.

Tabla 6.21*Principales países importadores de frutas 2019*

Países Importadores	Valor CIF USD (miles) importado del 2019	% del total
Estados Unidos	19 547 138	14,46%
China	11 662 825	8,63%
Alemania	10 687 626	7,91%
Países Bajos	7 463 830	5,52%

Nota. De *Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití*, por Trade Map, 2020 (<https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es&AspxAutoDetectCookieSupport=1>)

En la tabla anterior se puede observar a los principales países importadores a nivel mundial de fruta. La información anterior está basada en la partida 08 la cual engloba a las frutas.

En las tablas que seguirán, se va a mostrar las principales frutas importadas por cada uno de estos países y en qué posición se encuentra el Lion Tahití el cual está dentro de la partida 08.05.

Tabla 6.22

Principales frutas importadas por Estados Unidos 2019

Partida	Descripción	Valor importado CIF 2019 (USD miles)
0804	Dátiles, higos, piñas, aguacates, guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	4 349 526
0810	Fresas frescas, frambuesas, moras, lomo, grosellas blancas o rojas, grosellas	3 982 019
0803	Plátano, incl plátanos, frescos o secos	2 756 349
0806	Uvas frescas o secas	1 846 796
0805	Frutas cítricas, frescas o secas	1 390 819

Nota. De *Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití*, por Trade Map, 2020 (<https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es&AspxAutoDetectCookieSupport=1>)

Tabla 6.23

Principales frutas importadas por China 2019

Partida	Descripción	Valor importado CIF 2019 (USD miles)
0810	Fresas frescas, frambuesas, moras, lomo, grosellas blancas o rojas, grosellas	3 152 816
0809	Albaricoques, cerezas, melocotones incl nectarinas, ciruelas yendrinas, frescas	1 667 927
Partida	Descripción	Valor importado CIF 2019 (USD miles)
0804	Dátiles, higos, piñas, aguacates, guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	1 157 455
0803	Plátano, incl plátanos, frescos o secos	1 094 356
0806	Uvas frescas o secas	702 670
0805	Frutas cítricas, frescas o secas	594 239

Nota. De *Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití*, por Trade Map, 2020 (<https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es&AspxAutoDetectCookieSupport=1>)

Tabla 6.24

Principales frutas importadas por Alemania 2019

Partida	Descripción	Valor importado CIF 2019 (USD miles)
0810	Fresas frescas, frambuesas, moras, lomo, grosellas blancas o rojas, grosellas	1 431 453
0805	Frutas cítricas, frescas o secas	1 180 736
0803	Plátano, incl plátanos, frescos o secos	1 006 883

Nota. De *Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití*, por Trade Map, 2020 (<https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es&AspxAutoDetectCookieSupport=1>)

Tabla 6.25*Principales frutas importadas por Países Bajos 2019*

Partida	Descripción	Valor importado CIF 2019 (USD miles)
0804	Dátiles, higos, piñas, aguacates, guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	1 420 653
0810	Fresas frescas, frambuesas, moras, lomo, grosellas blancas o rojas, grosellas	1 126 798
0805	Frutas cítricas, frescas o secas	1 005 031

Nota. De *Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití*, por Trade Map, 2020 (<https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es&AspxAutoDetectCookieSupport=1>)

Como se puede observar a partir de la estadística anterior las frutas principalmente adquiridas por estos países recaen en las partidas 08.04, 08.10 y 08.02. En los dos primeros casos que corresponden a Estados Unidos y China, quienes son los principales importadores al 2019 según Trade Map, la partida del limón Tahití no figura inclusive dentro de las tres principales frutas importadas, sino que se encuentra en las posiciones quinta y sexta respectivamente.

Sin embargo, en los dos siguientes casos, la partida si se encuentra dentro del ranking de las tres principales frutas adquiridas, demostrando de esta manera que si bien no estaba dentro de las principales frutas demandadas y tiene como competencia otras frutas, no se puede descartar su competitividad en el mercado internacional referente a demanda.

A continuación, se presenta las definiciones de Competitividad utilizar en la presente investigación.

Tabla 6.26*Definiciones de Competitividad*

Termino	Definición	Autor
Competitividad para una empresa	“es la capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales”.	(Porter, 1985; como se citó en Labarca, 2007, p. 160)
Competitividad para una nación	“la competitividad es la medida en que una nación, bajo condiciones de mercado libre y leal, es capaz de producir bienes y servicios que puedan superar con éxito la prueba de los mercados internacionales, manteniendo y aun aumentando al mismo tiempo, la renta real de sus ciudadanos”.	(Ivancevich y Lorenzi, 1997; como se citó en Labarca, 2007, p. 160)

De las definiciones anteriores podemos resaltar distintos extractos para la formulación del término competitividad del presente trabajo académico. De la

definición de Porter (1985) se destaca “la capacidad para producir... productos en mejores condiciones de precio... y oportunidad que sus rivales”, y de Ivancevich y Lorenzi (1997) “la competitividad es la medida en que una nación, es capaz de producir bienes... que puedan superar con éxito la prueba de los mercados internacionales...”.

Del conjunto de ambas definiciones se obtiene la siguiente definición. Es la capacidad de un producto de encontrarse en mejores condiciones de precio y oportunidad que sus rivales, pudiendo superar de esta manera con éxito la prueba de los mercados internacionales”.

Otros conceptos con única definición

En primer lugar, se define factor como “elemento que contribuye a la producción de un resultado” (Oxford Languages, 2021). Por otro lado, se define determinante como “una palabra de calificación adjetiva la cual constituye la causa que establece algo que es considerado como importante” (Oxford Languages, 2021). Sin embargo, para el presente trabajo de investigación la definición a utilizar será la siguiente; un factor es considerado como determinante cuando su cumplimiento se presenta como necesario para que el limón Tahití pueda desarrollarse a nivel internacional. Finalmente, la tesis define el desarrollo, como el incremento de las exportaciones del Limón Tahití a través de los años.

Matriz de Consistencia y matriz de operacionalización de variables

Tabla 6.27

Matriz de Consistencia

Problema de Investigación	Objetivos	Hipótesis	Variables e Indicadores	Metodología
Problema general:	Objetivo general:	Hipótesis general:	Variables Independientes:	Tipo de investigación:
¿Cuáles son los factores determinantes para el desarrollo del Limón Tahití peruano (<i>citrus latifolia</i>) a nivel internacional?	Analizar los factores determinantes para el desarrollo del Limón Tahití peruano (<i>citrus latifolia</i>) a nivel internacional	Los factores de internacionalización si son factores determinantes para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional.	-Oferta internacional -Demanda internacional -Viabilidad de producción -Barreras Paraarancelarias -Competitividad -Inteligencia de Mercado.	La presente investigación es de carácter preliminar exploratorio.
<p>Problemas específicos:</p> <p>-¿La demanda internacional es determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití?</p> <p>-¿La oferta internacional es determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití?</p> <p>-¿La viabilidad de producción es determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití?</p> <p>-¿Las restricciones arancelarias y paraarancelarias son determinantes para el desarrollo internacional del limón Tahití?</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>- Analizar si la demanda internacional del limón Tahití es determinante para el desarrollo internacional.</p> <p>- Analizar si la oferta internacional del limón Tahití es determinante para el desarrollo internacional.</p> <p>- Analizar si la viabilidad de producción del limón Tahití es determinante para el desarrollo internacional.</p> <p>- Analizar si las restricciones arancelarias y paraarancelarias para la exportación del limón Tahití son determinantes para el desarrollo internacional.</p>	<p>Hipótesis específicas</p> <p>-El factor Oferta es un factor determinante para el desarrollo del Limón Tahití a nivel internacional.</p> <p>-El factor Demanda es un factor determinante para el desarrollo del Limón Tahití a nivel internacional.</p> <p>-El factor Viabilidad de Producción es un factor determinante para el desarrollo del Limón Tahití a nivel internacional.</p> <p>-El factor Barreras Arancelarias es un factor determinante para el desarrollo del Limón Tahití a nivel internacional.</p>	<p>Indicadores</p> <p>-Características requeridas del limón Tahití por parte de los compradores.</p> <p>-Precio por KG exportado por Perú.</p> <p>-Precio por KG de los principales exportadores.</p> <p>-Periodo de exportación del limón Tahití peruano.</p> <p>-Periodo de exportación del limón Tahití en el resto del mundo.</p> <p>-Periodo de demanda de los principales compradores a nivel mundial.</p> <p>-Requisitos de producto por los principales países compradores a nivel mundial.</p>	<p>Método de investigación</p> <p>El enfoque de la presente investigación es cualitativo.</p> <p>Modalidad de investigación</p> <p>La modalidad de la presente investigación es una entrevista a profundidad a los expertos.</p> <p>Instrumento de investigación</p> <p>Guía de entrevista</p> <p>Población:</p> <p>Infinita. El universo del estudio es infinito, ya que no se puede determinar, la cantidad de personas con conocimientos relacionado al limón Tahití peruano y su internacionalización.</p>

(Continúa)

(Continuación)

Problema de Investigación	Objetivos	Hipótesis	Variables e Indicadores	Metodología
<p>Problemas específicos: -¿La competitividad es determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití?</p>	<p>Objetivos específicos - Analizar si la competitividad del limón Tahití es determinante para el desarrollo internacional. - Analizar si realizar una inteligencia de mercado previa a la comercialización del limón Tahití es determinante para el desarrollo internacional.</p>	<p>Hipótesis específicas -La competitividad del limón Tahití frente a otras frutas exportadas por el Perú es un factor determinante para el desarrollo de este a nivel internacional. -Realizar una inteligencia de mercado previa a la exportación y/o entrada a nuevos territorios es un factor determinante para el desarrollo del Limón Tahití a nivel internacional.</p>	<p>Indicadores -Regiones peruanas productoras del limón Tahití. -Costos de la producción del limón Tahití. -Eslabones de la cadena de producción. -Identificar las barreras para arancelarias. -Cuanto es el volumen exportado del limón Tahití frente al volumen exportado de otras frutas por el Perú. -Cuanto es el valor exportado del limón Tahití frente al volumen exportado de otras frutas por el Perú. -Cuál es el precio de exportación del limón Tahití frente al precio de exportación de las demás frutas peruanas. -Inteligencia de mercado realizado por las empresas exportadoras.</p> <p>Variable dependiente: -Desarrollo del limón Tahití a nivel internacional.</p> <p>Indicador: Proyección de las exportaciones del limón Tahití peruano a 10 años.</p>	<p>Tamaño de muestra de la investigación: La muestra de la presente investigación son quince expertos. Esta muestra parte que, el universo del estudio es infinito, ya que no se puede determinar, la cantidad de personas con conocimientos relacionado al limón Tahití peruano y su internacionalización, en segundo lugar, al ser de carácter cualitativo, se determinó que la modalidad será entrevistas a profundidad”. Es de esta manera como el tamaño de la muestra se obtiene a discreción de los investigadores.</p> <p>Lugar y periodo de investigación: Las entrevistas a profundidad van a ser desarrolladas a través de la plataforma zoom y los expertos y encontrarán dentro de los siguientes tres perfiles: 1. Profesionales con experiencia en el rubro de la agroexportación 2. Especialistas en los diferentes eslabones de la cadena de valor de frutas 3. Exportadores actuales y potenciales de limón Tahití Por otro lado, el periodo de investigación será entre los meses de marzo y abril, por ser meses, donde los especialistas cuentan con mayor disponibilidad para agendar entrevistas a profundidad que conllevarían minutos en ser realizadas.</p>

Tabla 6.28

Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítem	Fuente de Ítem	Técnica e instrumentos
Variable independiente 1 Oferta Internacional	"La cantidad de productos competitivos que tiene una región para negociarlos o venderlos en los mercados internacionales, se debe tener en cuenta que el producto ofertado cumple con los requisitos del país importador en cuanto a calidad, precio y demás variables" (Coral Rojas et al., 2019)	Origen	Características requeridas del limón Tahití por parte de los compradores	¿Considera usted que el Perú pueda desarrollar una oferta competitiva a nivel internacional del limón Tahití?	Propia	Tipo de Investigación
		Precio	Precio por KG exportado por Perú			Aplicada
		Estacionalidad	Precio por KG de los principales exportadores			Alcance de la investigación
Variable independiente 2 Demanda Internacional	"Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca" (Andrade Espinoza, 2002)	Estacionalidad	Periodo de exportación del limón Tahití peruano	¿Considera que la "Estacionalidad de la Demanda" del limón Tahití, del Perú, ¿es un factor determinante en su desarrollo internacional? .	Propia	Preliminar exploratoria
		Estacionalidad	Periodo de exportación del limón Tahití en el resto del mundo			Diseño de Investigación
		Requisitos	Periodo de demanda de los principales compradores a nivel mundial			No experimental, transversal, exploratorio
			Requisitos de producto por los principales países compradores a nivel mundial	¿Considera usted que cumplir con los requisitos de calidad de la demanda internacional es un factor determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití? .	Propia	Población Expertos en el sector agrícola peruano
						Muestra 15 especialista de Perú
						Técnica Entrevista a profundidad
						Instrumentos Cuestionario

(Continúa)

(Continuación)

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítem	Fuente de Ítem	Técnica e instrumentos
Variable independiente 3 Viabilidad de producción	“Expresa lo viable, concepto que proviene de vie, vida, indica que puede vivir, desarrollarse, refiere a “...un asunto que, por sus circunstancias, tiene probabilidades de poderse llevar a cabo” (Santiago, 2009, p. 6) "Es un método, un procedimiento que desarrolla una organización para transformar recursos en bienes y servicios” (Bustos Flores, 2009, p. 37)	Producción	Regiones peruanas productoras del limón Tahití	¿Considera usted que el Perú tiene potencialidad de seguir desarrollando más plantaciones de limón Tahití? .	Propia	
		Costos	Costos de la producción del limón Tahití	¿Considera que los costos de producción son competitivos para que se propicie el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? .	Propia	
		Cadena de Producción	Eslabones de la cadena de producción	¿A su consideración, cuáles cree que son las falencias en la actual cadena de producción del Limón Tahití? .	Propia	
Variable independiente 4 Barreras paraarancelarias	“Las barreras paraarancelarias son medidas que aumentan el costo de las importaciones de forma análoga a como lo hacen las medidas arancelarias, es decir, en un determinado porcentaje o suma, calculados respectivamente sobre la base del valor o de la cantidad. Se distinguen básicamente 4 grupos: recargos aduaneros, gravámenes adicionales, gravámenes internos sobre productos importados y aforo aduanero basado en un precio administrativo” (SIICEX, 2021)	Entrada	Identificar las barreras paraarancelarias	¿A su consideración cuales podrían ser las barreras paraarancelarias más predominantes en la entrada del limón Tahití peruano a los países importadores? .	Propia	

(Continúa)

(Continuación)

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítem	Fuente de Ítem	Técnica e instrumentos
Variable independiente 5 Competitividad	“La competitividad es la medida en que una nación, bajo condiciones de mercado libre y leal, es capaz de producir bienes y servicios que puedan superar con éxito la prueba de los mercados internacionales, manteniendo y aun aumentando al mismo tiempo, la renta real de sus ciudadanos” (Ivancevich y Lorenzi, 1997; como se citó en Labarca, 2007, p. 160)	Volumen	Cuanto es el volumen exportado del limón Tahití frente al volumen exportado de otras frutas por el Perú	¿De acuerdo con los cuadros alcanzados inicialmente ¿Cuál de los parámetros (Valor, Volumen, Precio) considera usted es el más importante para el desarrollo del limón Tahití? .	Propia	
		Valor	Cuanto es el valor exportado del limón Tahití frente al volumen exportado de otras frutas por el Perú			
		Precio	Cuál es el precio de exportación del limón Tahití frente al precio de exportación de las demás frutas peruanas			
Variable independiente 6 Inteligencia de mercado	“La Inteligencia de Mercado se define como el conocimiento del mercado mediante el manejo permanente del flujo de información para determinar el comportamiento de las empresas y las tendencias del mercado donde hacen presencia. Así mismo podemos definir la Inteligencia de Mercado como el conocimiento del comportamiento de las variables críticas que definen un mercado objetivo” (Roe Smithson & Asociados, 2012).	Conocimiento	Inteligencia de mercado realizado por las empresas exportadoras	¿Considera usted que la falta del conocimiento del comportamiento del mercado internacional de las frutas, en este caso del limón Tahití, es un factor determinante para el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional?	Propia	

(Continúa)

(Continuación)

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítem	Fuente de Ítem	Técnica e instrumentos
Variable dependiente 1 Desarrollo del Limón Tahití a nivel internacional	"El incremento de las exportaciones del Limón Tahití a través de los años"	Incremento de las exportaciones	Proyección de las exportaciones del limón Tahití peruano a diez años	<p>¿Considera usted que tener una eficiente producción es determinante para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional?</p> <p>¿Considera usted que una oferta del limón Tahití competitiva (calidad, precio, oportunidad) es determinante para el desarrollo de las exportaciones del limón Tahití?</p> <p>¿Considera que la "Estacionalidad de la Demanda" del limón Tahití, del Perú, ¿es un factor determinante en su desarrollo internacional?</p> <p>¿Considera usted que la inexistencia de barreras paraarancelarias para la entrada del limón Tahití a los países importadores, es un factor determinante para su desarrollo a nivel mundial?</p> <p>¿De acuerdo con los cuadros alcanzados inicialmente ¿Cuál de los parámetros (Valor, Volumen, Precio) considera usted es el más importante para el desarrollo del limón Tahití? .</p> <p>¿Considera usted que la falta del conocimiento del comportamiento del mercado internacional de las frutas, en este caso del limón Tahití, es un factor determinante para el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional?</p>		

CAPÍTULO VII: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El siguiente capítulo busca desarrollar la metodología aplicada en el estudio según su orientación, alcance, diseño y direccional.

Asimismo, incluse método de investigación, modalidad, tamaño de muestra y lugar y periodo de investigación.

7.1 Tipo de investigación

Según la orientación

Según la orientación, la investigación sería aplicada ya que se orienta a conseguir un nuevo conocimiento destinado a dar soluciones a problemas existentes.

En este caso se busca generar un conocimiento que pueda llevar a futuras soluciones relacionadas al desarrollo del limón Tahití a nivel internacional.

Según el alcance de la investigación

La presente investigación es de carácter preliminar exploratorio. El presente tema de tesis no ha sido investigado con anterioridad. No existe un análisis previo acerca de los factores determinantes para el desarrollo del limón Tahití, ni hipótesis desarrolladas al respecto. Es por dicho motivo que se considera esta investigación de carácter exploratorio preliminar. Se define investigación exploratoria como:

Investigaciones de carácter preliminar que tiene como propósito determinar el estado del conocimiento sobre un tema relativamente nuevo... La investigación exploratoria también se puede definir como pre-investigación pues, por lo general, culmina con la formulación de un proyecto de investigación. En consecuencia, la elaboración del proyecto de investigación constituye, en sí misma, un ejercicio de investigación de tipo exploratorio. (Isaza Castro & Rendón Acevedo, 2007)

Según el diseño de la investigación

La investigación es no experimental – transversal - exploratorio, ya que no existe manipulación de variables ni una investigación previa. Las variables han sido medidas en varios grupos de unidades en un momento específico.

En este caso, las variables no han sido estudiadas con anterioridad, además fueron medidas una sola vez a través de entrevistas a profundidad con expertos.

Según la direccionalidad de la investigación

La direccionalidad de la investigación es prospectiva ya que la causa del problema está en el presente y lo que se busca es encontrar soluciones viables para el futuro.

En la presente investigación el problema se basa en que actualmente el limón Tahití peruano no presenta un desarrollo internacional significativo a diferencia de otras frutas peruanas por lo que se busca generar conocimiento que pueda brindar soluciones para su desarrollo a nivel internacional.

Según el tipo de fuente de recolección de datos

La recolección de datos en la presente investigación es prolectivo ya que hemos obtenido información mediante la realización de entrevistas a profundidad de acuerdo con los objetivos trazados.

7.2 Método de investigación

El enfoque de la presente investigación es cualitativo.

Al no existir información previa del estudio, se requiere de información, descriptiva y detallada, que pueda ayudar a la evaluación de hipótesis. Taylos y Bogdan comentan que “la investigación cualitativa es inductiva: Así, los investigadores: comprenden y desarrollan conceptos partiendo de pautas de los datos, y no recogiendo datos para evaluar hipótesis o teorías preconcebidas” (como se citó en Rueda de Aranguren, 2016).

7.3 Modalidad de investigación

La modalidad de la presente investigación es una entrevista a profundidad a los expertos.

El enfoque cualitativo, es aquel que “utiliza información exclusivamente cualitativa la cual permite desarrollar descripciones detalladas del fenómeno que se estudia” (Cauas, 2003). Por lo tanto, los enfoques cualitativos, tienen como una de sus modalidades las entrevistas a los expertos, ya que ayudarán a determinar el conocimiento sobre un tema no estudiado con anterioridad.

En este tipo de entrevistas, los investigadores:

Interactúan con los informantes de un modo natural. Aunque no pueden eliminar su influencia en las personas que estudian, tratan de controlarla y reducirla al mínimo. En la observación tratan de no interferir en la estructura; en las entrevistas en profundidad, siguen el modelo de una conversación normal, y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas (Castaño Garrido & Quecedo Lecanda, 2003).

7.4 Tamaño de muestra de la investigación

La muestra de la presente investigación son quince expertos. Esta muestra parte que, el universo del estudio es infinito, ya que no se puede determinar, la cantidad de personas con conocimientos relacionado al limón Tahití peruano y su internacionalización, en segundo lugar, al ser de carácter cualitativo, se determinó que la modalidad será entrevistas a profundidad y como indica Ruiz Blázquez (2015) “la muestra en la investigación cualitativa está compuesta por sujetos que hablan, por discursos que actúan como datos, fuentes de información, y que eventualmente abren líneas de explicación de la acción social.

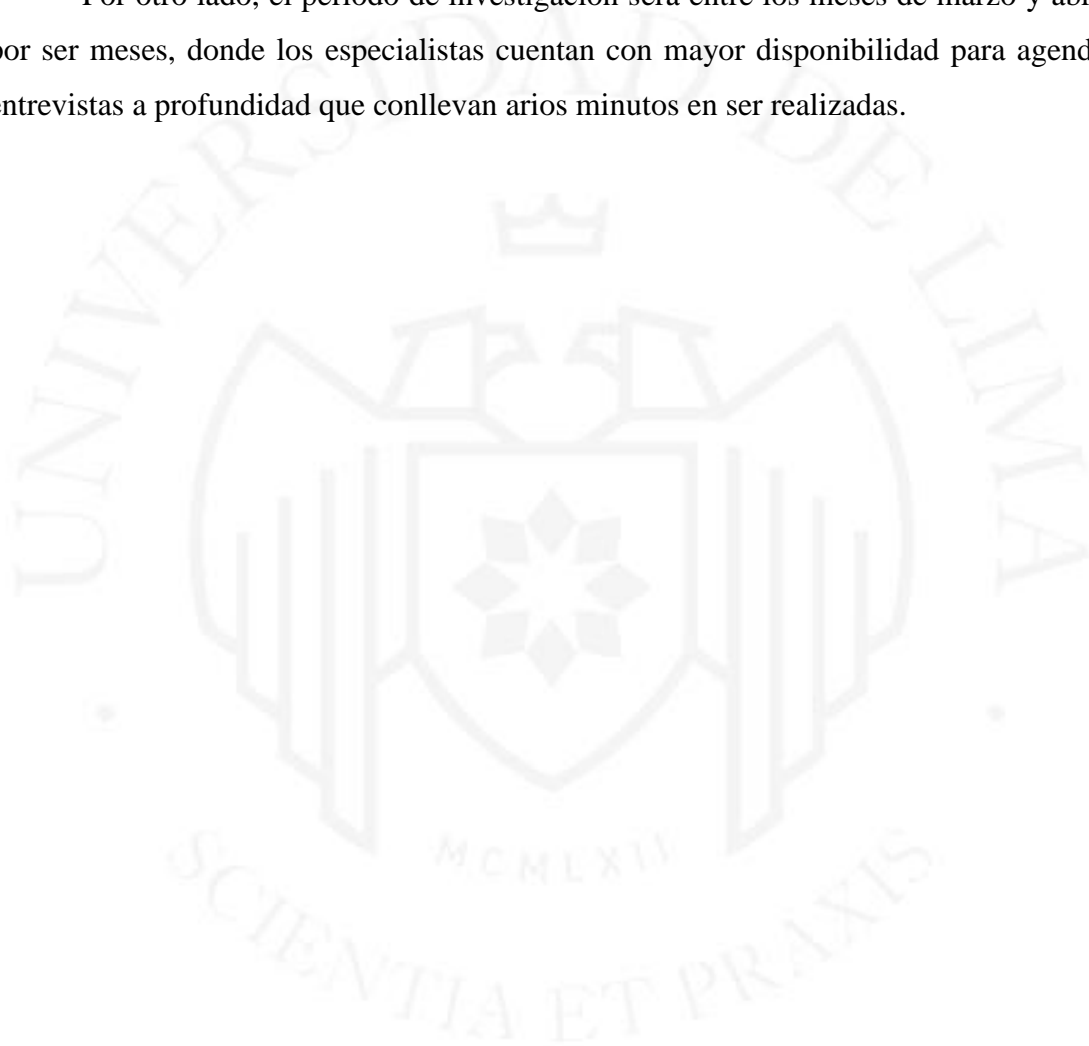
El objetivo no es encontrar una muestra con representatividad estadística. No se pretende un análisis omnicompreensivo de todo el universo poblacional, sino que se pretende captar explicaciones, pistas, propuestas, sentimientos, acciones, reflexiones que nos permitan aproximarnos al sistema dominante de representaciones simbólicas en un medio determinado”. Es de esta manera como el tamaño de la muestra se obtiene a discreción de los investigadores (R. Guadalupe, comunicación personal, 27 de febrero de 2021).

7.5 Lugar y periodo de investigación

Las entrevistas a profundidad van a ser desarrolladas a través de la plataforma zoom y los expertos y encontrarán dentro de los siguientes tres perfiles:

- Profesionales con experiencia en el rubro de la agroexportación
- Especialistas en los diferentes eslabones de la cadena de valor de frutas
- Exportadores actuales y potenciales de limón Tahití

Por otro lado, el periodo de investigación será entre los meses de marzo y abril, por ser meses, donde los especialistas cuentan con mayor disponibilidad para agendar entrevistas a profundidad que conlleven arios minutos en ser realizadas.



CAPÍTULO VIII: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS CUALITATIVOS

En este capítulo se desarrolla el análisis de los resultados obtenidos a través de las entrevistas a profundidad a los quince expertos en el sector agrícola.

Se da a conocer detalles de la forma y estructura de la entrevista realizada y asimismo información acerca de los entrevistados.

8.1 Presentación de resultados

En nuestra investigación la técnica utilizada para la recolección de datos con los especialistas fue la entrevista a profundidad, ya que el objetivo era conseguir más información acerca del camino profesional, conocimientos y opinión de los especialistas.

Los quince especialistas entrevistados, tienen conocimientos en las áreas de agroexportación en el subsector frutícola, conocimiento de los mercados, conocimientos de la cadena de valor del fruto, elementos de promoción internacional, entre otros y con experiencia en el desarrollo del limón Tahití. Los resultados serán analizados considerando cada factor.

Tabla 8.1

Especialistas entrevistados

Nombre	Cargo	Empresa
Mónica Dávila	Jefa de unidad de inteligencia comercial	Sierra y Selva Exportadora
Guillermo Parodi	Catedrático de frutas tropicales	Universidad Agraria de la Molina
Carla Vaca	Jefa agrónoma	Emprendimiento privado reservado
Jorge Llosa	Dueño	Emprendimiento privado reservado
Brett Medina	Gerente general	Frigoder Organic Production Perú SAC
Andrés Casas	Profesor de facultad de agronomía	Universidad Agraria de la Molina
Grecia Trinidad	Analista comercial	J&L Agroexportaciones
Hugo Villar	Ex Gerente General	H. Villar
Rosa Valeriani	Ingeniera en Industrias alimentarias	Consultora Independiente
Victor Sarabia	Director en agroexportaciones	Sierra y Selva Exportadora

(Continúa)

(Continuación)

Nombre	Cargo	Empresa
Alexander Rodríguez	Docente universitario agrónomo	Universidad Agraria de la Molina
Carlos Zamorano	Director Ejecutivo y Gerente General	Instituto Peruano de Espárragos y Hortalizas/ Asociación de productores de Uva de Mesa del Perú
Dante Poggi	Ingeniero en Industrias Alimentarias	Consultor Independiente
Mónica Arias	Especialista en Agronegocios	Promperú
Arturo Rosadio	Ingeniero agrónomo, Director y Gerente	Agrícola Valle del Sol

El cuestionario para las entrevistas a profundidad contó con un número de 6 preguntas con respuesta de información general y 6 preguntas relacionadas específicamente a los factores a evaluar.

Todas las preguntas tenían opción de respuesta abierta con la intención de que el entrevistado pueda expresarse.

8.2 Análisis de resultados

Previo al análisis de las variantes determinadas, el cuestionario contó con un número de 6 preguntas con respuesta de información general, de las cuales se procederá a realizar la comparación con el contexto de investigaciones previas:

¿Considera usted que el Perú tiene potencialidad de seguir desarrollando más plantaciones de limón Tahití? Explique.

La primera pregunta fue respecto a su conocimiento sobre la potencialidad del Perú para seguir desarrollando plantaciones del limón Tahití. En esta, la mayoría de entrevistados (14/15) acordaron que definitivamente existe potencialidad, sustentando que la demanda mundial se encuentra en incremento, además de existir condiciones favorables de clima y tierra en el país; ambos factores permitirían desarrollar proyectos de plantación en la parte selva y occidental sierra del Perú.

Solo un especialista (1/15) indicó que esta potencialidad iba a depender del volumen solicitado por los países demandantes de acuerdo con la calidad y precio que requieran.

La respuesta que se obtuvo de los entrevistados es bastante similar a la que se obtuvo de los libros e investigaciones pasadas como Orrego, (2021), ya que coinciden en que existe demanda para el limón Tahití a nivel internacional, además de existir una viabilidad de producción; suelos fértiles y clima idóneo.

¿A su consideración, cuáles cree que son las falencias en la actual cadena de producción del Limón Tahití? Explique.

La siguiente pregunta estuvo relacionada a las falencias en la actual cadena de producción del limón Tahití. Siete de los quince (7/15) especialistas indicaron que las falencias se encuentran en el eslabón de logística, argumentando los siguientes problemas específicos: precaria infraestructura vial, mal calado, poca eficiencia en los centros de packing con los frutos frescos, lejanía del puerto a los centros de procesamiento, poca disponibilidad de contenedores reefer para exportación, poca competitividad por lejanía física a los países de destino y dificultad del mantenimiento del fruto por cadena de frío.

Los especialistas restantes (8/15), indicaron que las falencias se encuentran en el eslabón de producción, argumentando los siguientes problemas específicos: Poca área geográfica para sembrar, baja rentabilidad del fruto, falta de conocimiento del fruto, existencia de plagas y burocracia en la aplicación de certificados sanitarios en el fruto; y en el eslabón de procesamiento argumentando, problemas con la administración y capacidad de los centros de acopio, precario material genético, diversas técnicas obsoletas y dificultad en la selección de fruta de calidad.

Respecto a este tema, se obtuvo respuesta por los expertos ya que no había información en artículos e investigaciones de terceros.

¿Considera que los costos de producción son competitivos para que se propicie el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.

La mayoría de los especialistas (10/15) no tienen una precisión exacta de la competitividad del limón Tahití, referente a costos, argumentando que este fruto es aún nuevo y que la competitividad de estos va a depender de la calidad y precio requeridos por la demanda.

Por otro lado, los especialistas restantes (5/15) indicaron que sí consideran los costos competitivos, argumentando que Perú es competitivo a comparación de sus pares en Latinoamérica referente al cítrico Tahití, ya que tiene un menor costo de producción entre las otras frutas y esto se debe al menor gasto en luz, agua y mano de obra. Asimismo, comentaron que, si bien los costos son bajos, no hay que descuidar la calidad ofrecida.

Respecto a este tema, los antecedentes dan a conocer los montos de los costos sin embargo no especifican si son o no competitivos. Por otro lado, se pudo obtener una idea por parte de los 5 especialistas que sí dieron una respuesta concreta respecto a la competitividad, indicando que los costos sí eran competitivos.

¿Considera usted que el Perú pueda desarrollar una oferta competitiva a nivel internacional del limón Tahití? Explique.

Once de los quince (11/15) especialistas indicaron que sí consideran que el Perú puede desarrollar una oferta competitiva a nivel internacional del fruto sustentando que Perú posee un clima idóneo para su siembra. El limón Tahití puede crecer siempre y cuando se analicen los costos y se desarrollen las capacidades de la cadena de valor. Además, indicaron que este fruto podrá formar parte de la canasta básica ya que se ha demostrado con la pandemia el incremento de la demanda de los frutos cítricos.

El restante (4/15) de los especialistas, indicaron que va a depender de que el Perú pueda desarrollar capacidades para obtener retorno favorable frente a sus competidores y de la calidad y precio requerida por el mercado de destino.

Las fuentes coinciden que sí se puede desarrollar una oferta competitiva ya que Perú cuenta con un clima idóneo y suelo fértil, sin embargo, los especialistas agregaron más información, por ejemplo: la pandemia y sus consecuencias en el consumo del fruto.

¿Considera usted que cumplir con los requisitos de calidad de la demanda internacional es un factor determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití? Explique.

El total de los especialistas (15/15) indicaron que cumplir con los requisitos de calidad de la demanda internacional es un factor determinante para que se desarrolle el limón Tahití a nivel mundial, de no cumplir, el Perú simplemente no podrá vender el fruto.

Respecto a este, tanto los especialistas como los antecedentes concuerdan en que la calidad y los parámetros establecidos son importantes al momento de exportar.

¿A su consideración cuales podrían ser las barreras paraarancelarias más predominantes en la entrada del limón Tahití peruano a los países importadores? Explique.

Doce de los quince (12/15) especialistas indicaron que la barrera paraarancelaria más predominante está relacionada a los temas sanitarios de acceso, argumentando que el limón Tahití siempre estará siendo evaluado por las instituciones sanitarias del país de destino, solicitándole certificado sanitario.

Por otro lado, algunos de los especialistas restantes indicaron que la barrera paraarancelaria más importante es el del tema administrativo sugiriendo a que se debe a los cambios políticos, climáticos, entre otros que el país pueda afrontar. Mientras que otros indicaron que las barreras paraarancelarias dependerían de la producción local y tiempo estacional del país de destino.

Respecto a las medidas restrictivas para ingresar a un país, las fuentes coinciden que la mayor restricción es la barrera paraarancelaria ya que se deben cumplir los requisitos sanitarios y fitosanitarios.

Siguiendo con el análisis, en la entrevista se realizaron 6 preguntas relacionadas específicamente a los factores a evaluar su determinación.

En esta parte no se podrá realizar una comparación entre antecedentes de investigaciones realizadas por otros y las conclusiones obtenidas de esta investigación respecto a los factores que sí fueron encontradas determinantes ya que no existen estudios previos que puedan hacer esto viable.

¿Considera usted que tener una eficiente producción es determinante para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.

El primer factor para analizar es la viabilidad de producción del limón Tahití peruano. Nueve de los entrevistados (9/15) concluyeron que definitivamente es un factor determinante para el desarrollo internacional del cítrico. Los que concluyeron que en definitiva es un factor determinante, indicaron que la importancia del factor estaría relacionada a los costos y rendimiento de hectárea del cultivo. Argumentaron que es importante que exista un buen manejo y administración de costos durante la producción del fruto ya que esto determinaría los precios con el cual entrar al mercado y su competitividad frente a los frutos de la competencia. Asimismo, mencionaron que es importante cosechar un volumen considerable del fruto, que permita obtener rentabilidad sobre la inversión.

Sin embargo, los seis especialistas (6/15) restante indico que no es determinante o que dependería, argumentando que no es suficiente tener grandes volúmenes si el fruto cosechado no tiene la calidad requerida por el mercado. Resaltaron que las condiciones son colocadas por la demanda y no la oferta, y si estas no se cumplen, el fruto no podría ser comercializado.

Cabe resaltar que la determinación de este factor no tiene antecedente por lo que se considera nuevo aporte.

¿Considera usted que una oferta del limón Tahití competitiva (calidad, precio, oportunidad) es determinante para el desarrollo de las exportaciones del limón Tahití? Explique.

Trece de los quince (13/15) especialistas indicaron que el hecho que exista una oferta competitiva del limón Tahití sería determinante para su desarrollo internacional. Argumentaron que los tres indicadores; costos, oportunidad y calidad son determinantes para el desarrollo de una oferta competitiva, sin embargo, los distintos especialistas les dieron distinto peso a estos. Al indicador que se le atribuyo más importancia fue calidad, ya que sin esta no podría sr posible el ingreso del fruto al mercado de destino, por reglamentos sanitarios y técnicos, ni posible, un poder de negociación de un precio competitivo por parte del ofertante.

Por otro lado, dos de los quince (2/15) especialistas indicaron que si bien es importante dicho factor no es determinante para el desarrollo del fruto, y que se debe considerar también factores como la estacionalidad de demanda, momento en el cual el limón Tahití podría entrar al mercado de destino y la inteligencia de mercados por parte de las empresas, la cual permitiría ubicar estrategias competitivas para el desarrollo del fruto a través de análisis de demanda y oferta.

Cabe resaltar que la determinación de este factor no tiene antecedente por lo que se considera nuevo aporte.

¿Considera que la “Estacionalidad de la Demanda” del limón Tahití, del Perú, ¿es un factor determinante en su desarrollo internacional? Explique.

Catorce de los quince (14/15) especialistas indicaron que la existencia de una demanda insatisfecha, en ventanas estacionales, es un factor determinante para el desarrollo del cítrico a nivel internacional. Argumentaron, que es clave que el agroexportador aproveche dichas ventanas para la exportación del cítrico, ya que es en ese momento donde los mercados están desbastecidos de nuestros principales competidores, generando una oportunidad de venta en altos volúmenes y poder de negociación de precios.

Sin embargo, hubo un especialista (1/15) que indicó que este factor no sería determinante, ya que el limón Tahití, tiene sustitutos, como el limón sutil. Por lo cual sería fácilmente sustituido por los mercados competidores para poder seguir vendiendo a sus principales países compradores.

Cabe resaltar que la determinación de este factor no tiene antecedente por lo que se considera nuevo aporte.

¿Considera usted que la inexistencia de barreras para arancelarias para la entrada del limón Tahití a los países importadores, es un factor determinante para su desarrollo a nivel mundial?

Nueve de los quince (9/15) especialistas entrevistados, indicaron que la existencia de las barreras para arancelarias para el limón Tahití en los países de destino no es determinante para su desarrollo internacional, es decir, aun considerando su existencia, el limón Tahití, puede desarrollarse a nivel internacional. Argumentaron, que las

barreras arancelarias en la actualidad, si bien en algunos casos son colocadas por los gobiernos para proteger la industria local, no se presentaran como impedimento para el desarrollo del fruto, ya que las barreras Fito sanitarias existen para diversos productos comestibles, los cuales a pesar de su existencia se han venido desarrollando oportunamente. Las verdaderas barreras se presentarían como parte de los requisitos de calidad del producto indicados por el comprador. Representando así que las barreras más importantes hoy en día no las colocan los gobiernos sino la demanda, colocándolas como parte de los requisitos del producto.

Por otro lado, los seis especialistas (6/15) restantes señalaron, que la existencia de las barreras si serian determinantes para el desarrollo del fruto, debido a que su existencia impediría muchas veces la entrada del producto al mercado, por ejemplo, negociaciones con frutas que siguen siendo pospuestas por los países demandantes, ya que buscan proteger su producción local, evitando que entre la competencia internacional.

Cabe resaltar que la determinación de este factor no tiene antecedente por lo que se considera nuevo aporte.

De acuerdo con los cuadros alcanzados inicialmente ¿Cuál de los parámetros considera usted es el más importante para el desarrollo del limón Tahití? Explique. (Anexo 16)

Ocho de los quince (8/15) especialistas entrevistados indicaron que la competitividad del limón Tahití frente a otros frutos exportador por el Perú, si es determinante para su desarrollo. Argumentaron que la rentabilidad que cada kilo de fruto vendido va a ser el factor que atraiga o no a un exportador al negocio. Es decir, la empresa agrícola va a preferir invertir en un fruto que le genere mayor rentabilidad sobre su inversión.

Sin embargo, los siete (7/15) especialistas restantes, indicaron que hay otros factores más importantes que determinarían el desarrollo del fruto a nivel internacional, como rendimiento por hectárea de chacra u oportunidad de venta. Asimismo, algunos indicaron que la competitividad no puede ser un factor determinante, ya que diferentes frutos no pueden se comparados entre sí por tener diferentes usos por el consumidor.

Cabe resaltar que la determinación de este factor no tiene antecedente por lo que se considera nuevo aporte.

¿Considera usted que la falta del conocimiento del comportamiento del mercado internacional de las frutas, en este caso del limón Tahití, es un factor determinante para el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.

En este caso, doce de los quince (12/15) especialistas acordaron que el conocimiento del mercado por parte de los ofertantes es determinante para que el cítrico se desarrolle. Argumentaron, que el conocimiento del mercado es la base, ya que con la investigación el ofertante puede conocer quiénes son sus principales competidores, los requisitos del mercado, los principales países demandantes y las ventanas de ingreso del producto donde se puede manejar un mayor precio y por ende una mayor rentabilidad.

Por otro lado, los tres especialistas restantes (3/15) indicaron que, si bien es un factor que tomar en cuenta, no es determinante ya que consideran que más peso tiene en el desarrollo, la existencia de una demanda y la promoción que pueda dar el gobierno sobre sus productos al mundo.

Cabe resaltar que la determinación de este factor no tiene antecedente por lo que se considera nuevo aporte.

CONCLUSIONES

- Como se mencionó anteriormente, un factor es considerado como determinante cuando su cumplimiento se presenta como necesario para que el limón Tahití pueda desarrollarse a nivel internacional. Por otro lado, el desarrollo se define, como el incremento de las exportaciones del Limón Tahití a través de los años.
- Los factores determinantes para el desarrollo del limón Tahití son 4/6: Demanda Internacional, Oferta Internacional, Viabilidad de Producción e Inteligencia de Mercados. Por otro lado, los no tan relevantes son: Competitividad y Barreras Arancelarias y Pararancelarias.
- La existencia de la demanda internacional, insatisfecha estacionalmente, es determinante, ya que es importante que el agroexportador identifique las ventanas estacionales del cítrico para que de esta manera aproveche el desabastecimiento en los mercados y tenga oportunidad de negociar grandes volúmenes de venta y altos precios. Si bien el Perú exporta este cítrico a diferentes países, entre sus principales clientes no están los mayores importadores de limón Tahití a nivel mundial.
- La oferta internacional sí es un factor determinante para el desarrollo del limón Tahití ya que al igual que la demanda, los especialistas indicaron que es un punto clave dentro del comercio internacional haciendo referencia a que debe existir una oferta competitiva que incluya calidad, precio y sobre todo oportunidad. Siendo la confluencia de estos tres factores una característica importante debido a que permitirá la entrada del producto al mercado de destino y tener un mayor poder de negociación.
- Cabe mencionar que, si bien el Perú es exportador del limón Tahití, no pertenece al top 10 de los principales proveedores de este cítrico a nivel mundial.
- La viabilidad de la producción (relacionado a la competitividad de los costos y rendimientos por hectárea de cultivo), sí es un factor determinante para el desarrollo del limón Tahití, porque según los expertos, de existir un buen manejo de costos durante la etapa de producción determinará el monto

de la rentabilidad sobre la inversión realizada. Sin embargo, la mayoría también precisó que existe desconocimiento de indicadores de competitividad de los costos.

- La existencia de barreras arancelarias y paraarancelarias no es un factor determinante para el desarrollo del limón Tahití, ya que las medidas arancelarias son prácticamente inexistentes debido a la firma de los TLC, además con el fortalecimiento de la sanidad agraria enfocada a la agroexportación, se ha logrado levantar las restricciones paraarancelarias de orden sanitario para los principales mercados de consumo. Por tal motivo, los encuestados consideran que no es un factor determinante para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional. Hay que recalcar que cuando se hace referencia las barreras paraarancelarias, se refiere al enfoque fitosanitario impuesto por el gobierno.
- Pese a que el limón Tahití es de menor precio relativo en comparación con las otras frutas de exportación los expertos precisaron que la competitividad del limón Tahití frente a otros frutos peruanos exportados, no es determinante, ya que existen factores más importantes que determinarán su desarrollo a nivel internacional como el comportamiento de la demanda y la oportunidad de oferta. Asimismo, indicaron que los diferentes frutos no se pueden comparar por tener diferentes usos por el consumidor.
- La inteligencia de mercados sí es un factor determinante para el desarrollo del limón Tahití. Los expertos indicaron que es la base de un exitoso intercambio comercial al brindar a la ofertante información sobre sus principales compradores, requisitos de mercados, países demandantes y ventanas de ingreso. Se debe resaltar que, si bien las instituciones públicas promueven realizar una inteligencia de mercados previo a las exportaciones, su alcance es aún bastante limitado y, por otro lado, las empresas privadas no desarrollan inteligencia de mercado del fruto a exportar.
- Por lo expuesto anteriormente, se concluye además que de los cuatro factores que sí son determinantes; en el Perú aún no se estudia la competitividad de costos referente a la viabilidad de producción y tampoco la inteligencia de mercados. El cumplimiento íntegro de estos dos factores

podría generar, en teoría, que el limón Tahití se desarrolle a nivel internacional.



RECOMENDACIONES

De acuerdo con lo recabado en la investigación y en la información obtenida mediante las entrevistas a los expertos, se pueden dar las siguientes recomendaciones:

- Identificar adecuadamente las ventanas estacionales a fin de aprovechar el desabastecimiento del mercado de destino y así poder negociar altos volúmenes de venta y altos precios.
- De manera complementaria al aseguramiento de la calidad, deben explorarse las zonas de producción donde se pueda ofertar producto en la oportunidad que el mercado se encuentre desabastecido.
- Habiendo precisado la importancia de la competitividad de los costos, en la viabilidad de producción del limón Tahití peruano, se hace necesario profundizar su análisis.
- Se recomienda realizar un análisis previo a la exportación, donde pueda identificarse los Tratados de Libre Comercio y las regulaciones fitosanitarias que el país de destino presente en relación con el fruto exportado.
- La competitividad no se presenta como un factor determinante para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional, más sí la demanda y la oferta. Por lo tanto, se recomienda analizar a profundidad el comportamiento de la demanda y las ventas potenciales dadas por oportunidad de oferta.
- Para que se desarrolle el factor de inteligencia de mercados se recomienda; que las empresas exportadoras comiencen a realizar estudios de mercados internacional para la aplicación de estrategias eficaces; asimismo, se recomienda que las instituciones públicas y privadas (ADEX, PromPerú, ProCitrus, Ocex, etc.) realicen campañas de promoción más agresivas del cítrico y con un mayor alcance internacional. Lo óptimo es que tanto empresas privadas como instituciones pertenecientes al estado, trabajen de manera conjunta para lograr un mayor reconocimiento del cítrico a nivel internacional.

- La última recomendación hace referencia al cumplimiento de los factores y es que el Perú debería cumplir íntegramente con dos de los factores determinantes para que en teoría el limón Tahití se desarrolle internacionalmente. Estos son; inteligencia de mercados y viabilidad de producción.



REFERENCIAS

- Acosta, V. (16 de octubre de 2019). Chile se convierte en el líder internacional de obesidad tanto en adultos como en niños. *Agenda Pais*. Obtenido de [https://www.elmostrador.cl/agenda-pais/2019/10/16/chile-se-convierte-en-el-lider-internacional-de-obesidad-tanto-en-adultos-como-en-ninos/#:~:text=Los%20C3%BAltimos%20datos%20publicados%20por,y%20Estados%20Unidos%20\(71%25\)](https://www.elmostrador.cl/agenda-pais/2019/10/16/chile-se-convierte-en-el-lider-internacional-de-obesidad-tanto-en-adultos-como-en-ninos/#:~:text=Los%20C3%BAltimos%20datos%20publicados%20por,y%20Estados%20Unidos%20(71%25).).
- Advantage Market Intelligence*. (2021). Obtenido de <https://www.advantagemarket.co.uk/>
- Agüero, A., Muñoz, G., García Negro, Á., & Alcaraz Rivero, A. (diciembre de 2020). *Análisis de políticas agropecuarias en Perú, 2014-2018*. Obtenido de <https://publications.iadb.org/es/analisis-de-politicas-agropecuarias-en-peru-2014-2018>
- Alvarado Boirivant, J. (2007). El Sector Agrícola en El Combate De La Pobreza Rural. *Revista Reflexiones*, 86(1). Obtenido de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/reflexiones/article/view/11467>
- Andrade Espinoza, S. (2002). *Diccionario de Economía Social de Mercado*. Lucero S.R.L.
- Arteaga Donayre, W. A. (2016). *Gestión del sector agricultura al 2021: Hacia un desarrollo sostenible*. [Trabajo presentado en la Conferencia Académica Anual del Consorcio, octubre, 2015]. Consorcio de Universidades. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12724/2410>
- Associação Brasileira dos Produtores Exportadores de Frutas e Derivados. (2019). *Associação Brasileira dos Produtores Exportadores de Frutas e Derivados*. Obtenido de ABRAFRUTAS: <https://abrafrutas.org/2019/11/26/limao-um-azedinho-que-nao-pode-faltar/>
- Avendaño, R., Daude, C., & Perea, J. R. (2013). Internacionalización de las PYMES mediante las cadenas de valor : Cuál es el rol del financiamiento? *Integration and Trade Journal*, 37(17), 75-85. Obtenido de <https://ideas.repec.org/a/adb/intala/jouintegycomv37y2013i17p75-85.html>
- Baffes, J., & De Gorter, H. (2005). Experience with decoupling agricultural support [Experiencia con desacoplamiento apoyo agrícola]. En M. A. Aksoy, & J. C. Beghin, *Global Agricultural Trade and Developing Countries*. The World Bank. Obtenido de <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.840.7295&rep=rep1&type=pdf#page=98>
- Bajo Rubio, O. (1996). Teorías del comercio internacional: una panorámica. *Ekonomiaz*(36). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/274408.pdf>

- Baldwin, K., & Saager Meade, B. G. (diciembre de 2010). Peru: An Emerging Exporter of Fruits and Vegetables. *Affiliation: United States Department of Agriculture*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/329390314_Peru_An_Emerging_Exporter_of_Fruits_and_Vegetables
- Banco Mundial. (2017). *Tomando impulso en la agricultura peruana: oportunidades para aumentar la productividad y mejorar la competitividad del sector*. Banco Mundial. Obtenido de <https://documents1.worldbank.org/curated/en/781561519138355286/pdf/Gainin-g-momentum-in-Peruvian-agriculture-opportunities-to-increase-productivity-and-enhance-competitiveness.pdf>
- Banco Mundial. (03 de Abril de 2018). *Cómo potenciar uno de los principales motores de la economía del Perú*. Obtenido de *Cómo potenciar uno de los principales motores de la economía del Perú*: <https://www.bancomundial.org/es/news/infographic/2018/04/03/banco-mundial-peru-evento-agricultura-informe-reporte-tomando-impulso-como-potenciar-uno-de-los-principales-motores-de-la-economia-del-peru>
- Barrientos Felipa, P. (enero de 2018). La agricultura peruana y su capacidad de competir con el mercado internacional. *Equidad y Desarrollo*, 1(32). Obtenido de <https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1274&context=eq>
- Brander, J. A., & Krugman, P. (1983). A 'Reciprocal Dumping' Model of International Trade. *Journal of International Economics*, 15(3/4), 313-321. Obtenido de <https://www.nber.org/papers/w1194>
- Brenton, P., & Ikezuki, T. (2005). The impact of agricultural trade preferences, with particular attention to the least- developed countries [El impacto de la agricultura preferencias comerciales, con atención particular a los menos desarrollados países]. En M. A. Aksoy, & J. C. Beghin, *Global Agricultural Trade and Developing Countries*. The World Bank. Obtenido de <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.840.7295&rep=rep1&type=pdf#page=98>
- Bustos Flores, C. (2009, enero-junio). La producción artesanal. *Visión general*, 8(1), 37-52. Retrieved from <https://biblat.unam.mx/hevila/Visiongerencial/2009/vol8/no1/3.pdf>
- Campomanes Llana, P. (2019). *El mercado de los alimentos Ecológicos en el Reino Unido*. ICEX España Exportación e Inversiones. Obtenido de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/estudios-de-mercados-y-otros-documentos-de-comercio-exterior/DOC2019831008.html>
- Castaño Garrido, C., & Quecedo Lecanda, R. (2003). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de Psicodidáctica*(14), 5-40. Obtenido de <https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/48130/142-203-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Cauas, D. (2003). *Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación*. Obtenido de <https://www.udocz.com/apuntes/125637/definicion-de-las-variables-enfoque-y-tipo-de-investigacion>
- Chile: *aumenta interés por las frutas exóticas y tropicales colombianas*. (27 de octubre de 2014). Obtenido de ProColombia: <https://procolombia.co/actualidad-internacional/agricola/chile-aumenta-interes-por-las-frutas-exoticas-y-tropicales-colombianas#:~:text=Chile%3A%20aumenta%20inter%20C3%A9s%20por%20las%20frutas%20ex%20C3%B3ticas%20y%20tropicales%20colombianas,-Agr%C3%ADcola&te>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2019). *Perspectivas de la agricultura y del desarrollo rural en las Américas: una mirada hacia América Latina y el Caribe*. Obtenido de Perspectivas de la agricultura y del desarrollo rural en las Américas: una mirada hacia América Latina y el Caribe: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45111/1/CEPAL-FAO2019-2020_es.pdf
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (2021). *Perspectivas de la Agricultura y del Desarrollo Rural en las Américas: una mirada hacia América Latina y el Caribe 2021-2022*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47208/1/CEPAL-FAO21-22_es.pdf
- Coral Rojas, Y. E., Moncayo Rosero, J. K., Realpe Cabrera, I. A., & Mujica Betancourt, R. D. (2019). Oferta exportable del sector cafetero del Departamento de Nariño, (2010-2018). *Visión Empresarial*, 9, 135-150. Obtenido de <https://doi.org/10.32645/13906852.876>
- Doporto Miguez, I., & Michelena, G. (2011). *La volatilidad de los precios de los commodities : el caso de los productos agrícolas*. Centro de Economía. Obtenido de <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/74599/1/668851325.pdf>
- El consumo de frutas exóticas, una moda en Francia*. (28 de febrero de 2018). Obtenido de ProEcuador: <https://www.proecuador.gob.ec/el-consumo-de-frutas-exoticas-una-moda-en-francia/>
- Enrique. (29 de julio de 2020). *Regiones del norte: limón Tahití va camino a ser una de las estrellas de la agroexportación*. Obtenido de <https://mercadosyregiones.com/2020/07/29/regiones-del-norte-limon-tahiti-va-camino-a-ser-una-de-las-estrellas-de-la-agroexportacion/#:~:text=Los%20principales%20productores%20de%20lim%C3%B3n,Tumbes%20Lambayeque%20y%20San%20Mart%C3%ADn.>
- Fariñas García, J. C. (1988). *El comercio intraindustrial en España*. [Tesis de doctorado, Universidad Complutense Madrid]. Repositorio institucional de Universidad Complutense Madrid. Obtenido de <https://produccioncientifica.ucm.es/documentos/5d1df63d29995204f76658e2>

- Fernández-Lambert, G., Aguilar-Lasserre, A. A., Martínez-Castellanos, G., Ruvalcaba-Sánchez, M. L., Correa-Medina, J. G., & Martínez-Flores, J. L. (2015, julio-diciembre). Contexto y Caracterización de la Cadena de Suministro del Limón Persa (*Citrus latifolia* Tanaka) en Veracruz-México. *ConCiencia Tecnológica*(50), 21-31. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6410976>
- Fischer de la Vega, L. E., & Espejo Callado, J. (2003). *Mercadotecnia*. Mc Graw Hill.
- Food and Agriculture Organization. (19 de marzo de 2013). *Perú podría convertirse en un importante exportador de limón a EE.UU.* Obtenido de <https://www.fao.org/in-action/agronoticias/detail/es/c/511657/>
- Freitas, C. O., Neves, M. C., & Silva, F. d. (agosto de 2021). *Agricultural Production and Access to Energy in Bolivia, Peru, and Colombia*. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.18235/0003443>
- Gaceta Oficial Digital. (2019). *Gaceta Oficial Digital*. Obtenido de Autoridad Panameña de Seguridad de Alimentos : https://www.gacetaoficial.gob.pa/pdfTemp/26468_A/25055.pdf
- Galarza, F. B., & Díaz, J. G. (2015). Productividad total de factores en la agricultura peruana: estimación y determinantes. *IDEAS Working Paper Series from RePEc*. Obtenido de <https://www.proquest.com/docview/1697561903>
- González Blanco, R. (enero-febrero de 2011). Diferentes teorías del Comercio Internacional. *Tendencias y Nuevos Desarrollos de la Teoría Económica*(858). Obtenido de <http://www.revistasice.com/index.php/ICE/article/view/1393/1393>
- Grubel, H. G., & Lloyd, P. J. (1975). *Intra-industry trade : the theory and measurement of international trade in differentiated products*. Macmillan.
- Helmsing, A. (5 de noviembre de 2009). Smallholder participation in high value agro-export chains in Peru. A study of the co-evolution of technology and institutions. [*La participación de los pequeños agricultores en las cadenas de agroexportación de alto valor en Perú. Un estudio de la coevolución de la tecnología y las instituciones*]. Obtenido de <http://hdl.handle.net/1765/18138>
- Hernández-Nieto, R., & Gutiérrez, M. C. (2017). *Mapa hispano de los Estados Unidos 2017*. Instituto Cervantes at the Faculty of Arts and Sciences of Harvard University. Obtenido de [http://cervantesobservatorio.fas.harvard.edu/sites/default/files/mapa_hispano_2017sp.pdf#:~:text=Los%20cinco%20estados%20con%20la,\(2%2C%20millones\).](http://cervantesobservatorio.fas.harvard.edu/sites/default/files/mapa_hispano_2017sp.pdf#:~:text=Los%20cinco%20estados%20con%20la,(2%2C%20millones).)

- ICEX España Exportación e Inversiones. (2019). *El mercado de la gran distribución alimentaria en Países Bajos*. Obtenido de https://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento/mde5/ode2/~edisp/doc2019816788.pdf?utm_source=RSS&utm_medium=ICEX.es&utm_content=19-03-2019&utm_campaign=Estudio%20de%20mercado.%20El%20mercado%20de%20la%20gran%20distribuci%C3%B3n%20alime
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (setiembre de 2018). *Evolución de las Exportaciones e Importaciones*. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/11-informe-tecnico-n11_exportaciones-e-importaciones-set2018.pdf
- Insúa, L. L. (2015). Acaparamiento de territorios y políticas agrarias en América Latina en el siglo 21: Análisis de procesos y propuestas normativas. *Agroalimentaria*, 21(40), 61-78. Obtenido de <https://www.proquest.com/docview/1700707594?accountid=45277&forcedol=true>
- Ionos. (25 de noviembre de 2019). *Oferta y demanda: así afectan al mercado*. Obtenido de <https://www.ionos.mx/startupguide/gestion/oferta-y-demanda/>
- Isaza Castro, J. G., & Rendón Acevedo, J. A. (2007). *Guía metodológica para la formulación y presentación de proyectos de investigación*. Universidad de La Salle. Obtenido de https://www.academia.edu/22662454/Gu%C3%ADa_metodol%C3%B3gica_para_la_formulaci%C3%B3n_y_presentaci%C3%B3n_de_proyectos_de_investigaci%C3%B3n
- Jaffee, S. M., & Henson, S. (2005). Agro-Food exports from developing countries: The challenges posed by Standards [Exportaciones agroalimentarias de desarrollar países: los desafíos planteados por estándares]. En M. A. Aksoy, & J. C. Beghin, *Global Articultural Trade and Developing Countries*. The World Bank. Obtenido de <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.840.7295&rep=rep1&type=pdf#page=98>
- Kotler, P., Grande Esteban, I., Cámara Ibáñez, D., & Cruz Roche, I. (2000). *Dirección de marketing*. Prentice Hall.
- Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia*, 13(2), 158 - 184. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/737/73713208.pdf>
- Loyola Santos, C. d. (2017). *Comercio internacional y competitividad de la Lima Tahití peruana 2008-2016*. [Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Negocios Internacionales, Universidad Cesar Vallejo] . Repositorio institucional de Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/1809>
- Mankiw, N. G. (2012). *Principios de Economía*. CENGAGE Learning.

- Martín Cerdeño, V. J. (2019). Tendencia de Consumo de Frutas y Verduras en el mercado Europeo. *Distribución y Consumo*, 5. Obtenido de <https://www.mercasa.es/media/publicaciones/269/Tendencias.pdf>
- Menacho López, H. V., Oscanoa Ramos, A. M., & Viza Ramos, J. I. (2018). *Plan de Negocios: Exportación de Limón Sutil a EE.UU.* [Trabajo de investigación para optar el grado académico de Maestro en Administración de Empresas, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio institucional de Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10757/623579>
- Ministerio de Agricultura y Riego. (junio de 2017). *Informe del limón.*
- Ministerio de Agricultura y Riego. (enero de 2019). *Análisis Mensual de Precios al por mayor de los principales productos agrícolas en Lima Metropolitana.*
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (octubre de 2009). *Plan de Negocio para Acceder al Nicho de Mercado de Limón Tahití.* Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/licitacion/pdfs/Informes/37.pdf
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2019). *Países Bajos.* Obtenido de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/410738/PDM_PAISES_BAJOS_2.pdf
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego . (2020). *Sierra y Selva Exportadora.* Obtenido de <https://www.gob.pe/sse>
- Monterrey Viña, A. (2017). *Análisis de las políticas públicas diferenciadas para el apoyo de la Agricultura Familiar en Costa Rica, Perú y Brasil.* [Trabajo fin de Máster, Universitat Politecnica de Valencia]. Universitat Politecnica de Valencia. Obtenido de <http://www.upv.es/entidades/CCD/infoweb/ccd/info/U0767721.pdf>
- Montiel Paternina, S. (2013). Impacto del tlc con estados unidos sobre los sectores económicos colombianos. *Saber, Ciencia y Libertad*, 8(1). Obtenido de <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/saber/article/view/1885>
- Moreno, E. (19 de noviembre de 2015). *Tiempo de espera para que barcos pasen por Canal de Panamá se reduce a cuatro días.* Obtenido de <https://es-us.noticias.yahoo.com/tiempo-espera-para-que-barcos-pasen-por-canal-020647723--finance.html>
- Neves, M. C., Silva, F. d., & Freitas, C. O. (julio de 2021). *Agricultural Total Factor Productivity and Road Infrastructure in South American Countries.* Obtenido de <https://publications.iadb.org/en/agricultural-total-factor-productivity-and-road-infrastructure-south-american-countries>

- Oliveros, A. (2021). *¿Qué son las Barreras Arancelarias y No Arancelarias?* Obtenido de https://mediavueltdigital.com/barreras-arancelarias/#Que_es_un_Arancel
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2013). *Actualidad agropecuaria de América Latina y el Caribe*. Obtenido de Actualidad agropecuaria de América Latina y el Caribe: <https://www.fao.org/in-action/agronoticias/detail/es/c/511657/>
- Orrego, C. E., Rodríguez, Y., Zemanate, K., & Rodríguez, L. J. (2021). *Productividad y Competitividad Frutícola Andina. Producto 3: Informe técnico de resultados sobre la productividad alcanzada por cultivo y por país*. Fontagro. Obtenido de https://www.fontagro.org/new/uploads/productos/16111_-_Producto_3.pdf
- Oxford Languages. (2021). *Determinante*. Obtenido de <https://languages.oup.com/google-dictionary-es/>
- Oxford Languages. (2021). *Factor*. Obtenido de <https://languages.oup.com/google-dictionary-es/>
- Piura se consolida como primera región exportadora de limón*. (9 de setiembre de 2020). Obtenido de El Economista: <https://www.eleconomistaamerica.pe/economia-eAm-peru/noticias/10290568/01/20/Piura-se-consolida-como-primera-region-exportadora-de-limon.html>
- Pomareda Benel, C. (2010). *Apostar Por La Innovación en La Agricultura Peruana*.
- Pomareda Benel, C. (2014). *La Necesidad De Recursos Humanos en La Agricultura Peruana Y La Urgencia De Renovación De La Universidad*.
- Produce Marketing Association. (junio de 2017). *Aumento de la Demanda Estadounidense de Frutas Tropicales: Mexico, un proveedor clave*. Obtenido de <https://www.pma.com/es/Content/Articles/2017/06/Aumento-en-la-Demanda-Estadounidense-de-Frutas-Tropicales-Mexico-un-Proveedor-Clave#:~:text=Las%20principales%20frutas%20tropicales%20incluyen,variedades%20de%20frutas%20tropicales%20especiales.>
- Roe Smithson & Asociados. (2012). *Qué es Inteligencia de Mercado*. Obtenido de <https://estudiomercado.cl/2012/02/01/que-es-inteligencia-de-mercado-2/>
- Rueda de Aranguren, D. M. (4 de mayo de 2016). *Visión crítica de los elementos teóricos de la metodología cualitativa*. Obtenido de <https://otrasvoceseneducacion.org/archivos/76547#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa%20es%20inductiva%3B%20de%20esta%20forma%2C,y%20comienzan%20un%20estudio%20con%20interrogantes%20vagamente%20formulados.>
- Ruiz Blázquez, J. J. (2015). *Las entrevistas en profundidad y la biografía*. *Revista San Gregorio*, 1. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.36097/rsan.v0i0.115>

- Salas-Canale, H. J. (2020). Agroexportaciones no tradicionales y su contribución al desarrollo económico Peruano. *Dominio de las Ciencias*, 6(1), 4-27. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539771>
- SantanderTrade. (2020). *Francia: Distribuir un producto*. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/francia/distribuir-un-producto>
- SantanderTrade. (2020). *SantanderTrade*. Obtenido de Chile: Distribuir un producto: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/chile/distribuir-un-producto>
- Santiago Sobrero, F. (2009, abril). *Análisis de Viabilidad: La cenicienta en los Proyectos de Inversión*. Retrieved from <http://asociacionag.org.ar/pdfcap/5/Sobrero,%20Francisco%20-%20ESTUDIOS%20DE%20VIABILIDAD%20LA%20CENICIENTA%20DE%20LOS%20PROYECTOS%20DE%20INVERSION.pdf#:~:text=Viabilidad%20expresa%20lo%20viable%2C%20concepto%20que%20proviene%20de,%28f%20actibilidad%29%20%E2>
- Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú [SENASA]. (2020). *Consulta de Requisitos*. Obtenido de <https://servicios.senasa.gob.pe/consultaRequisitos/consultarRequisitos.action>
- Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú. (2020). *Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú*. Obtenido de Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú: <https://servicios.senasa.gob.pe/consultaRequisitos/consultarRequisitos.action>
- Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior [SIICEX]. (22 de setiembre de 2014). *Limón Tahití*. Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/SIICEX/resources/fichaproducto/114pdf2014Sep22.pdf>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2017). *Productos del Reino Vegetal*. Obtenido de <https://www.bing.com/search?q=sunat+definicion&qsn=&form=QBRE&sp=1&pq=&sc=0-0&sk=&cvid=8E96197A946748BD8CEB84A9C0C42DC2>
- Trade Map. (2020). *Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití*. Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es&AspxAutoDetectCookieSupport=1>
- Vásquez Villanueva, V. (2011). *Perú política agraria construyendo desigualdad y exclusión rural*. Grupo Agronegocios.
- Veritrade. (2021). *Estadísticas del mercado internacional del limón Tahití*. Obtenido de <https://business2.veritrade.com/es/mis-busquedas>
- Zana Carbajal, C. (2012). *Impacto del boom agroexportador en el ingreso de los hogares de la costa peruana del año 2007 al 2010*. [Tesis para optar el título de

Licenciado en Economía, Universidad de Piura]. Repositorio institucional de Universidad de Piura. Obtenido de <https://hdl.handle.net/11042/1332>

Zegarra, E. (2019). *Auge agroexportador en el Perú: un análisis de sobrevivencia de productos y empresas*. Obtenido de https://www.cies.org.pe/sites/default/files/investigaciones/ifinal_agroexport.pdf



BIBLIOGRAFÍA

- Cámara de Comercio de Bogotá. (2010). *Reporte de Monitoreo Sectorial: Sector Alimentos Panamá*.
- Comex Stat. (2021). <http://comexstat.mdic.gov.br/pt/home>
- Domínguez Cáceres, M. (2015). *Requisitos para exportar alimentos a Chile [Diapositivas de Power Point]*. Repositorio institucional de Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [Prom Perú]. <https://repositorio.promperu.gob.pe/handle/123456789/128>
- El Limón*. (2019). Agrotendencia: <https://agrotendencia.tv/agropedia/el-cultivo-de-limon/>
- El limón persa ocupa el segundo lugar como un producto de exportación en México. (9 de enero de 2018). *El Sol de México*. <https://www.elsoldemexico.com.mx/finanzas/el-limon-persa-ocupa-el-segundo-lugar-como-un-producto-de-exportacion-en-mexico-556913.html>
- El Productor. (22 de enero de 2020). *Se prevé que aumente la exportación de cítricos mexicanos*. <https://elproductor.com/2020/01/se-preve-que-aumente-la-exportacion-de-citricos-mexicanos/>
- Federcitrus. (mayo de 2018). *La Actividad Citrícola Argentina*. <https://www.federcitrus.org/wp-content/uploads/2018/05/Actividad-Citricola-2018.pdf>
- Intagri. (2018). *La Producción de Limón en México*. <https://www.intagri.com/articulos/frutales/la-produccion-de-limon-en-mexico>
- Limão: um azedinho que não pode faltar*. (noviembre de 2019). Associação Brasileira dos Produtores Exportadores de Frutas e Derivados: <https://abrafrutas.org/2019/11/limao-um-azedinho-que-nao-pode-faltar/>
- Los 10 mayores exportadores de limones del mundo. (25 de mayo de 2020). *Opportimes*. <https://www.opportimes.com/los-10-mayores-exportadores-de-limones/>
- Mercedes Jara, M. (2010). *Guía Comercial de Canadá*. <https://es.scribd.com/document/181883815/Guia-Canada>
- Prado Pastor, S. H. (s.f.). *Requisitos Sanitarios para la exportación de alimentos a los principales mercados*. <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=67873864-11EE-41FE-9297-F4C5790321C8.PDF>

Trejos, R., Arias, J., Segura, O., & Vargas, E. (2004). *Más que alimentos en la mesa: la real contribución de la agricultura a la economía*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. <http://repositorio.iica.int/handle/11324/6432>

Vio del Río, F., & Albala Brevis, C. (1998). La transición nutricional en Chile / Nutritional transition in Chile. *Revista chilena de nutrición*, 25(3), 11-20. <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/lil-245398?lang=es#:~:text=En%20Chile%2C%20la%20situaci%C3%B3n%20nutricional%20pas%C3%B3%20de%20una,predominio%20de%20obesidad%20en%20menos%20de%2020%20a%C3%B1os.>





ANEXOS

Anexo 1: Entrevistas

FACTORES DETERMINANTES PARA EL DESARROLLO DEL LIMÓN TAHITI A NIVEL INTERNACIONAL

Resumen:

El presente trabajo es una investigación preliminar de carácter exploratoria y tiene como finalidad obtener la razón por la cual el limón Tahití peruano presenta un desarrollo menor con respecto a otro tipo de frutas exportadas también por el Perú. Para buscar dicho motivo esta investigación pretende entonces validar la relación de seis variables y el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional.

Las variables propuestas son: Oferta, Demanda, Viabilidad de producción, Barreras arancelarias y para arancelarias, Competitividad del producto e Inteligencia de mercado.

Empresa:	Desarrolló cargos de Gerente de Gandules, Danper y ahora es dueña de su propia empresa.
Nombre del entrevistado:	Carla Vaca
Cargo del entrevistado:	Ingeniera agrónoma con más de 10 años de experiencia en el área comercial.
Fecha:	16-04-2021
Duración:	38:14 minutos
Nombre del entrevistador:	Grace Reyes

Cuestionario:

- 1. ¿Considera usted que el Perú tiene potencialidad de seguir desarrollando más plantaciones de limón Tahití? Explique.**

Sí. Hay nuevos proyectos de sembrío en relación lo que da una muy buena posibilidad de seguir trabajando productos cítricos.

- 2. ¿A su consideración, cuáles cree que son las falencias en la actual cadena de producción del Limón Tahití? Explique.**

Yo me atrevería a decir que son las mismas falencias que tiene el limón sutil. el área es muy acotada, ya que hay algunas características que sólo te lo da el norte del país. Otra falencia que creo es que el limón Tahití no es muy rentable a comparación de otros productos que se pueden producir en

el mismo lugar como por ejemplo la palta, ya que se obtiene mayor valor mayor dinero a menor tiempo y a menor costo. COSECHA

- 3. ¿Considera usted que tener una eficiente producción es determinante para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.**

No. Se tiene que hacer un comparativo entre rentabilidad de diversos productos sembrados en la misma zona

- 4. ¿Considera que los costos de producción son competitivos para que se propicie el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.**

En general el Perú es un país que es competitivo a nivel de sus pares en Latinoamérica. Los gastos de agua, luz y manos de obra son menores, lo cual nos ayuda en el desarrollo. Para determinar esto se debe saber que cantidad de chacra se siembra, cuál es su rentabilidad, hay cantidad exportable.

- 5. ¿Considera usted que el Perú pueda desarrollar una oferta competitiva a nivel internacional del limón Tahití? Explique.**

Para poder determinar qué tan competitivo podríamos llegar a ser primero se tiene que saber el área sembrada el rendimiento por hectárea y luego compararlo a cuál es el precio por kilo en el cual se vende, de esa manera saber qué tan competitivos y rentables podemos ser. ¿Realmente tenemos una cantidad interesante para ofertar?

- 6. ¿Considera usted que una oferta del limón Tahití competitiva (calidad, precio, oportunidad) es determinante para el desarrollo de las exportaciones del limón Tahití? Explique.**

En precio somos competitivos.

- 7. ¿Considera que la “Estacionalidad de la Demanda” del limón Tahití, del Perú, ¿es un factor determinante en su desarrollo internacional? Explique.**

Sí, definitivamente. Es importante saber cuándo entramos a los mercados, saber la ventana estacional de nuestros competidores.

- 8. ¿Considera usted que cumplir con los requisitos de calidad de la demanda internacional es un factor determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití? Explique.**

Sí claro que sí. Sí, es importante saber con quienes tenemos protocolos aprobados para la comercialización de limón Tahití. Debemos saber qué medidas cuarentenarias hay, que nuestros productos estén libres de cualquier plaga, mosca de la fruta. Los productos deben contar con diversas certificaciones para el ingreso como, por ejemplo: Global Gap, HACCP, BPM, etc.

- 9. ¿A su consideración cuales podrían ser las barreras paraarancelarias más predominantes en la entrada del limón Tahití peruano a los países importadores? Explique.**

Las cuarentenarias, ya que el Perú no es un país libre de la mosca de la fruta, lo que hace SUNAT es darte un certificado que te indica que sí puedes exportar y está libre de esa plaga.

- 10. ¿Considera usted que la inexistencia de barreras paraarancelarias para la entrada del limón Tahití a los países importadores, es un factor determinante para su desarrollo a nivel mundial?**

No, debes tener los requerimientos que tu potencial comprador y tu potencial mercado te pidan.

- 11. De acuerdo con los cuadros alcanzados inicialmente ¿Cuál de los parámetros considera usted es el más importante para el desarrollo del limón Tahití? Explique.**

Los datos indicados son importantes, sin embargo, se deben considerar otras variables.

12. ¿Considera usted que la falta del conocimiento del comportamiento del mercado internacional de las frutas, en este caso del limón Tahití, es un factor determinante para el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.

Sí por supuesto. Debemos saber quiénes son los principales consumidores del limón Tahití, quienes son los principales importadores, los precios promedios por KG, etc.

13. ¿Cuáles son las recomendaciones que usted daría para el desarrollo del limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.

Se debe mapear la cadena de valor, cuáles son los canales para exportar. Tener la mayor información posible sobre los precios, competidores, etc.

FACTORES DETERMINANTES PARA EL DESARROLLO DEL LIMÓN TAHITI A NIVEL INTERNACIONAL

Resumen:

El presente trabajo es una investigación preliminar de carácter exploratoria y tiene como finalidad obtener la razón por la cual el limón Tahití peruano presenta un desarrollo menor con respecto a otro tipo de frutas exportadas también por el Perú. Para buscar dicho motivo esta investigación pretende entonces validar la relación de seis variables y el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional.

Las variables propuestas son: Oferta, Demanda, Viabilidad de producción, Barreras arancelarias y para arancelarias, Competitividad del producto e Inteligencia de mercado.

Empresa:	Sierra y selva Exportadora
Nombre del entrevistado:	Mónica Dávila
Cargo del entrevistado:	Jefe de la unidad de inteligencia comercial
Fecha:	16-03-2021
Duración:	36:52 minutos
Nombre del entrevistador:	Grace Reyes

Cuestionario:

- 1. ¿Considera usted que el Perú tiene potencialidad de seguir desarrollando más plantaciones de limón Tahití? Explique.**

Sí yo creo que sí, digamos que tendríamos que ir definiendo las zonas, no concentrar en zonas, por ejemplo, en nuestra experiencia, la central hemos empezado a sembrar Tahití entonces no solamente tenemos el norte como empoderado de poder tener las condiciones para sembrar, sino que podemos ampliar un poco la oferta que Perú podría ofrecer. También hay otras zonas que podríamos evaluar, las que pueden ser complementarias en el norte para tener un mayor espacio en el tiempo de poder ofrecer este producto. En la sierra y selva exportadora hay un plan de negocio de en la selva de Cusco se siembra limón Tahití, hay una experiencia palpable aquí que sí se está trabajando fuera del norte, Piura todo concentrado; acuérdate que antes era igual, antes era Ica, la zona uvera, nadie pensaba que en Piura iba a ver uva por el calor que de repente las parras no iban a dar mucho, pero al contrario el calor le levanta más rápido los grados brix entonces lo mejora. Lo que era temible era que haya horas de frío que claro en el norte no hay, pero las variedades se pueden manejar entonces ahora con el Tahití nosotros tenemos en selva también por el tema el clima es más tropical mucho calor y todo eso, por eso es por lo que podemos salir de la zona en la que están acostumbrados a trabajar normalmente y poder ampliar un poco la oferta.

- 2. ¿A su consideración, cuáles cree que son las falencias en la actual cadena de producción del Limón Tahití? Explique.**

Siempre es un tema de logística, siempre es nuestro punto flaco porque nos falta infraestructura, infraestructura vial, cadena de frío, debemos tener buenas vías de penetración para llegar correctamente a los fundos, para que los productos no lleguen golpeados y lleguen correctamente a los empaques porque no todos los fundos tienen un packing al costado, entonces básicamente para mí ese es un tema álgido que tenemos que mejorar. También respecto a los puertos, que tengan buen calado y que puedan ir a todos los destinos.

3. **¿Considera usted que tener una eficiente producción es determinante para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.**

No, es una de las variables, pero no es suficiente.

4. **¿Considera que los costos de producción son competitivos para que se propicie el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.**

No puedo ayudarte mucho porque no manejo costos de producción, no sabría decir si son competitivos o no. Lo que sí podría comentar es que los costos son muy importantes hacia adentro entonces todo productor debe manejar costos eficientes en su producción ya que es lo único que puede manejar, no puede manejar los precios internacionales o los precios que puede tener en las diversas temporadas del año. Depende del tamaño del terreno y de su capacidad de producción.

5. **¿Considera usted que el Perú pueda desarrollar una oferta competitiva a nivel internacional del limón Tahití? Explique.**

Sí, sí definitivamente. Está muy asociada a la potencialidad, todo es posible ¿Por qué no? Mientras tengamos zonas sanitariamente seguras con adecuadas vías de comunicación correctas, aptas para poder trasladar los productos cerca a puertos ese proyecto va a caminar, todo es viable. De repente si está en Piura, Paita está más cerca, mejorar la panamericana. Debemos mejorar la infraestructura e identificar un nicho de mercado, si estamos empezando, aún no estamos al nivel de India de Argentina, de México. México para nosotros es un competidor muy fuerte en tema de limón, ya que sus productos son muy parecidos a los nuestros. Nuestros principales competidores son India, Argentina, China, México, España y Brasil.

6. **¿Considera usted que una oferta del limón Tahití competitiva (calidad, precio, oportunidad) es determinante para el desarrollo de las exportaciones del limón Tahití? Explique.**

Con cuanto mayor volumen podemos exportar también vamos a tener costos mejor manejados porque podemos trabajar a economía a escala y el precio va a poder ser importante. En el tema de calidad, Perú se ha consolidado como exportador confiable y sólido en el tema de frutas y hortalizas,

entonces eso no escapa del limón que viene con buena calidad como en tamaño, sus características organolépticas de acidez, de frescura igual las mantiene, entonces la oferta igual es reconocida, pero en el caso del limón no es tan diferenciable por ser un producto que para el uso que le puedan dar. Porque el limón va a ser un insumo para el uso, o sea si tú vas a Europa o Estados Unidos y te pides una limonada Frozen no van a saber el origen del limón, porque no es como tú ves en el supermercado, el limón entra dentro de la gastronomía y coctelería ya que es una fruta que no la consumes digamos directamente. El público focalizado es el cocinero, los restaurantes quienes apreciarán y encontrarán mayor frescura y acidez.

7. ¿Considera que la “Estacionalidad de la Demanda” del limón Tahití, del Perú, ¿es un factor determinante en su desarrollo internacional? Explique.

En el limón tienes épocas marcadas de cosecha en Perú porque está hablando de la demanda del Perú. El limón Tahití tiene épocas marcadas que las vas teniendo pero tienes productos que los pueden complementar, por ejemplo el sutil lo tienes prácticamente año corrido solamente que mayor demanda del verano por el mayor uso, sin embargo en octubre, noviembre y diciembre también te tomas limonadas y no pasa nada, entonces en el Perú se está empezando a consumir y esto será la diferencia entre un paladar y otro, pero digamos que en limones no es tan determinante ni está tan marcada la diferencia para los consumidores. Es decir, puedes realizar diversos platos con cualquier tipo de limón por ejemplo en julio los peruanos no dejan de tocar pisco sour por falta de limón sutil, es por eso por lo que se está introduciendo al mercado peruano, al mercado nacional el limón Tahití.

8. ¿Considera usted que cumplir con los requisitos de calidad de la demanda internacional es un factor determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití? Explique.

Por supuesto, por supuesto, de todas maneras. No solamente de la calidad de la demanda porque lo que a veces uno da al mercado un producto como yo creo que me gusta y no como el mercado está demandando. Debes tomar

en cuenta como el demandante lo quiere, lo quiere más verdoso, más grande, con chapa amarilla para que lo sienta más maduro, necesitamos atender las necesidades de nuestra demanda, tenemos que conocer los requerimientos de calidad, tiempo, oportunidad, volumen y uso necesita el consumidor.

- 9. ¿A su consideración cuales podrían ser las barreras paraarancelarias más predominantes en la entrada del limón Tahití peruano a los países importadores? Explique.**

De qué dependen los mercados y el momento en el que llegue. Esto no está escrito en piedra, porque si te entras a Estados Unidos por ejemplo por tema político puede poner el tema de alguna barrera a México, entonces el limón en general sale a buscar a otro país al que lo puedan abastecer. Entonces pueden usar un salvaguardia para cuidar su producción local y aquí una medida paraarancelaria siempre será la calidad, levantarnos la balla no con aranceles sino con el tema de calidad, requerimiento de certificaciones, cero pesticidas. depende

- 10. ¿Considera usted que la inexistencia de barreras paraarancelarias para la entrada del limón Tahití a los países importadores, es un factor determinante para su desarrollo a nivel mundial?**

No, ya que, al no existir esas barreras, no significa que no se podrá desarrollar de manera exitosa. Igual va a haber requerimientos de calidad simplemente con una paraarancelaria más estrictos requerimientos los cuales serán más rigurosos para cumplir. Por ejemplo, en Inglaterra una paraarancelaria es que el producto no tenga ningún trabajo infantil.

- 11. De acuerdo con los cuadros alcanzados inicialmente ¿Cuál de los parámetros considera usted es el más importante para el desarrollo del limón Tahití? Explique.**

El precio es uno de los parámetros más importantes definitivamente. Es importante porque finalmente tú puedes estar a 2 dólares el kilo y el mercado está dispuesto a pagar 1.5 dólares el kilo. Aunque tengas mucho volumen de producción no importa si no llegas al precio que la demanda te pide ya que el precio te lo pone el mercado de destino.

- 12. ¿Considera usted que la falta del conocimiento del comportamiento del mercado internacional de las frutas, en este caso del limón Tahití, es un factor determinante para el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.**

Totalmente sí definitivamente como jefe de inteligencia comercial te digo que sin información no puedes tomar ninguna decisión. Los productores deben tener información oportuna información sobre la estacionalidad de la demanda cuándo vender cómo vender cómo debe llegar el producto. Por ejemplo, si soy un productor de quinua tengo que ver si el mercado me sigue pidiendo la venta de este producto en granel o ya empaquetada en tamaños más pequeños. El productor o vendedor tiene que revisar información sobre tendencias de empaques adecuados y presentaciones y variedades que están buscando por ejemplo si el consumidor quiere uva sin pepa yo no puedo estar produciendo uva con pepa. Es importante que también sepan cuáles son los usos y costumbres del país al que van a introducir su producto.

- 13. ¿Cuáles son las recomendaciones que usted daría para el desarrollo del limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.**

Es muy importante que las personas sepan manejar los costos internos es una herramienta fundamental no quedarse en la zona de confort no solamente pensar que tienes un buen precio internacional sino hay que ir poniéndose en el peor de los escenarios. Manejar bien los costos tener un buen producto no sacrificar la calidad por el precio final de un producto, tiene que haber un equilibrio entre costo y calidad. Es muy importante que el vendedor tenga mucha información, siempre estar conectados con el mercado, monitorear a los competidores. Si no tiene información o si no puede encontrarlo lo que debería hacer es acercarse a las diversas instituciones que lo pueden ayudar y asesorar en su proceso como por ejemplo ADEX, PromPeru, Sierra y selva exportadora, el Ministerio de Agricultura entre otros.

FACTORES DETERMINANTES PARA EL DESARROLLO DEL LIMÓN TAHITI A NIVEL INTERNACIONAL

Resumen:

El presente trabajo es una investigación preliminar de carácter exploratoria y tiene como finalidad obtener la razón por la cual el limón Tahití peruano presenta un desarrollo menor con respecto a otro tipo de frutas exportadas también por el Perú. Para buscar dicho motivo esta investigación pretende entonces validar la relación de seis variables y el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional.

Las variables propuestas son: Oferta, Demanda, Viabilidad de producción, Barreras arancelarias y para arancelarias, Competitividad del producto e Inteligencia de mercado.

Empresa:	Universidad de Lima y UPC
Nombre del entrevistado:	Jorge Llosa
Cargo del entrevistado:	Profesor de negocios internacionales
Fecha:	16-04-2021
Duración:	20:49 minutos
Nombre del entrevistador:	Grace Reyes

Cuestionario:

- 1. ¿Considera usted que el Perú tiene potencialidad de seguir desarrollando más plantaciones de limón Tahití? Explique.**

Yo creo que sí es probable. El Perú tiene dos temas, tiene una limitación en las áreas de cultivo sin embargo con las irrigaciones y los proyectos que se están haciendo todavía el área cultivable se podría expandir, entonces si hay productos que son rentables lo más probable es que hallan espacios para poder expandir las áreas de cultivo. Se podría realizar plantaciones de limón en los campos de Lambayeque, La Libertad y selva.

- 2. ¿A su consideración, cuáles cree que son las falencias en la actual cadena de producción del Limón Tahití? Explique.**

El gran problema que se da en los productos frescos en el Perú tiene que ver mucho con la logística a veces en los centros de acopio y empacado que hacen la postcosecha de los productos no son tan extensos entonces eso te va a afectar a si tú tengas una buena y gran producción ya que no habrá plantas que puedan empaquetar y en esa magnitud. También agregar que

una gran falencia es la falta de información. El problema con los centros de acopio es que las grandes empresas agrícolas tienen sus propios centros de acopio empaquetado y envasado entonces con ellos no hay ningún problema, pero los centros de acopio que son para varias empresas y los cuales son usados por pequeñas y medianas empresas ahora exportadoras no tienen una gran capacidad para manejar tanto volumen.

PROCESAMIENTO/LOGÍSTICA

3. ¿Considera usted que tener una eficiente producción es determinante para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.

Definitivamente es una de las condiciones que debe existir, el precio es un factor muy importante si el precio está muy alto estamos fuera del mercado, y este precio depende de nuestros costos de qué tan efectivos somos en los costos de producción

4. ¿Considera que los costos de producción son competitivos para que se propicie el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.

Es 1 de los factores más importantes en productos que son bastante estandarizados como por ejemplo una fresa comparación de otra fresa pues los precios no deben variar mucho, podría variar si el producto presenta un valor agregado o alguna diferenciación de la competencia, mientras un producto sea básico el precio juega un papel muy importante en el abastecimiento en especial si es a gran escala.

5. ¿Considera usted que el Perú pueda desarrollar una oferta competitiva a nivel internacional del limón Tahití? Explique.

Sí definitivamente el Perú ha demostrado que en el ámbito de los cítricos puede competir. Por ejemplo, las mandarinas, pero ha demostrado que es un país con capacidad de manejar toda la cadena productiva y de preservación sin embargo hay que tener en cuenta que toda oferta se va a desarrollar siempre y cuando haya una demanda potencial, es importante evaluar la demanda para no cometer el error de caer en una sobreproducción.

- 6. ¿Considera usted que una oferta del limón Tahití competitiva (calidad, precio, oportunidad) es determinante para el desarrollo de las exportaciones del limón Tahití? Explique.**

Por supuesto que sí calidad precio de oportunidad son muy importantes. Debemos saber qué oportunidad tenemos que demandar insatisfecha hay en el mercado luego tenemos que saber que requisitos y requerimientos pide ese mercado para permitirnos el ingreso tenemos que cumplir con los parámetros de calidad y de acuerdo con eso se negocia el precio.

- 7. ¿Considera que la “Estacionalidad de la Demanda” del limón Tahití, del Perú, ¿es un factor determinante en su desarrollo internacional? Explique.**

La estacionalidad en todo producto fresco es esencial primordial, tenemos que averiguar quiénes tienen la misma ventana estacional que nosotros y fijarnos si nuestros precios son competitivos o si hay demasiada competencia.

- 8. ¿Considera usted que cumplir con los requisitos de calidad de la demanda internacional es un factor determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití? Explique.**

Los requisitos varían definitivamente acuerdo a los mercados de ingresos sin embargo cada productor o comerciante debe tener en cuenta los protocolos fitosanitarios que SENASA negocia con cada país para la exportación de aquel producto, si bien los protocolos ni los certificados fitosanitarios no sería posible el ingreso a ningún mercado a nivel global ya que son requisitos estandarizados por la mayoría de las aduanas para el ingreso de las frutas o cualquier producto fresco para el ingreso de sus fronteras.

- 9. ¿A su consideración cuales podrían ser las barreras paraarancelarias más predominantes en la entrada del limón Tahití peruano a los países importadores? Explique.**

Depende de a qué país queramos entrar. Depende de la capacidad de producción local que tenga ese país del producto que queremos exportar y

haya una mayor posibilidad de que exista alguna barrera paraarancelaria de protección. Depende

- 10. ¿Considera usted que la inexistencia de barreras paraarancelarias para la entrada del limón Tahití a los países importadores, es un factor determinante para su desarrollo a nivel mundial?**

No, ya que así no haya barreras paraarancelarias siempre habrá parámetros, requisitos, requerimientos que el exportador debe cumplir si quiere vender su producto

- 11. De acuerdo con los cuadros alcanzados inicialmente ¿Cuál de los parámetros considera usted es el más importante para el desarrollo del limón Tahití? Explique.**

Definitivamente el volumen ya que la cantidad de muestra la demanda del producto, el precio es un tema básicamente de mercado sin embargo la demanda te muestra las cantidades reales que se piden.

- 12. ¿Considera usted que la falta del conocimiento del comportamiento del mercado internacional de las frutas, en este caso del limón Tahití, es un factor determinante para el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.**

Pero ya no existe el desconocimiento existen todas las herramientas para poder tener más información a cualquiera alcance. Yo creo que el problema es la falta de interés de informarse como es el movimiento a las tendencias del consumo de las frutas frescas, las grandes empresas quienes maneja mayormente la venta de frutas frescas son las que conocen las tendencias el movimiento del mercado internacional.

- 13. ¿Cuáles son las recomendaciones que usted daría para el desarrollo del limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.**

Deben tener cuidado con las cantidades al momento de sembrar, lo podemos permitir que haya una sobreoferta, ese exceso se puede sobrellevar si existe demanda insatisfecha sin embargo si no lo hay nos arriesgamos a que el precio baje. Tienen que informarse planificar sus cosechas y qué opciones tienen de venderlas. también es recomendable que aprendan y sepan

negociar los precios en las estacionalidades de demanda, identificar las ventanas de producción más libres, aprender sobre tu competencia saber cuándo siembra cuando cosechan sus ventanas estacionales a quienes le venden y qué características tienen sus productos.

FACTORES DETERMINANTES PARA EL DESARROLLO DEL LIMÓN TAHITI A NIVEL INTERNACIONAL

Resumen:

El presente trabajo es una investigación preliminar de carácter exploratoria y tiene como finalidad obtener la razón por la cual el limón Tahití peruano presenta un desarrollo menor con respecto a otro tipo de frutas exportadas también por el Perú. Para buscar dicho motivo esta investigación pretende entonces validar la relación de seis variables y el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional.

Las variables propuestas son: Oferta, Demanda, Viabilidad de producción, Barreras arancelarias y para arancelarias, Competitividad del producto e Inteligencia de mercado.

Empresa:	Sierra y Selva exportadora
Nombre del entrevistado:	Guillermo Parodi
Cargo del entrevistado:	Especialista en frutales
Fecha:	17-03-2021
Duración:	32:11 minutos
Nombre del entrevistador:	Grace Reyes

Cuestionario:

- 1. ¿Considera usted que el Perú tiene potencialidad de seguir desarrollando más plantaciones de limón Tahití? Explique.**

La capacitación del país sí. En principio Perú siempre va a tener esa posibilidad de desarrollar productos tropicales y subtropicales debido a su posición geográfica y condiciones climáticas entonces posibilidades para el desarrollo existen y no solamente hablamos de la costa norte sino incluso en muchas zonas ubicadas en la selva y del lado andino occidental. Ahora una cosa es tener las condiciones y otra cosa es tener las ventajas en términos de posición geográfica o logística etcétera. Cabe resaltar que Perú es un gran

referente de las limas ácidas en Latinoamérica son prácticamente pocos los países que producen en esta parte de América del Sur.

2. ¿A su consideración, cuáles cree que son las falencias en la actual cadena de producción del Limón Tahití? Explique.

En principio el primer componente es que obviamente tengamos materiales genéticamente hablando que sean relevantes para el mercado al cual nos dirigimos De hecho de limón Tahití es una especie, pero no hay certeza de que esta especie no haya sido reconocida a través de diversas variedades entonces hay que ver si el mercado tiene a su disposición otro tipo de variedades: PROCESAMIENTO. Diversas técnicas que se pueden aplicar, técnicas en la mejora de la floración, aplicación en técnicas para asegurar el mejor amarre de fruta, aplicación de técnicas de nutrición y riego que beneficie la producción del producto citrus latifolia.

3. ¿Considera usted que tener una eficiente producción es determinante para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.

La eficiente producción no te asegura capacidad de competencia puedes tener volúmenes, pero no tienes la calidad para el mercado. Los controles de calidad deben estar de acuerdo con lo que el mercado exige por ejemplo las ideas del jugo los grados brix el aspecto externo los calibres etc. puedo tener el producto seriamente ese producto podrá ser vendido en el mercado que exige.

4. ¿Considera que los costos de producción son competitivos para que se propicie el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.

No tengo referencia de costos y en particular no ha sido sondeado, hay un interés de limón Tahití lo que es ya que se aproxima un poco en términos a lo que es el limón sutil o real, Europa y Norteamérica consume mucho lo que es el limón real porque tiene mayor contenido de jugo menor acidez puede suplir o sustituir a limón real en las ventanas estacionales, la desventaja es que el limón sutil o real es de un mayor tamaño que el Tahití sin embargo si los costos de producción que se generan en Perú son los suficientemente competitivos con los precios que se están proponiendo en el extranjero. se entiende que si hay un crecimiento en la cantidad consumida

del monte Haití evidentemente en el mercado está creciendo una oportunidad que le dé un margen atractivo, pero habría que ver qué tan sostenible puede ser. A veces estas fluctuaciones pueden ser de ausencia de debido a la ausencia de oferta que De hecho está ligado y en el Perú puede pasar en cualquier momento a la pérdida de espacios productivos por ejemplo el HLB puede haber tenido una acción crítica en ese espacio productivo el HLB es un problema sanitario que se está viviendo en varios países productores de cítricos y lamentablemente los limones son bastante sensibles al HLB lo que seguro genera una demanda insatisfecha que esté propiciando un mejor precio y por lo tanto un mayor atractivo por los cítricos.

5. ¿Considera usted que el Perú pueda desarrollar una oferta competitiva a nivel internacional del limón Tahití? Explique.

En el mediano plazo habrá que ver si puede desarrollar una oferta competitiva si tiene condiciones para producir también puede utilizar todo el expertiz que, pero ha ido acumulando para poder ser un jugador importante en el tema de la agroexportación de limón Tahití. Sí hay posibilidad de lograr un espacio para el limón Tahití

6. ¿Considera usted que una oferta del limón Tahití competitiva (calidad, precio, oportunidad) es determinante para el desarrollo de las exportaciones del limón Tahití? Explique.

En principio es calidad después ya se puede ir jugando con el tema de precios, sin embargo, siempre hay que tomar en cuenta la inocuidad ya que lo primero es que el producto sea viable para la venta y con base a eso ya se negocia el precio. La inocuidad es un tema mucho más alto ya que si mi producto no está acorde a las exigencias del mercado pues ni siquiera nos permitirán la entrada

7. ¿Considera que la “Estacionalidad de la Demanda” del limón Tahití, del Perú, ¿es un factor determinante en su desarrollo internacional? Explique.

Sí ya que favorece a los ofertantes que participan en el juego de la comercialización de limón Tahití. Por ejemplo, un ofertante se verá

beneficiado si tiene un producto listo para vender en una ventana estacional cuando el resto de ofertantes no tenga producto, esto le dará ventaja de negociar precio. Todo depende de dónde se encuentre el ofertante a nivel nacional aquí se puede dar la competencia entre regiones.

- 8. ¿Considera usted que cumplir con los requisitos de calidad de la demanda internacional es un factor determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití? Explique.**

Sí completamente. Se necesita calidad para asegurar participación y permanencia de mercado

- 9. ¿A su consideración cuales podrían ser las barreras paraarancelarias más predominantes en la entrada del limón Tahití peruano a los países importadores? Explique.**

La más común es la parte sanitaria en el tema de limones la ventaja es de la mosca de la fruta ya que no está sindicada como un impedimento para la entrada a algunos países como Estados Unidos, pero no es la única barrera. Otra barrera son los factores de inocuidad esto quiere decir que la fruta no tenga factores de inocuidad acorde con las exigencias de la normativa mundial, sin embargo, cabe resaltar que no es una paraarancelaria

- 10. ¿Considera usted que la inexistencia de barreras paraarancelarias para la entrada del limón Tahití a los países importadores, es un factor determinante para su desarrollo a nivel mundial?**

No ya que como comenté en el párrafo anterior las barreras para arancelarias no son muchas y lo que realmente importa al momento de vender el limón Tahití es que el producto cumpla con las normas de inocuidad y los requerimientos que te pide tu comprador

- 11. De acuerdo con los cuadros alcanzados inicialmente ¿Cuál de los parámetros considera usted es el más importante para el desarrollo del limón Tahití? Explique.**

El valor comercial es lo que define finalmente el interés en el producto, el valor cotizado por kilo es lo que hace interesante el negocio.

- 12. ¿Considera usted que la falta del conocimiento del comportamiento del mercado internacional de las frutas, en este caso del limón Tahití, es un factor determinante para el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.**

Es importante que el productor o comercializador debe estar informado y sepa cuáles son sus oportunidades de negocios, es un elemento que hay que considerar. Sin embargo, a veces es relativo.

- 13. ¿Cuáles son las recomendaciones que usted daría para el desarrollo del limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.**

Lo primero es que tenemos que definir que hay un mercado en crecimiento que es el mercado tiene ciertas exigencias y hay que conocerlas. saber sí esas exigencias y las cantidades que demanda ese mercado pueden ser Jorge Llosa cubiertas teniendo claro que esas cantidades tienen que ofrecer en un periodo del año en el cual también tenemos que investigar si hay competidores que pueden estar ofreciendo lo mismo. entonces es importante que conozca qué es lo que exige el mercado quienes lo exigen conocer la estacionalidad del producto en la que podríamos ser competitivos (es decir hay una demanda insatisfecha) y conociendo a nuestros competidores.

FACTORES DETERMINANTES PARA EL DESARROLLO DEL LIMÓN TAHITI A NIVEL INTERNACIONAL

Resumen:

El presente trabajo es una investigación preliminar de carácter exploratoria y tiene como finalidad obtener la razón por la cual el limón Tahití peruano presenta un desarrollo menor con respecto a otro tipo de frutas exportadas también por el Perú. Para buscar dicho motivo esta investigación pretende entonces validar la relación de seis variables y el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional.

Las variables propuestas son: Oferta, Demanda, Viabilidad de producción, Barreras arancelarias y para arancelarias, Competitividad del producto e Inteligencia de mercado.

Empresa:	Frigoder organic production Perú SAC
Nombre del entrevistado:	Brett Medina
Cargo del entrevistado:	Gerente general
Fecha:	22-04-2021
Duración:	1:04:30 minutos
Nombre del entrevistador:	Grace Reyes

Cuestionario:

- 1. ¿Considera usted que el Perú tiene potencialidad de seguir desarrollando más plantaciones de limón Tahití? Explique.**

Si el Perú tiene geográficamente la posibilidad de seguir desarrollando plantaciones de limón Tahití, normalmente es cultivado en el norte del país (Piura Trujillo Chiclayo)

- 2. ¿A su consideración, cuáles cree que son las falencias en la actual cadena de producción del Limón Tahití? Explique.**

El problema principal es la logística de llevar el producto desde el campo a las góndolas. Las plantas de empaque que el Perú tiene están a la capacidad de poder empacar producto fresco apto a lo que necesita el mercado internacional sin embargo nuestros campos no han desarrollado la suficiente tecnología agrícola para mantener la calidad que requiere el mercado. la calidad se ve en diferentes aspectos desde la producción el empaque hasta el tema de certificaciones lo que nos ayuda para llegar a un mejor precio, pero nuestro clima no nos ayuda a que el limón tenga un color verdoso. Nosotros como país no tenemos el expertiz suficiente como para poder direccionar nuestros campos a poder desarrollar un producto totalmente de un color verde.

- 3. ¿Considera usted que tener una eficiente producción es determinante para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.**

Sí, ya que, si tienes una eficiente producción, tienes un producto de buena calidad por consecuente puedes negociar precios.

4. **¿Considera que los costos de producción son competitivos para que se propicie el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.**

Sí, como país somos eficientes con los costos, tenemos un costo relativamente bajo. cabe resaltar que no todas las compañías tienen el mismo nivel de costos ni administración. Si el campo o fundo no ha hecho un buen trabajo agrónomo sí o sí así tengas 10 hectáreas tu producción será baja, debes tener un buen control de plagas, buena fertilización, fertilizar la tierra.

5. **¿Considera usted que el Perú pueda desarrollar una oferta competitiva a nivel internacional del limón Tahití? Explique.**

Eso depende ya que en primer lugar hay una ventana estacional, segundo que deberían empezar a sembrar el limón Tahití orgánico y ya no tanto convencional. Si hablamos de la oferta del montaje tío orgánico sí hay bastante potencial

6. **¿Considera usted que una oferta del limón Tahití competitiva (calidad, precio, oportunidad) es determinante para el desarrollo de las exportaciones del limón Tahití? Explique.**

Debido a la mala situación económica mundial que se está pasando los precios ya dejaron de ser fijos y nadie se arriesga. La competitividad es que se maneje un buen producto y llegue bien a destino, significa que has hecho una buena siembra, cosecha buena, buena producción y certificados de campo y planta. La variable precio ya no está, ahora lo que se debe fijar es el costo.

7. **¿Considera que la “Estacionalidad de la Demanda” del limón Tahití, del Perú, ¿es un factor determinante en su desarrollo internacional? Explique.**

Sí, es importante. Puedes tener bastante producto, pero si no hay demanda es por las puras. Es importante tener una estrategia de producción lineal.

8. **¿Considera usted que cumplir con los requisitos de calidad de la demanda internacional es un factor determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití? Explique.**

Sí, definitivamente. No tienes el nivel de calidad mínimo que te pide el mercado, no podrán ingresar al mercado.

- 9. ¿A su consideración cuales podrían ser las barreras paraarancelarias más predominantes en la entrada del limón Tahití peruano a los países importadores? Explique.**

No hay cuotas, pero sí está bastante ligado al consumo por el tema de las subvenciones. Nuevas formas de consumo, cambios y parámetros políticos, cambio externo. De hecho, que el producto debe tener los certificados correspondientes de senasa o los que te pide el comprador. administrativo

- 10. ¿Considera usted que la inexistencia de barreras paraarancelarias para la entrada del limón Tahití a los países importadores, es un factor determinante para su desarrollo a nivel mundial?**

El problema puede ser el certificado Coin para constatar que tu producto es orgánico. Las entidades certificadoras están muy amarradas con el tema político, cuando obtener ese certificado es muy fácil de obtener, solo se debe mostrar los documentos de transacción y si no presentas alguno simplemente solo te lo niegan.

- 11. De acuerdo con los cuadros alcanzados inicialmente ¿Cuál de los parámetros considera usted es el más importante para el desarrollo del limón Tahití? Explique.**

Los datos indicados son importantes, sin embargo, se deben considerar otras variables.

- 12. ¿Considera usted que la falta del conocimiento del comportamiento del mercado internacional de las frutas, en este caso del limón Tahití, es un factor determinante para el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.**

El mercado lo conocen muy bien, lo que falta es una promoción como país de que el Perú desarrolle un limón de calidad orgánico. Sí, es importante para que no se genere tanta producción y no vendan nada.

13. ¿Cuáles son las recomendaciones que usted daría para el desarrollo del limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.

Orgánico.

FACTORES DETERMINANTES PARA EL DESARROLLO DEL LIMÓN TAHITI A NIVEL INTERNACIONAL

Resumen:

El presente trabajo es una investigación preliminar de carácter exploratoria y tiene como finalidad obtener la razón por la cual el limón Tahití peruano presenta un desarrollo menor con respecto a otro tipo de frutas exportadas también por el Perú. Para buscar dicho motivo esta investigación pretende entonces validar la relación de seis variables y el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional.

Las variables propuestas son: Oferta, Demanda, Viabilidad de producción, Barreras arancelarias y para arancelarias, Competitividad del producto e Inteligencia de mercado.

Empresa:	Universidad Agraria de la Molina
Nombre del entrevistado:	Andrés Casas
Cargo del entrevistado:	Profesor de la facultad de agronomía
Fecha:	12-04-2021
Duración:	16:16 minutos
Nombre del entrevistador:	Stephanie Hawkins

Cuestionario:

1. ¿Considera usted que el Perú tiene potencialidad de seguir desarrollando más plantaciones de limón Tahití? Explique.

Si tiene, definitivamente tiene dicha potencialidad.

2. ¿A su consideración, cuáles cree que son las falencias en la actual cadena de producción del Limón Tahití? Explique.

Los problemas siempre salen en la parte de post cosecha. Porque es un cultivo relativamente nuevo es muy probable que aún no se tenga el suficiente conocimiento. Por eso está limitado su cultivo.

3. ¿Considera usted que tener una eficiente producción es determinante para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.

Para ser competitiva evidentemente se necesitan tanto la producción como la calidad. Porque la cantidad producida si esta no tiene la calidad que exige el mercado, difícilmente será comprada por los países demandantes. Lo mismo, si tiene calidad y no producción tampoco podrá ingresar.

- 4. ¿Considera que los costos de producción son competitivos para que se propicie el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.**

Es un cultivo relativamente nuevo, entonces esto aún se está trabajando. Se está conociendo al cultivo, y eso es parte de las limitaciones los del campo deben afinar costos en base a su producción y siempre estar atentos al mercado competidor.

- 5. ¿Considera usted que el Perú pueda desarrollar una oferta competitiva a nivel internacional del limón Tahití? Explique.**

Considero que, si puede desarrollar una oferta competitiva, pero para esto siempre hay que estar analizando los costos y los de la competencia.

- 6. ¿Considera usted que una oferta del limón Tahití competitiva (calidad, precio, oportunidad) es determinante para el desarrollo de las exportaciones del limón Tahití? Explique.**

Definitivamente, si no se logra esta competitividad de costos, al no ser los únicos que producimos no vamos a poder tener esta alternativa como producción.

- 7. ¿Considera que la “Estacionalidad de la Demanda” del limón Tahití, del Perú, ¿es un factor determinante en su desarrollo internacional? Explique.**

Definitivamente, esta oportunidad es clave para la entrada de nuestra producción. Sin embargo, debe ir muy de la mano con el planeamiento de cosecha, ya que, si hay la posibilidad el segundo semestre del año, pero no da la producción evidentemente no se podrá vender.

- 8. ¿Considera usted que cumplir con los requisitos de calidad de la demanda internacional es un factor determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití? Explique.**

Claro, se debe producir lo que ellos quieren, el tamaño que quiere, el sabor que quieren, el color que quieren. Sin eso no podemos ingresar.

- 9. ¿A su consideración cuales podrían ser las barreras para arancelarias más predominantes en la entrada del limón Tahití peruano a los países importadores? Explique.**

Lo primero siempre son los aspectos sanitarios, es lo que el país que compra exige que se cumpla sus normas sanitarias. Ya el resto dependerá si el país tiene acuerdo de libre comercio con otros países. Pero en definitiva la primera barrera es la sanitaria, si no se cumple con eso imposible que se ingrese.

- 10. ¿Considera usted que la inexistencia de barreras para arancelarias para la entrada del limón Tahití a los países importadores, es un factor determinante para su desarrollo a nivel mundial? Explique.**

Evidentemente si no hay barreras, eso va a facilitar mucho la entrada de los productos a nuevos mercados.

- 11. De acuerdo con los cuadros alcanzados inicialmente ¿Cuál de los parámetros considera usted es el más importante para el desarrollo del limón Tahití? Explique.**

Al tener un precio más bajo que otros cítricos, y considerando que el costo de los cítricos es muy parecido, los exportadores buscan exportar el fruto con mayor precio. Su limitante es el precio bajo. No es muy rentable.

- 12. ¿Considera usted que la falta del conocimiento del comportamiento del mercado internacional de las frutas, en este caso del limón Tahití, es un factor determinante para el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.**

Claro, todo lo que es exportación te exige que estés muy al tanto del mercado internacional. Como te comento, canalizar precios, quienes son los países abastecedores, el producto y ver si el Perú tiene oportunidad en ese

mercado internacional. Va a depender mucho del mercado internacional, si los precios son muy volátiles eso no alienta, más bien restringe.

13. ¿Cuáles son las recomendaciones que usted daría para el desarrollo del limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.

Si se tiene un buen estudio de mercado, un buen estudio de lo que es la oferta y demanda a nivel internacional, eso es un punto básico. También ver los costos acá, es un trabajo de analizar dos frentes, como es el mercado afuera, cuáles son sus componentes y cuáles son los costos acá. Estos últimos determinan si se ingresa o no al negocio.

FACTORES DETERMINANTES PARA EL DESARROLLO DEL LIMÓN TAHITI A NIVEL INTERNACIONAL

Resumen:

El presente trabajo es una investigación preliminar de carácter exploratoria y tiene como finalidad obtener la razón por la cual el limón Tahití peruano presenta un desarrollo menor con respecto a otro tipo de frutas exportadas también por el Perú. Para buscar dicho motivo esta investigación pretende entonces validar la relación de seis variables y el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional.

Las variables propuestas son: Oferta, Demanda, Viabilidad de producción, Barreras arancelarias y para arancelarias, Competitividad del producto e Inteligencia de mercado.

Empresa:	J&L Agroexportaciones
Nombre del entrevistado:	Grecia Trinidad
Cargo del entrevistado:	Analista Comercial
Fecha:	23-04-2021
Duración:	38:53 minutos
Nombre del entrevistador:	Stephanie Hawkins

Cuestionario:

1. ¿Considera usted que el Perú tiene potencialidad de seguir desarrollando más plantaciones de limón Tahití? Explique.

Para empezar el limón Tahití es un fruto que tiene orígenes asiáticos y por lo que he podido ver en ferias, este tipo de limón que no tiene semillas tiene un potencial muy grade. De hecho, México que es uno de los principales

productores envía casi todo su volumen a Estados Unidos. Es en esta feria que un cliente de USA me pide desarrollar el limón Tahití y nosotros teníamos un productor de limón Tahití, sin embargo, no pudimos llegar a la exportación, porque la uva y el mango tenía la misma ventana y estos eran prioritarios. Pero definitivamente tiene un potencial muy grande, hay varios clientes europeos que lo solicitan. Estoy habiendo un análisis de mercado para saber el tamaño, color y ácido requerido.

2. ¿A su consideración, cuáles cree que son las falencias en la actual cadena de producción del Limón Tahití? Explique.

Desde la precosecha, desde el inicio de la cadena. Por ejemplo, yo ahora estoy trabajando en uva para la campaña 2021- 2022 y si bien soy analista comercial, también estoy muy involucrada con la parte de campo, porque si campo no me da a mí el volumen que yo necesito por los contenedores que ya vendí, me obligo yo a hacer trading y buscarme fruta de otros productores, pero esa no es la idea, la idea es que la empresa crezca con sus plantaciones propias. Entonces, ahora que estoy más involucrada que veo que se comenten errores al inicio que podrían evitarse, si existiese comunicación más fluida. En el ejemplo de la uva, si vez que empieza una enfermedad inicial, se debe comunicar y actuar super rápido para salvar el fruto o la mayoría de este, ya que si se espera a última hora se corre el riesgo de perder toda la cosecha. Entonces aquí viene mucho el tema de la comunicación entre el jefe de calidad y el gerente comercial.

3. ¿Considera usted que tener una eficiente producción es determinante para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.

Si, como te digo, debes tener un muy buen producto que cumpla con la calidad y los estándares. Tú no puedes dejar que tu fruta no cumpla con las exigencias de mercado, puede llegar a destino y si hay larvas o alguna plaga la Unión Europea te puede rechazar hasta un contenedor entero.

4. ¿Considera que los costos de producción son competitivos para que se propicie el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.

Si son competitivos, pero hay que tener mucho cuidado, porque tú puedes querer bajar costos para vender, pero de que te sirve bajar los costos si vas a

tener una fruta de muy mala calidad. Con eso ya no vas a poder jugar bien con los precios en el mercado internacional.

5. ¿Considera usted que el Perú pueda desarrollar una oferta competitiva a nivel internacional del limón Tahití? Explique.

Si yo creo mucho en el desarrollo del Perú, y creo que el limón Tahití va a pasar a formar parte y va a tomar un puesto mayor y formar parte de la canasta básica del consumidor. Creo que ha quedado demostrado el año pasado con la pandemia que los cítricos han elevado su consumo de manera exponencial tanto las mandarinas, las naranjas y el limón. Entonces el Perú si tiene para desarrollar, de hecho, en San Martín han empezado a desarrollar limón Tahití. Entonces esto permite tener una mayor producción. Ya hay además muchas empresas que tiene más de 300 hectáreas solamente dedicadas al limón Tahití.

6. ¿Considera usted que una oferta del limón Tahití competitiva (calidad, precio, oportunidad) es determinante para el desarrollo de las exportaciones del limón Tahití? Explique.

Si tu veses u producto de buena calidad este va a estar reconocido. Tuve la oportunidad de ir a ver un contenedor de palta cuando llegaba a China, el contenedor va directamente al super mercado y de ahí descargan las cajas para colocarlas en las góndolas. El producto era tan bueno que le colocaron un banner con la marca de nuestro producto, y se veía ahí a Perú representado.

7. ¿Considera que la “Estacionalidad de la Demanda” del limón Tahití, del Perú, ¿es un factor determinante en su desarrollo internacional? Explique.

Si porque tienes a otros países por ejemplo Europa, que se quedan desabastecidos porque los otros países no pudieron venderles el producto. Algunas ventanas comerciales chocan entre países, por ejemplo, Perú tiene el pico más alto entre febrero - abril y septiembre- noviembre. Entonces si nosotros no hacemos investigación de mercado y no llegamos a las ventanas adecuadas, no vamos a tener buenos precios porque te vas a pelear con fruta

de otro origen, que pueda tener mejor calidad que la tuya e inclusive menor tiempo de tránsito que el tuyo.

- 8. ¿Considera usted que cumplir con los requisitos de calidad de la demanda internacional es un factor determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití? Explique.**

Si, de hecho, que sí. Tiene que cumplir con todos los estándares, los porcentajes adecuados de multi residuos y los requisitos que el mercado solicite. Inclusive no solo vas al mercado spot sino a diferentes programas de los países, donde el valor es mucho más alto. Entonces, debes asegurarte de cumplir con todos los requisitos de calidad que las empresas de estos programas exijan.

- 9. ¿A su consideración cuales podrían ser las barreras paraarancelarias más predominantes en la entrada del limón Tahití peruano a los países importadores? Explique.**

Primero considero que el arancel es una barrera, y creo que si este no existiese el fruto podría desarrollarse más en el mercado extranjero. Con respecto a los temas sanitarios, existen también en los mercados de destino donde se evalúa que no llegue contaminada la fruta y que cumpla con los requisitos de residuos microbiólogos exigidos por el país.

- 10. ¿Considera usted que la inexistencia de barreras paraarancelarias para la entrada del limón Tahití a los países importadores, es un factor determinante para su desarrollo a nivel mundial? Explique.**

Yo creo que es un paso a paso. Creo que va más con la demanda del cliente y del mercado porque no todos se van a mandar a comprar un nuevo producto de un nuevo origen, si es que no lo han probado o visto antes. Entonces creo que ya es más un trabajo de las entidades como Promperú y Senasa.

- 11. De acuerdo con los cuadros alcanzados inicialmente ¿Cuál de los parámetros considera usted es el más importante para el desarrollo del limón Tahití? Explique.**

Creo que el tema del retorno es el más sensible. Si estas en la línea de productor, acopiador y exportador, debes volver para tras y jugar mucho con los números. Porque debes ver cuánto va a ser tu retorno para que le puedas pagar al productor. Eso es lo más importante, el retorno sobre la inversión para poder hacer el pago al productor.

12. ¿Considera usted que la falta del conocimiento del comportamiento del mercado internacional de las frutas, en este caso del limón Tahití, es un factor determinante para el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.

Si, yo creo que, desde hace recién dos años, las empresas recién están implementando su área de inteligencia comercial. En empresas grandes lo desarrollan como un departamento aparte. Es un factor clave, porque tienes que saber en qué ventanas llegar y que competidores vas a encontrar en dichas ventanas que se cruzan mucho.

13. ¿Cuáles son las recomendaciones que usted daría para el desarrollo del limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.

Yo como recomendación daría decir que todo empieza desde campo, debe tener una muy buena evolución de cómo están compuestas tus hectáreas, que es lo que necesitas hacer y hacer un análisis de lo que trabajaste la campaña pasada y que es lo que busca ahora, teniendo en cuenta los errores pasados par que no se vuelvan a cometer Entonces, creo que empieza desde campo, pero todas las áreas deben estar involucradas como cadena. Porque finalmente la empresa funciona en conjunto.

FACTORES DETERMINANTES PARA EL DESARROLLO DEL LIMÓN TAHITI A NIVEL INTERNACIONAL

Resumen:

El presente trabajo es una investigación preliminar de carácter exploratoria y tiene como finalidad obtener la razón por la cual el limón Tahití peruano presenta un desarrollo menor con respecto a otro tipo de frutas exportadas también por el Perú. Para buscar dicho motivo esta investigación pretende entonces validar la relación de seis variables y el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional.

Las variables propuestas son: Oferta, Demanda, Viabilidad de producción, Barreras arancelarias y para arancelarias, Competitividad del producto e Inteligencia de mercado.

Empresa:	H. Villar
Nombre del entrevistado:	Hugo Villar
Cargo del entrevistado:	Ex Gerente General
Fecha:	28-04-2021
Duración:	40:18 minutos
Nombre del entrevistador:	Stephanie Hawkins

Cuestionario:

- 1. ¿Considera usted que el Perú tiene potencialidad de seguir desarrollando más plantaciones de limón Tahití? Explique.**

Sí. Definitivamente. Porque tiene las condiciones de clima y tierra todo el norte. Se produce muy bien ahí. Además, la selva también está empezando a producir el limón Tahití, tienen las condiciones de tierra y clima, y producen un excelente limón Tahití.

- 2. ¿A su consideración, cuáles cree que son las falencias en la actual cadena de producción del Limón Tahití? Explique.**

Yo creo que el problema viene desde el tema de la producción. Uno de los problemas muy fuertes y que se va a agravar cada vez más es la tenencia de tierras. Des pues de la reforma agraria Velasco Alvarado, se forman las cooperativas de producción. Estas finalmente se terminaron deshaciéndose porque no funcionaron, pero se repartieron las tierras entre todos los socios. En ese momento a cada socio le tocaba entre 15 a 20 hectáreas, pero luego estos socios tuvieron hijos y a cada hijo le tocaba finalmente 1 a 2 hectáreas. Como puedes intuir, esa cantidad de tierra no es rentable, porque no puede sacar un volumen grande de venta. Es ahí donde empieza el problema. Ninguna agricultura es rentable como mini fundió.

- 3. ¿Considera usted que tener una eficiente producción es determinante para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.**

Sí, por supuesto que sí. Aquí voy de nuevo con la producción. Los pequeños agricultores usualmente especulan con su fruta. Pero para que te paguen

bastante y tengas más rentabilidad tienes que producir bastante para que los costos bajen y logres que el costo variable sea el mínimo. El productor no pone el precio, el precio lo pone el mercado.

4. **¿Considera que los costos de producción son competitivos para que se propicie el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.**

Desconozco

5. **¿Considera usted que el Perú pueda desarrollar una oferta competitiva a nivel internacional del limón Tahití? Explique.**

Claro que sí. Lo que pienso que ocurre es que no hay suficiente demanda. Hay un mercado, pero es pequeño. Pero si existe una oferta apetecible, el limón peruano es bonito y de muy buena calidad.

6. **¿Considera usted que una oferta del limón Tahití competitiva (calidad, precio, oportunidad) es determinante para el desarrollo de las exportaciones del limón Tahití? Explique.**

Sí, pero hay un, pero y eso depende de a donde quieres llegar, porque si quieres llegar a Europa el limón Tahití se produce al norte de África, y África está más cerca a los mercados europeo que nosotros. Entonces esa competitividad va a depender del mercado de destino.

7. **¿Considera que la “Estacionalidad de la Demanda” del limón Tahití, del Perú, ¿es un factor determinante en su desarrollo internacional? Explique.**

Sí, pero antes de responder déjame hacerte un comentario. Una de las cosas que a mí me extraña es porque el limón Tahití no se ha desarrollado hasta ahora, siendo que se produce desde el año 80, es decir tiene 40 años de producción y sigue con un desarrollo bajo a nivel de exportaciones. ¿Es una buena pregunta que se debe saber, que paso? ¿Porque pasa? Y esto que está pasando sospecho que es por la demanda de la fruta misma. No te la van a comprar porque sea bonita, sino porque la tiene que usar, y su uso es muy poco.

- 8. ¿Considera usted que cumplir con los requisitos de calidad de la demanda internacional es un factor determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití? Explique.**

Claro, como cualquier otra fruta. Todas las frutas tienen sus estándares de calidad

- 9. ¿A su consideración cuales podrían ser las barreras paraarancelarias más predominantes en la entrada del limón Tahití peruano a los países importadores? Explique.**

Aparte de las barreras sanitarias que se pongan para proteger a su población de enfermedades, también las colocan para proteger sus industrias.

- 10. ¿Considera usted que la inexistencia de barreras paraarancelarias para la entrada del limón Tahití a los países importadores, es un factor determinante para su desarrollo a nivel mundial? Explique.**

No creo que esté relacionado. ¿Porque una vez más la pregunta de qué ha pasado en 40 años? La falta de demanda es una respuesta cercana.

- 11. De acuerdo con los cuadros alcanzados inicialmente ¿Cuál de los parámetros considera usted es el más importante para el desarrollo del limón Tahití? Explique.**

No hay punto de comparación entre dos frutas. Se habla de frutas completamente distintas. No tiene que ver con competitividad, más bien va de la mano con la oportunidad de mercado en demanda.

- 12. ¿Considera usted que la falta del conocimiento del comportamiento del mercado internacional de las frutas, en este caso del limón Tahití, es un factor determinante para el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.**

No necesariamente, como te repito, la clave está en la falta de demanda del producto.

13. ¿Cuáles son las recomendaciones que usted daría para el desarrollo del limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.

Creo que es cuestión de una política agresiva, de promoción del limón a nivel de agricultores, para tener una extensión suficientemente grande para que permita hacer una oferta exportable razonable. Porque no puede entrar con una tonelada o dos toneladas de fruta, eso no es negocio, tienes que entrar con 20, 30 o 40 toneladas de fruta.

FACTORES DETERMINANTES PARA EL DESARROLLO DEL LIMÓN TAHITI A NIVEL INTERNACIONAL

Resumen:

El presente trabajo es una investigación preliminar de carácter exploratoria y tiene como finalidad obtener la razón por la cual el limón Tahití peruano presenta un desarrollo menor con respecto a otro tipo de frutas exportadas también por el Perú. Para buscar dicho motivo esta investigación pretende entonces validar la relación de seis variables y el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional.

Las variables propuestas son: Oferta, Demanda, Viabilidad de producción, Barreras arancelarias y para arancelarias, Competitividad del producto e Inteligencia de mercado.

Empresa:

Nombre del entrevistado: Rossana Valeriani
Cargo del entrevistado: Consultara independiente
Fecha: 35-03-2021
Duración: 45: 07 minutos
Nombre del entrevistador: Stephanie Hawkins

Cuestionario:

1. ¿Considera usted que el Perú tiene potencialidad de seguir desarrollando más plantaciones de limón Tahití? Explique.

Pero va a depender. La potencialidad de desarrollo de plantaciones de limón Tahití, expresada en crecimiento en has, está supeditada a la determinación del tamaño del mercado internacional y cuanto de este tamaño puede atender la oferta peruana, teniendo en cuenta a la competencia: México,

Brasil, Argentina y la posibilidad de atender los mercados internacionales cuando los grandes productores disminuyen su oferta para alcanzar mejores precios. Ahora en cuanto a las condiciones que tiene el Perú para desarrollar oferta exportable de limón Tahití, habría que determinar las ventajas comparativas y competitivas que tenemos en las regiones productoras para desarrolla este cultivo.

2. ¿A su consideración, cuáles cree que son las falencias en la actual cadena de producción del Limón Tahití? Explique.

Mas que falencias, podíamos mencionar debilidades, siendo un cultivo de reciente desarrollo en nuestra oferta exportable, se debería poner énfasis en el tema de plántones certificados, condiciones climatológicas, manejo sanitario, manejo cultural y logística para la exportación

3. ¿Considera usted que tener una eficiente producción es determinante para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.

Es determinante este aspecto para el fruto pueda desarrollarse en el exterior. La estrategia para aplicar va a ser regulada por la demanda y costumbres del país de destino. No es suficiente, hay que tener en cuenta a la competencia, programar la producción para obtener mejores precios en contra estación, atender logística de exportación que incluye empaquetado y traslado al puerto y los costos.

4. ¿Considera que los costos de producción son competitivos para que se propicie el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.

Los costos de producción y exportación serán competitivos en la medida que la empresa determine hasta qué punto INCOTERM, interviene y los retornos (precios) esperados que recibe por su producción y le permiten obtener flujos de caja, VAN y TIR favorables.

5. ¿Considera usted que el Perú pueda desarrollar una oferta competitiva a nivel internacional del limón Tahití? Explique.

Depende. La oferta competitiva que el Perú (llámese empresas peruanas exportadoras) pueda desarrollar depende de la capacidad de obtener retornos favorables frente a sus competidores y mantenerse en el tiempo en

el negocio (lograr la fidelidad de sus clientes y expandirse a nuevos mercados)

- 6. ¿Considera usted que una oferta del limón Tahití competitiva (calidad, precio, oportunidad) es determinante para el desarrollo de las exportaciones del limón Tahití? Explique.**

No solamente hay que tener en cuenta estos factores, se debe prestar especial atención a la inteligencia de mercados ya que hay varios países que compiten en este negocio. Además, hay que tener en cuenta que el limón Tahití es un producto perecible

- 7. ¿Considera que la “Estacionalidad de la Demanda” del limón Tahití, del Perú, ¿es un factor determinante en su desarrollo internacional? Explique.**

Sí. Entiendo que deben referirse a la “estacionalidad de la oferta exportable peruana” que debe adecuarse a las “ventanas de contra estación” de los principales productores para alcanzar mejores precios.

- 8. ¿Considera usted que cumplir con los requisitos de calidad de la demanda internacional es un factor determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití? Explique.**

Sí, el cumplimiento de los requisitos de calidad y los fitosanitarios son sumamente importantes para el desarrollo de la oferta internacional de limón Tahití.

- 9. ¿A su consideración cuales podrían ser las barreras paraarancelarias más predominantes en la entrada del limón Tahití peruano a los países importadores? Explique.**

En este caso la principal es la parte fitosanitaria. Se tiene que averiguar si existen restricciones paraarancelarias referente a temas cuarentenarios (existencia de plagas) y si se han suscrito protocolos sanitarios con los países de interés para facilitar el acceso a estos mercados.

- 10. ¿Considera usted que la inexistencia de barreras paraarancelarias para la entrada del limón Tahití a los países importadores, es un factor determinante para su desarrollo a nivel mundial? Explique.**

Los países importadores en caso de que produzcan limón Tahití siempre tenderán a proteger sus producciones imponiendo restricciones de acceso para lo cual es necesario suscribir protocolos sanitarios para la aplicación de tratamientos que posibiliten el acceso a estos mercados.

- 11. De acuerdo con los cuadros alcanzados inicialmente ¿Cuál de los parámetros considera usted es el más importante para el desarrollo del limón Tahití? Explique.**

Demanda. Los cuadros alcanzados muestran la exportación de frutas peruanas en el año 2019 (volumen y valor), en los cuales la exportación del limón Tahití ocupa el 12vo lugar con un valor de 10 millones de dólares y una participación de 0.5%, sin embargo, se aprecia que respecto a la exportación realizadas en el año 2015 en términos de valor se ha crecido 10 veces; también se muestran los precios, menor a 1US\$ por Kg. Se necesita considerar temas como la producción y exportación de los países competidores, establecer la demanda internacional y como está distribuida, establecer tamaño de mercado y ventanas de contra estación, precios a los que vende la competencia, etc.

- 12. ¿Considera usted que la falta del conocimiento del comportamiento del mercado internacional de las frutas, en este caso del limón Tahití, es un factor determinante para el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.**

Completamente, el estudio de la competencia es vital para el desarrollo de este tipo de negocios y determinar qué participación se puede tener en el mercado internacional a nivel de empresa y país.

- 13. ¿Cuáles son las recomendaciones que usted daría para el desarrollo del limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.**

Hay que tener claridad en aspectos como la demanda internacional, establecer el tamaño de mercado a atender, los requisitos fitosanitarios y de calidad que demandan los clientes internacionales y las condiciones

comparativas y de competitividad que tiene la oferta exportable peruana de limón Tahití. Por ejemplo, cómo será el riego, por secano o tecnificado y su repercusión en los costos. Además, con respecto a los retornos de la inversión, hay que esperar en promedio 3 años para la primera producción, por lo que la finca debe tener otras opciones productivas que soporten este período de crecimiento de la plantación.

FACTORES DETERMINANTES PARA EL DESARROLLO DEL LIMÓN TAHITI A NIVEL INTERNACIONAL

Resumen:

El presente trabajo es una investigación preliminar de carácter exploratoria y tiene como finalidad obtener la razón por la cual el limón Tahití peruano presenta un desarrollo menor con respecto a otro tipo de frutas exportadas también por el Perú. Para buscar dicho motivo esta investigación pretende entonces validar la relación de seis variables y el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional.

Las variables propuestas son: Oferta, Demanda, Viabilidad de producción, Barreras arancelarias y para arancelarias, Competitividad del producto e Inteligencia de mercado.

Empresa:	Sierra Exportadora
Nombre del entrevistado:	Víctor Sarabia
Cargo del entrevistado:	Director
Fecha:	17-03-2021
Duración:	38:57 minutos
Nombre del entrevistador:	Stephanie Hawkins

Cuestionario:

- 1. ¿Considera usted que el Perú tiene potencialidad de seguir desarrollando más plantaciones de limón Tahití? Explique.**

Hay posibilidades ya no solo en la costa norte del Perú como Piura y Tumbes, sino también en otras zonas como por ejemplo San Martín, donde existen muchas posibilidades para la producción del cultivo.

2. ¿A su consideración, cuáles cree que son las falencias en la actual cadena de producción del Limón Tahití? Explique.

Además de la logística, la cual presenta deficiencias debido a las carreteras en mal estado las cuales dificultan el transporte del fruto del campo al puerto y la poca disponibilidad que genera la subida exponencial de precio por contenedor reefer cuando entran en campaña otras frutas, agregaría las capacidades de gestión de las organizaciones con las empresas mismas, tantas organizaciones de productores y cooperativas, que generalmente son medianos y pequeños productores. Así como también en el caso de las pymes que se dedican a la producción y no tanto a la exportación. En estos casos hay debilidades en materia de gestión de venta y comercial.

3. ¿Considera usted que tener una eficiente producción es determinante para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.

La producción siempre ha sido un factor bastante importante términos que te permite tener una posición competitiva y sobre todo en temas de productividad. Te hablo de productividad porque eso debería estar amarrado a un mejor resultado con el uso de recursos que se puedan tener. Hablamos de costo financiero, recurso agua y recurso suelo.

La producción es un tema importante ahí.

- a) No definitivamente
- b) Desconozco

4. ¿Considera que los costos de producción son competitivos para que se propicie el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.

Va a depender también del paquete tecnológico que se quiera aplicar. Por ejemplo, un cultivo de Limón Sutil si lo comparamos con una plantación de mandarina de costa central, vamos a tener que la diferencia de inversión por mantenimiento de hectárea es más de 6,000 dólares si no es mucho más. Esto sin considera, estructura de riego, instalación y manejo de riego ahí los costos se pueden elevar hasta 50,000 dólares. Siendo los costos mayores en la mandarina, donde se invierte en más tecnología para su cadena de producción que en la cadena del Limón Tahití. Sin embargo, hay otros

niveles de inversión que se pueden hacer en San Martín, Amazonas. Ejemplo una empresa que trabajó una 5 a 6 hectáreas teniendo un costo de 2,500 dólares por hectárea, evidentemente no se aplicaban los insumos como el control de riego entre otros, pero su resultado de cosecha fue muy exitoso. El costo, va a depender del paquete tecnológico aplicado, en la costa el costo será mayor que en otros departamentos.

5. ¿Considera usted que el Perú pueda desarrollar una oferta competitiva a nivel internacional del limón Tahití? Explique.

Yo diría que sí, eso va a depender de cómo se van desarrollando las capacidades dentro de la cadena de valor, con experiencia que nos ha dado los cultivos de agroexportación en los últimos 20 años, con frutas más convencionales en donde se ha tenido una cadena de valor suficientemente desarrollada para poder albanar un poco la presencia de posicionamiento que tienen estas frutas, como los arándanos, palta, espárragos y uvas de mesa. Creo que hay una institucionalidad y hay capacidades que pueden ser fácilmente adoptadas por las empresas que se dediquen al limón. Hay ya una curva de conocimiento desarrollada que puede ser aplicada por los agroexportadores del limón que les permitirá tener una oferta competitiva.

6. ¿Considera usted que una oferta del limón Tahití competitiva (calidad, precio, oportunidad) es determinante para el desarrollo de las exportaciones del limón Tahití? Explique.

Yo consideraría que sí, es más diría que es un factor directo, en la medida que mayor competitiva se ve reflejado en un mayor volumen de exportaciones. Quizá la variable oportunidad de mercado tiene que ver con la ventana comercial, esto debe ser analizado por cada empresa.

7. ¿Considera que la “Estacionalidad de la Demanda” del limón Tahití, del Perú, ¿es un factor determinante en su desarrollo internacional? Explique.

Yo considero que sí, si se pudiera en el caso del arándano, hace más de 10 años, cuando se habla de forma insipiente de estos frutos, se decía que este fruto solo tenía una venta de 2 a 4 semanas que era cuando el arándano argentino dejaba de salir y todavía no había arándano en Florida. Pero si

ahora vemos la cifra, el volumen de producción del arándano ahora va desde octubre a diciembre, dando a entender que se logró superar el corto tiempo de la estacionalidad de demanda. Entonces la respuesta es que si es importante aprovechas las ventanas para exporta, pero que estas pueden variar y va a depender de cómo se maneje la cadena del fruto.

8. ¿Considera usted que cumplir con los requisitos de calidad de la demanda internacional es un factor determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití? Explique.

Sí. Es una variable directa en el sentido de cómo influye en las exportaciones. A más certificaciones y cumplimiento estándar permite más oportunidades en el mercado. Sabemos ahora que el mercado se va rigiendo por estándares sanitarios. Cualquier exportador frutícola que se respeta si no tiene un global gap, va a tener dificultad para mantenerse en el mercado y va a tener que seguir tercerizando sus importaciones. No solo hablamos del global gap sino también de HACCP, etc. En fin, hay toda una oferta de estándares que están haciendo que las empresas deban pensar en invertir para cumplir con estos estándares.

9. ¿A su consideración cuales podrían ser las barreras paraarancelarias más predominantes en la entrada del limón Tahití peruano a los países importadores? Explique.

Temas sanitarios de acceso. Las que están de moda, apelan a temas ambientales. Entre criterio de responsabilidad social y a ambiental, hay países que no te compran palmas enteras porque para obtenerlas se deforestan bosques. Entonces si existen barreras para arancelarias en temas sociales y ambientales. En temas sanitarios, son las más solapas, ejemplo la unión europea viene y te dice que no va a comprar más mango si no me cumples con requisitos sanitarios para evitar la mosca de la fruta. De igual manera se gasta recursos para demostrar que la fruta es segura, aun cuando luego de todo el tiempo de exportación donde se pasa una cadena de frio, el fruto no estaría contaminado, pero eso hay que demostrarlo. Esto también está relacionado a que existen países que son más pobres que el Perú y están exportando dicha fruta, pero como la unión europea no te puede decir te

dejo de comprar para comprarle al oro país más pobre, comienzan con el tema de regular sanitariamente más rigurosamente la fruta.

10. ¿Considera usted que la inexistencia de barreras paraarancelarias para la entrada del limón Tahití a los países importadores, es un factor determinante para su desarrollo a nivel mundial? Explique.

No. Ya son estándares que se van arraigando poco a poco, incluso hay privados como los retailers que a veces son más exigentes que los públicos, pero en definitiva las empresas pueden seguir desarrollándose así existan estas barreras. El caso de Camposol una empresa grande, podría comprar a otras empresas que no pueden cumplir con dichos estándares para colocar esta oferta.

11. De acuerdo con los cuadros alcanzados inicialmente ¿Cuál de los parámetros considera usted es el más importante para el desarrollo del limón Tahití? Explique.

El precio es el principal y es importante en términos de ver cómo es nuestro precio frente a los otros competidores. Asimismo, es importante conocer el nivel de negociación que tendría un productor de limón frente a uno de arándanos o uvas. Como te mencione hay veces donde las campañas de dos frutos se juntan y los contenedores reefer no se dan abasto, es ahí donde el operador logístico busca el que le pueda dar un mayor precio y usualmente es el arándano por el precio elevado que tiene.

12. ¿Considera usted que la falta del conocimiento del comportamiento del mercado internacional de las frutas, en este caso del limón Tahití, es un factor determinante para el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.

Una Buena información del mercado te ayuda a tomar mejores decisiones. Si hay información oportuna e importante estoy seguro de que si va a ser determinante para que se desarrolle el fruto a nivel internacional por la mejor toma de decisiones. Muchas veces esta información nos lleva a ver niveles de rentabilidad la cual termina inclinando la balanza a determinadas frutas que se llevan mayor utilidad. Hay un tema que quería comentarte de inteligencia comercial también, hace unos años estuve apoyando a una

profesora de universidad quien hizo un estudio que pretendía averiguar el uso o no que se tenía sobre herramientas de inteligencia comercial por parte de las empresas, en este caso de la uva. Hasta donde yo recuerdo algo importante fue que las empresas grandes tenían áreas de inteligencia comercial en su mayoría de casos, sin embargo, no iba directamente proporcional con el tamaño de la empresa. Además, también estaba que las empresas muchas veces no tienen institucionalizado la información, es decir se iba alguien que había sacado los análisis de mercado para la empresa y con él se iba a la información.

13. ¿Cuáles son las recomendaciones que usted daría para el desarrollo del limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.

La recomendación es que es importante manejar adecuadamente la información sobre el mercado internacional por parte de las empresas, estos van a llevar a que tomen mejores decisiones de inversión. Los temas de promoción también son importantes en medida que funcionen para las necesidades de mercado, la cadena de valor o la empresa misma. No todas las herramientas de promoción sirven para todas las cadenas de cultivo y para todos los segmentos de empresas que pueda haber. Ejemplo, si una empresa pequeña va a una feria de promoción agrícola probablemente no va a generarle los mismos beneficios que ganaría Camposol, una empresa más consolidada.

FACTORES DETERMINANTES PARA EL DESARROLLO DEL LIMÓN TAHITI A NIVEL INTERNACIONAL

Resumen:

El presente trabajo es una investigación preliminar de carácter exploratoria y tiene como finalidad obtener la razón por la cual el limón Tahití peruano presenta un desarrollo menor con respecto a otro tipo de frutas exportadas también por el Perú. Para buscar dicho motivo esta investigación pretende entonces validar la relación de seis variables y el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional.

Las variables propuestas son: Oferta, Demanda, Viabilidad de producción, Barreras arancelarias y para arancelarias, Competitividad del producto e Inteligencia de mercado.

Empresa:	Universidad Agraria de la Molina
Nombre del entrevistado:	Alexander Rodríguez
Cargo del entrevistado:	Docente universitario agrónomo
Fecha:	19-04-2021
Duración:	22:06 minutos
Nombre del entrevistador:	Stephanie Hawkins

Cuestionario:

- 1. ¿Considera usted que el Perú tiene potencialidad de seguir desarrollando más plantaciones de limón Tahití? Explique.**

Las condiciones climáticas para la producción del limón Tahití son bastantes similares a la del limón Sutil y la parte norte del Perú y la selva tiene temperaturas que permiten la producción del limón Tahití. Yo creo que sí, tiene posibilidades a futuro, más que todo en ambos lugares en costa norte y selva, donde el requerimiento de agua es suficiente para esta producción.

- 2. ¿A su consideración, cuáles cree que son las falencias en la actual cadena de producción del Limón Tahití? Explique.**

Logística. En la parte norte donde el puerto Salaverry es el más próximo a las plantaciones de Piura y Lambayeque. Esta cerca ahí. Pero para la selva es mucho más complicado llegar a un puerto de embarque. También en el procesamiento, porque la parte de selección requiere mucho trabajo. Los mercados demandantes son muy exquisitos con las características; color, tamaño y forma.

- 3. ¿Considera usted que tener una eficiente producción es determinante para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.**

No. La producción es una cosa, es decir contamos con el clima favorable, sin embargo, para la exportación no solo es la parte productiva sino también son los requisitos Fito sanitarios o las barreras del comercio principalmente en las barreras sanitarias. Como un país afectado por la mosca de la fruta,

entonces para los cultivos de exportación esto implica pasar por cuarentenas o en procesamientos donde se fumiguen.

- 4. ¿Considera que los costos de producción son competitivos para que se propicie el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.**

No. Aunque es una pregunta complicada, porque es bastante variable. Creo que se pueden mejorar, pero para esto hay que analizar mucho el mercado de la competencia

- 5. ¿Considera usted que el Perú pueda desarrollar una oferta competitiva a nivel internacional del limón Tahití? Explique.**

Yo creo que sí, porque primero tenemos el clima, luego si bien hay tema de enfermedades aplicamos tratamientos post cosecha para combatirlos, y estamos aprovechando ventanas muy cortas. Sin embargo, esta cortitud de ventanas en algún momento puede ser una limitante, porque hay otros países que buscan mercados. En ese momento el mercado se puede llegar a copar y nosotros para mantener nuestra parte se debe planificar la parte de campo y de destino.

- 6. ¿Considera usted que una oferta del limón Tahití competitiva (calidad, precio, oportunidad) es determinante para el desarrollo de las exportaciones del limón Tahití? Explique.**

Sí, es fundamental. La calidad sobre todo es fundamental. Distintos países exigen una calidad con respecto al fruto; tamaño, forma, color, presencia de residuos, prácticas agrícolas y la parte sanitaria, que no vayan con una plaga cuarentenaria. Se deben sopesar distintos aspectos para hacerlo competitivo al limón Tahití.

- 7. ¿Considera que la “Estacionalidad de la Demanda” del limón Tahití, del Perú, ¿es un factor determinante en su desarrollo internacional? Explique.**

Sí. En la zona norte básicamente la ventana esta entre febrero y abril y en selva está en septiembre. Tenemos dos épocas por año. Y se puede ajo las condiciones de clima que tenemos, programar la producción de determinada fecha. Se llama el manejo de cultivo, toma tiempo, pero se logra. El tema

está en encontrar una ventana abierta, tiene que a ver una sincronía perfecta con la oportunidad y la producción ya que el limón es un producto perecible y no se puede guardar.

- 8. ¿Considera usted que cumplir con los requisitos de calidad de la demanda internacional es un factor determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití? Explique.**

Como te comenté, es absolutamente fundamental.

- 9. ¿A su consideración cuáles podrían ser las barreras paraarancelarias más predominantes en la entrada del limón Tahití peruano a los países importadores? Explique.**

Temas sanitarios de acceso. Básicamente la principal barrera cuarentenaria o paraarancelaria diría que son las de las frutas, esto restringe muchos mercados principalmente estos donde no tenemos análisis de riesgo de plagas. Usted sabe que para abrir un mercado el primer paso, según lo que dice la OMC, esta hacer un análisis de riesgo y para esto debemos contar con SENASA para que haga un buen trabajo. Luego de esto viene la calidad y tener un abastecimiento constante

- 10. ¿Considera usted que la inexistencia de barreras paraarancelarias para la entrada del limón Tahití a los países importadores, es un factor determinante para su desarrollo a nivel mundial? Explique.**

Sí. Hay distintos tipos de razones detrás de las barreras paraarancelarias, el país pueda estar queriendo proteger de plagas a su comunidad o estar queriendo proteger su producción local. En todo caso la OMC debería hacer cumplir sus tratados y empujar a un comercio abierto. Debería definir también que una barrera sanitaria puede ser una medida de restricción

- 11. De acuerdo con los cuadros alcanzados inicialmente ¿Cuál de los parámetros considera usted es el más importante para el desarrollo del limón Tahití? Explique.**

No se puede comparar con otros frutales de exportación- no es competitividad. Se ve que el limón Tahití tiene horizonte y no se le debe comparar con otros frutales de exportación porque estos básicamente van a

ciertos tipos de consumidor, en cambio el limón Tahití es un frutal que es en manejo de campo más fácil, los costos de inversión son menos que cualquier cultivo, pero se utiliza en cantidades pequeñas por el consumidor, ya que está más enfocado a comidas o bebidas muy puntuales. Además, que hay varios países que también lo producen. Yo creo que tiene un horizonte de tendencia positiva de 10 años. Sin embargo, como todo mercado en algún momento se satura y eso habría que evaluar, como es el caso del espárrago que va en caída.

12. ¿Considera usted que la falta del conocimiento del comportamiento del mercado internacional de las frutas, en este caso del limón Tahití, es un factor determinante para el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.

Sí. Yo creo que nos falta investigar el mercado del producto a exportar. Por ejemplo, ver la ventana óptima de exportación y si podremos mantener o ampliar dicha ventana. De esto se debe sacar una tendencia que debe ser evaluada en 10 años para ver cómo va, ya que el mercado es muy cambiante.

13. ¿Cuáles son las recomendaciones que usted daría para el desarrollo del limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.

Teniendo una ciudad de mercado elaborada, sabiendo en que ventanas se puede aprovechar el mejor precio y determinando volúmenes, se debe planificar bien el campo. La parte de campo se puede practicar, se pueden manejar costos competitivos y mejorar un poco la logística para la parte de selva. Creo que el fruto tiene potencialidad de desarrollo, pero es cuestión de armar muy bien la parte productiva con la exportadora ya que es un trabajo en conjunto.

FACTORES DETERMINANTES PARA EL DESARROLLO DEL LIMÓN TAHITI A NIVEL INTERNACIONAL

Resumen:

El presente trabajo es una investigación preliminar de carácter exploratoria y tiene como finalidad obtener la razón por la cual el limón Tahití peruano presenta un

desarrollo menor con respecto a otro tipo de frutas exportadas también por el Perú. Para buscar dicho motivo esta investigación pretende entonces validar la relación de seis variables y el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional.

Las variables propuestas son: Oferta, Demanda, Viabilidad de producción, Barreras arancelarias y para arancelarias, Competitividad del producto e Inteligencia de mercado.

Empresa:	Instituto Peruano de Espárragos y Hortalizas. Asociación de productores de uva de mesa del Perú
Nombre del entrevistado:	Carlos Zamorano
Cargo del entrevistado:	Director ejecutivo y Gerente General
Fecha:	17-03-2021
Duración:	43:47 minutos
Nombre del entrevistador:	Stephanie Hawkins

Cuestionario:

- 1. ¿Considera usted que el Perú tiene potencialidad de seguir desarrollando más plantaciones de limón Tahití? Explique.**

Evidentemente si tenemos las condiciones para seguir produciendo el fruto. El Perú es un buen productor de Limón, es un buen productor de cítricos, tiene zonas diversas donde se produce cítricos. Yo pensaría en principio que si tiene buenas condiciones para producir Limón Tahití. Aunque hay otros factores que influyen también, por ejemplo, tú en la costa peruana ya no siembras naranjas, hay una plaga que borro las naranjas de las costas peruanas, entonces si bien tienes condiciones esto te impide. Las naranjas se producen ahora en zonas distintas, ejemplo la Selva.

- 2. ¿A su consideración, cuáles cree que son las falencias en la actual cadena de producción del Limón Tahití? Explique.**

Logística. El limón peruano tiene una orientación de mercado local, el limón Tahití tiene una orientación al mercado internacional ya que no se consume aquí, entonces los problemas están evidentemente en todo lo que es la cadena. El Perú está acostumbrado a tener muy buenas rentabilidades, y eso ha hecho que pueda competir con los ofertantes más fuertes del mercado, los cuales muchas veces están geográficamente más cerca a los mercados de destino, sin embargo, la logística internacional muchas veces se presenta compleja por la lejanía de los mercados en destino y la

disponibilidad de activos eficientes, como disponibilidad de contenedores reefer en puerto y carreteras interprovinciales en buenas condiciones.

3. ¿Considera usted que tener una eficiente producción es determinante para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.

Yo creo que el mal funcionamiento es un factor determinante, el buen funcionamiento es un buen primer paso, pero hay que tener claro todo el panorama, como te decía los niveles de productividad, los mercados abiertos, todos tus costos. Usualmente se gana o se pierde plata en el campo. Entonces hay que ver que tanta inversión hay que hacer por hectárea en mantenimiento comparado con tus competidores. Una suerte de benchmarking para ver como estas en eso, para ver si tienes los mercados correctos, abiertos por parte de destino y cuáles son las condiciones para el transporte y tratado del Limón Tahití. Usualmente las empresas son bien eficientes en el Perú, mientras más formales y grandes tienen economías de escala y manejan muy bien su eficiencia y su competitividad, pero hay que ser consciente que estas empresas están en un país poco competitivo. ¿Qué tan cerca o tan lejos están tus plantas de procesamiento del puerto marítimo?... Pero una buena base productividad evidentemente es determinante.

4. ¿Considera que los costos de producción son competitivos para que se propicie el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.

Desconozco esta información.

5. ¿Considera usted que el Perú pueda desarrollar una oferta competitiva a nivel internacional del limón Tahití? Explique.

Sí. En la agroindustria de exportación, hemos sido capaces de formar ofertas atractivas y competitivas de productos que no son oriundos del Perú, ejemplo el espárrago, la uva de mesa, el mango, la palta Hass, las mandarinas, la granada y los arándanos, volviéndonos el primer exportador mundial. Si hemos sido capaces de formar esto no le veo ningún inconveniente para lograrlo con el Limón Tahití.

- 6. ¿Considera usted que una oferta del limón Tahití competitiva (calidad, precio, oportunidad) es determinante para el desarrollo de las exportaciones del limón Tahití? Explique.**

Sí. Considero que tener esta oferta competitiva es un maravilloso paso, aunque también para su desarrollo están involucrados otros factores. Esto se refiere a una oferta en comparación de los competidores principales en el mundo, entonces si tienes una oferta competitiva no veo porque no, no se tendría éxito en las exportaciones y no solo en las actuales sino también se podría hablar de crecimiento. Si tienes este paso que es de los más difíciles no habría razón para que no se desarrolle.

- 7. ¿Considera que la “Estacionalidad de la Demanda” del limón Tahití, del Perú, ¿es un factor determinante en su desarrollo internacional? Explique.**

Sí. Hay que ver lo extendido del consumo y eso depende de los mercados de destino. Aquí entra en juego mucho lo que es la oportunidad, la cual es clave para que se pueda competir a nivel internacional con el fruto ofrecido.

- 8. ¿Considera usted que cumplir con los requisitos de calidad de la demanda internacional es un factor determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití? Explique.**

Sí claro, el no cumplirla es un factor determinante para que no puedas exportar y esto sometido en todos los productos de exportación, la gente tiene que entender que todos los productos de exportación son moldeados por quien compra, es decir tú no puedes productor lo que a ti te parezca, los mercados demandantes te piden determinado tamaño, calibre, color, Prix y una cantidad de pepas por fruto. Evidentemente tienes que cumplir con esto, sino no estas en carrera o te consideran en una categoría baja, como en toda fruta que hay categoría 1,2 y 3. Esta podría ser una razón para que el fruto tal vez no se desarrolle es porque pueda estar considerando en la categoría 2 o 3.

- 9. ¿A su consideración cuales podrían ser las barreras para arancelarias más predominantes en la entrada del limón Tahití peruano a los países importadores? Explique.**

Temas sanitarios de acceso. La barrera para arancelaria proe excelencia en materia de frutos frescos son los requisitos fitosanitarios. Los países solamente ponen esa barrera cuando son productores, para defender su mercado local, también a veces lo ponen para alargar las negociaciones de apertura de mercado. Por ejemplo, la uva de mesa ya tiene 12 años esperando entrara a Japón y eso es una barrera para arancelaria, donde te piden todas las pruebas y luego te hacen esperar. Es un movimiento político, pero es porque ellos también tienen una fuerte producción y están defendiendo su mercado.

- 10. ¿Considera usted que la inexistencia de barreras para arancelarias para la entrada del limón Tahití a los países importadores, es un factor determinante para su desarrollo a nivel mundial? Explique.**

Si el limón no se desarrolla pese a la inexistencia de barreras arancelarias, ya sería un caso grave, y sería culpa absoluta de las condiciones de producción. Porque si tienes acceso abierto a tus mercados de destino que consumen tu producto y no llega con una oferta que convenza- competitiva, ya es un tema de producción, de cosecha, de procesamiento y de logística internacional. Mas bien si es al revés y existen las barreras para arancelarias eso te impide, pero si tienes el camino abierto debes buscar los motivos en tu cadena de producción de porque el fruto no se desarrolla.

- 11. De acuerdo con los cuadros alcanzados inicialmente ¿Cuál de los parámetros considera usted es el más importante para el desarrollo del limón Tahití? Explique.**

Volumen exportado y precio unitario. El margen es lo importante y eso está entre tu precio y tu volumen. El agricultor va a sembrar lo que le genere más margen, el producto más competitivo.

- 12. ¿Considera usted que la falta del conocimiento del comportamiento del mercado internacional de las frutas, en este caso del limón Tahití, es un factor determinante para el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.**

Por supuesto, si no hay conocimiento de un producto que quieres exportar sería una locura. y muchas veces tu conocimiento no debe estar limitado al propio mercado del producto sino en los productos considerados suplementarios del mismo y que alteran el precio. Por ejemplo, en épocas de exportación el mayor competidor de la uva de mesa en China es la cereza y su productor es Chile, ambos productos entran en la misma ventana del año nuevo chino y el consumidor muchas veces prefiere la cereza por lo que el precio de la uva cae. Por eso debes conocer el mercado de tu producto, de los suplementarios, lo que mueven y el consumo. Si no conoces tu mercado empiezas muy mal, sobre todo si es un producto que quieres exportar. Es lo mínimo indispensable

- 13. ¿Cuáles son las recomendaciones que usted daría para el desarrollo del limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.**

De lo que hemos conversado, se debe considerar mucho la productividad y rentabilidad del Limón Tahití. Ahora también se debe aprovechar la coyuntura actual, donde las frutas cítricas por sus propiedades vitamínicas están siendo más demandadas en los mercados internacionales. Ese tipo de ventanas es a las cuales se les debe sacar provecho, sobre todo aplicando la promoción.

FACTORES DETERMINANTES PARA EL DESARROLLO DEL LIMÓN TAHITI A NIVEL INTERNACIONAL

Resumen:

El presente trabajo es una investigación preliminar de carácter exploratoria y tiene como finalidad obtener la razón por la cual el limón Tahití peruano presenta un desarrollo menor con respecto a otro tipo de frutas exportadas también por el Perú. Para buscar dicho motivo esta investigación pretende entonces validar la relación de seis variables y el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional.

Las variables propuestas son: Oferta, Demanda, Viabilidad de producción, Barreras arancelarias y para arancelarias, Competitividad del producto e Inteligencia de mercado.

Empresa:	
Nombre del entrevistado:	Dante Poggi
Cargo del entrevistado:	Profesional independiente de Agricultora
Fecha:	17-03-2021
Duración:	36:05 minutos
Nombre del entrevistador:	Stephanie Hawkins

Cuestionario:

- 1. ¿Considera usted que el Perú tiene potencialidad de seguir desarrollando más plantaciones de limón Tahití? Explique.**

En este caso el Sr Poggi, no dio una opinión en particular sobre el tema, solo indico que esto va a depender. Las preguntas 1 a 5 se refieren a la fase de producción, la cual se regula y se implementa de acuerdo con la demanda y costumbres de uso del mercado, que nos indica el volumen y presentación que aceptaría de acuerdo con la formula CALIDAD Y PRECIO

- 2. ¿A su consideración, cuáles cree que son las falencias en la actual cadena de producción del Limón Tahití? Explique.**

Eso va a depender del mercado de destino, Por ejemplo, el flete del Brasil a Europa es mucho más competitivo que de Perú a Europa si consideramos el mercado europeo como destino de nuestra oferta, muy diferente es el flete de Perú a Chile si se considera este mercado como destino final, pero el análisis debe completarse con los volúmenes que importan ambos destinos, así como los precios y estacionalidad de la demanda, indicadores que se deben ser considerados en el análisis del mercado.

- 3. ¿Considera usted que tener una eficiente producción es determinante para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.**

En este caso el Sr Poggi, no dio una opinión en particular sobre el tema, solo indico que esto va a depender. Las preguntas 1 a 5 se refieren a la fase de producción, la cual se regula y se implementa de acuerdo con la demanda y costumbres de uso del mercado, que nos indica el volumen y presentación que aceptaría de acuerdo con la formula CALIDAD Y PRECIO

4. **¿Considera que los costos de producción son competitivos para que se propicie el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.**

En este caso el Sr Poggi, no dio una opinión en particular sobre el tema, solo indico que esto va a depender. Las preguntas 1 a 5 se refieren a la fase de producción, la cual se regula y se implementa de acuerdo con la demanda y costumbres de uso del mercado, que nos indica el volumen y presentación que aceptaría de acuerdo con la formula CALIDAD Y PRECIO

5. **¿Considera usted que el Perú pueda desarrollar una oferta competitiva a nivel internacional del limón Tahití? Explique.**

En este caso el Sr Poggi, no dio una opinión en particular sobre el tema, solo indico que esto va a depender. Las preguntas 1 a 5 se refieren a la fase de producción, la cual se regula y se implementa de acuerdo con la demanda y costumbres de uso del mercado, que nos indica el volumen y presentación que aceptaría de acuerdo con la formula CALIDAD Y PRECIO

6. **¿Considera usted que una oferta del limón Tahití competitiva (calidad, precio, oportunidad) es determinante para el desarrollo de las exportaciones del limón Tahití? Explique.**

Pero se debe considerar que una oferta de calidad a buen precio implica el conocimiento de los países competidores en el mismo periodo, en este punto implica conocer la LOGISTICA DE TRANSPORTE

7. **¿Considera que la “Estacionalidad de la Demanda” del limón Tahití, del Perú, ¿es un factor determinante en su desarrollo internacional? Explique.**

Dados los diversos climas del Perú, el parámetro de estacionalidad de la demanda puede fácilmente superarse y abastecer a los mercados durante todo el año (all year round) – ver la oferta de la uva, por ejemplo -

8. **¿Considera usted que cumplir con los requisitos de calidad de la demanda internacional es un factor determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití? Explique.**

Cumplir con los requisitos de calidad es el 1er mandamiento del comercio internacional, si no se puede cumplir, entonces CAMBIAR DE NEGOCIO

- 9. ¿A su consideración cuales podrían ser las barreras para arancelarias más predominantes en la entrada del limón Tahití peruano a los países importadores? Explique.**

Referente a las barreras para arancelarias primero depende al mercado donde se pretende llegar, segundo son temporales y tercero tener mucho cuidado de victimizarse y creer que ningún otro país tiene lo que ofrecemos, estos son argumentos de la mediocridad de los neófitos

- 10. ¿Considera usted que la inexistencia de barreras para arancelarias para la entrada del limón Tahití a los países importadores, es un factor determinante para su desarrollo a nivel mundial? Explique.**

Las barreras para arancelarias NO SON DETERMINANTES para el desarrollo del producto, por ejemplo, hace 30 años los mercados europeos se cerraron para las frutas procedentes de Sudáfrica por el “Apartheid” (segregación por el racismo) en los puertos holandeses y belgas se cambiaban los envases o les ponían otros orígenes, esta práctica evidentemente esta contra los acuerdos de la OMS, pero existían.

- 11. De acuerdo con los cuadros alcanzados inicialmente ¿Cuál de los parámetros considera usted es el más importante para el desarrollo del limón Tahití? Explique.**

Por ejemplo, de acuerdo con el uso la variación del precio dependerá de la ley oferta-demanda pura si es una fruta que puede sustituirse si el precio está muy elevado caso diferente seria si no hay reemplazo como la palta, el limón Tahití si se usa en refresco podría sustituirse, pero si se usa en ensaladas es más restrictivo, muy diferente al limón sutil cuando se requiera para hacer cebiche es irremplazable;! Pero si, si se usa para limonada ;

- 12. ¿Considera usted que la falta del conocimiento del comportamiento del mercado internacional de las frutas, en este caso del limón Tahití, es un factor determinante para el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.**

Referente al conocimiento del mercado internacional, del cual se desprende la estrategia de acceso al mercado, la cual, al compararla con la estrategia

actual, se visualizan fácilmente los puntos críticos a incidir, así como el horizonte real del mercado para dimensionarlo.

13. ¿Cuáles son las recomendaciones que usted daría para el desarrollo del limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.

Lo más importante es hacer un análisis de mercado de destino para enfocar una estrategia optima por cada mercado, ya que cada uno responde diferente

FACTORES DETERMINANTES PARA EL DESARROLLO DEL LIMÓN TAHITI A NIVEL INTERNACIONAL

Resumen:

El presente trabajo es una investigación preliminar de carácter exploratoria y tiene como finalidad obtener la razón por la cual el limón Tahití peruano presenta un desarrollo menor con respecto a otro tipo de frutas exportadas también por el Perú. Para buscar dicho motivo esta investigación pretende entonces validar la relación de seis variables y el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional.

Las variables propuestas son: Oferta, Demanda, Viabilidad de producción, Barreras arancelarias y para arancelarias, Competitividad del producto e Inteligencia de mercado.

Empresa:	PromPerú división de Agronegocios
Nombre del entrevistado:	Mónica Arias
Cargo del entrevistado:	Especialista en Agronegocios
Fecha:	23-03-2021
Duración:	36:59 minutos
Nombre del entrevistador:	Stephanie Hawkins

Cuestionario:

1. ¿Considera usted que el Perú tiene potencialidad de seguir desarrollando más plantaciones de limón Tahití? Explique.

Sin embargo, en la zona norte hay muchas debilidades, lo que se relaciona con el fenómeno del niño y también en el caso de los cítricos que pueden poseer la enfermedad HLB la cual los ataca y afecta de manera directa a la rentabilidad, el volumen y muchas veces por eso se hace uso de pesticidas. Es ahí donde se presenta las limitaciones para exportar a otros países que no piden cumplir con un máximo de residuos. También está el tema de la

cadena logística que, si bien tenemos un puerto, los costos logísticos son mucho más altos y mucho más competitivo resulta sacar la mercadería por puertos vecinos como Ecuador, donde el precio es más competitivo. Esas son las debilidades que te puedo comentar como Perú, pero creo que, con mucho esfuerzo, trabajo y cuidado, tenemos mucha posibilidad de crecer en el tema de la producción, porque si bien es cierto tenemos dos variedades que cultivamos aquí, el sutil el cual su demanda es local, el Tahití sin embargo es bastante demandado internacionalmente, por su sabor, la textura y la parte física del producto. Esto a diferencia del Sutil que se demanda en Perú, por su característico sabor y su uso en la sazón, entonces sí creo que el Tahití está a mira de poder crecer de todas maneras, logrando poder superar esas limitantes que te comento.

2. ¿A su consideración, cuáles cree que son las falencias en la actual cadena de producción del Limón Tahití? Explique.

Al ser un producto fresco este tiene que pasar por una cadena de frío cuidadosa, y las plantaciones al estar en climas cálidos como Piura, estas deben tener bastante cuidado de mantener esa cadena de frío. Por ejemplo, con los arándanos, este es un producto mucho más delicado y perecible, pero muchas de las agroexportadoras con capitales más grandes, el campo donde cosechan está al lado de su planta procesadora. Entonces esto a veces en lagunas empresas no se da y se debe dar desde que se cosecha hasta que llegue a la tienda del país de destino.

3. ¿Considera usted que tener una eficiente producción es determinante para el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.

Es cierto que es importante, pero también hay que ver el otro lado, este es un producto bastante demandado por sus características físicas, sin embargo, siempre nos olvidamos y omitimos son los protocolos Fito Sanitarios, es como podemos ingresar este producto a determinados países. Tú para poder exportar a otro país el Senasa con la otra entidad sanitaria de cada país, negocia, tratan y conversan de como sería el protocolo y la gestión para que este país pueda exportar determinado el producto. Inclusive se conversa de los límites permitidos de pesticida en frescos.

Entonces si bien hay una aceptación, una demanda también está el punto del tema fitosanitario, que es el cuello de botella que perjudica que podamos diversificar muchas veces.

4. ¿Considera que los costos de producción son competitivos para que se propicie el desarrollo del limón Tahití a nivel internacional? Explique.

Yo creo que ahora con el tema de la ley agraria, definitivamente ha habido cambios. Por ejemplo, teníamos esta ley agraria que fue derogada el mes de diciembre y esto generó un cambio en los costos de la mano de obra de las empresas agroexportadoras, el cual ha tenido un impacto ya que ahora recolectan una menor rentabilidad, inclusive si tú lo vez a largo plazo, las personas que trabajan para estas empresas en el campo, van a recibir bonos lo cual va a repercutir, generando una menor rentabilidad y una inestabilidad de precios por los costos más elevados

5. ¿Considera usted que el Perú pueda desarrollar una oferta competitiva a nivel internacional del limón Tahití? Explique.

Sí, considero que sí de todas maneras, contemplado los puntos que te mencione anteriormente como la enfermedad del furto. Definitivamente hay factores que no se van a poder manejar como el tenemos del niño, peor también considerando y viendo el tema de las campañas, donde se pueden mover hasta cierto punto las fechas pico. Pero sobre todo es la enfermedad por plaga, que afecta sobre todo a los frutos cítricos. Pero definitivamente si se trabaja y se ajusta a las necesidades, y esta es una parte ya un poco más técnica, yo te diría que, si tiene potencial por los campos y sobre todo porque lo demanda el mercado, en el cual se debe hacer un trabajo conjunto con Senasa para que se logre una oferta acoplada a los requerimientos

6. ¿Considera usted que una oferta del limón Tahití competitiva (calidad, precio, oportunidad) es determinante para el desarrollo de las exportaciones del limón Tahití? Explique.

Es ciertamente importante para su desarrollo, pero es más importante la estacionalidad. Por ejemplo, uno de los competidores grandes que tenemos en cítrico es argentina, claro que ellos tienen otras variedades mientras que Perú solo tiene dos. Entonces si bien considero que es importante, considero

que la estacionalidad es más importante ya que finalmente esto nos va a permitir que tengamos semanas picos y que nuestros precios sean más competitivos en ciertos mercados.

- 7. ¿Considera que la “Estacionalidad de la Demanda” del limón Tahití, del Perú, ¿es un factor determinante en su desarrollo internacional? Explique.**

Sí, de todas maneras, el Tahití tiene una aceptación en el mercado internacional que el nacional por sus características. Como te mencione, en esas ventanas nuestros precios van a subir generándonos más rentabilidad. En el caso del limón tenemos todo el año, peor hay momentos pico y de concentra miento de producto. Esos momentos son determinantes para competir con otros países, sobre todo el más cercano que tenemos que es Argentina.

- 8. ¿Considera usted que cumplir con los requisitos de calidad de la demanda internacional es un factor determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití? Explique.**

Los importadores buscan que se cumpla con el tiempo y Calidad. Sobre todo, al tratarse de producto perecible, la idea es que se coseche de manera idónea para que llegue a anaquel de la manera más optima, en términos que sea atractivo visiblemente, que tenga un buen sabor, entre otros. Ya esas características dependen del mercado, que sea más jugoso o su grado de acidez.

- 9. ¿A su consideración cuales podrían ser las barreras paraarancelarias más predominantes en la entrada del limón Tahití peruano a los países importadores? Explique.**

Lo que realidad se debe hacer en muchos productos, es lograr una diversificación para no concentrar todo el peso en un solo producto. El agro es variable, tú puedes proyectar un volumen que finalmente no resulte, finalmente esta calidad puedes exportarla a otro mercado que te pueda pagar por dicha cantidad finalmente producida y las características que esta posea. De hecho, que el tema sanitario está relacionado a la diversificación, definitivamente se debe trabajar mucho el tema de los accesos. Lo debe

trabajar conjuntamente el estado con las empresas privadas. También, está el tema de restricción fitosanitaria, en lo que se refiere a los certificados sanitarios exigidos para ingresar a los distintos mercados. Donde se encuentran si se tiene o no la enfermedad HBL, la cantidad de pesticidas y cómo fue su procesamiento

- 10. ¿Considera usted que la inexistencia de barreras paraarancelarias para la entrada del limón Tahití a los países importadores, es un factor determinante para su desarrollo a nivel mundial? Explique.**

Efectivamente es determinante, ya que si no existiesen o estas fuesen más leves el desarrollo del Limón Tahití podría ser mucho más rápido.

- 11. De acuerdo con los cuadros alcanzados inicialmente ¿Cuál de los parámetros considera usted es el más importante para el desarrollo del limón Tahití? Explique.**

Los consideró porque puedo ver que producto tiene más volumen y en que picos para ver cuál es más demandado y su precio también para ver cual genera más rentabilidad. De ahí se puede determinar cuál sería el más competitivo

- 12. ¿Considera usted que la falta del conocimiento del comportamiento del mercado internacional de las frutas, en este caso del limón Tahití, es un factor determinante para el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.**

Lo tenemos actualmente como una debilidad. Te lo digo desde el punto de vista del gobierno, muchas veces nos enfocamos en lo local, mas no en la oferta exportable. No analizamos a nuestros competidores. Es importante y decisivo ya que no solo se enfoca en variedades sino también en precios.

- 13. ¿Cuáles son las recomendaciones que usted daría para el desarrollo del limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.**

Nos debemos enfocar en distintos eslabones, entre ellos la salud del fruto, evitando que contraiga enfermedades y conociendo mejor los requisitos de acceso de los países de destino. También, desde el punto de vista de PromPerú, se le debería dar mayor énfasis a la promoción del limón Tahití.

Eso es un trabajo en conjunto del estado como privado. El privado, haciendo un seguimiento en su cadena de valor y de exportación, pero el estado brindado mayores capacitaciones. Senasa a los agricultores para la producción y PromPerú todo lo referente a la promoción.

FACTORES DETERMINANTES PARA EL DESARROLLO DEL LIMÓN TAHITI A NIVEL INTERNACIONAL

Resumen:

El presente trabajo es una investigación preliminar de carácter exploratoria y tiene como finalidad obtener la razón por la cual el limón Tahití peruano presenta un desarrollo menor con respecto a otro tipo de frutas exportadas también por el Perú. Para buscar dicho motivo esta investigación pretende entonces validar la relación de seis variables y el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional.

Las variables propuestas son: Oferta, Demanda, Viabilidad de producción, Barreras arancelarias y para arancelarias, Competitividad del producto e Inteligencia de mercado.

Empresa:	AGRÍCOLA VALLE DEL SOL S.A.C.
Nombre del entrevistado:	Arturo Rosadio
Cargo del entrevistado:	Director y Gerente Agrícola
Fecha:	30-03-2021
Duración:	25:07 minutos
Nombre del entrevistador:	Stephanie Hawkins

Cuestionario:

- 1. ¿Considera usted que el Perú tiene potencialidad de seguir desarrollando más plantaciones de limón Tahití? Explique.**

Si existe la posibilidad que el limón Tahití crezca, sin embargo, no para que la empresa viva plenamente de su exportación. La empresa debe diversificar su cartera exportadora, entregando un poco de cítricos, palta, entre otros.

- 2. ¿A su consideración, cuáles cree que son las falencias en la actual cadena de producción del Limón Tahití? Explique.**

Se dan básicamente, porque los proveedores enfocan la mayor parte de sus esfuerzos en exportar frutas que le generen mayor rentabilidad, por lo que el enfoque en el procesamiento del limón Tahití es muy pobre.

- 3. ¿Considera usted que tener una eficiente producción es determinante para el desarrollo del limón Tahítí a nivel internacional? Explique.**

Sí, definitivamente es importante en el desarrollo del Limón Tahítí. Es un factor clave del éxito, todo empieza desde cómo se procesa el fruto en la planta y la cadena de frío que lo acompañe. De esta manera los mercados van a ser más susceptibles a su compra. Van a preferir comprarle a un país donde la producción rinda y se tenga un producto idóneo a sus requerimientos.

- 4. ¿Considera que los costos de producción son competitivos para que se propicie el desarrollo del limón Tahítí a nivel internacional? Explique.**

Los costos de producción del limón Tahítí son bajos a comparación de los costos promedio de producción de otros frutos, sin embargo, este no genera tanta rentabilidad a las empresas por lo cual te comenté que los esfuerzos de procesamiento y producción son escasos en este fruto

- 5. ¿Considera usted que el Perú pueda desarrollar una oferta competitiva a nivel internacional del limón Tahítí? Explique.**

En principio el limón Tahítí debería tener una oportunidad en el mercado internacional ya que es un producto con muchos nutrientes y muchas bondades.

- 6. ¿Considera usted que una oferta del limón Tahítí competitiva (calidad, precio, oportunidad) es determinante para el desarrollo de las exportaciones del limón Tahítí? Explique.**

Considero que este es un factor clave para que el fruto pueda desarrollarse, es importante que, en la oferta del fruto, este cumpla con los requisitos que la demanda coloca. También como te mencioné es primordial la oportunidad, las empresas den buscar la oportunidad ellas mismas, investigando mercados potenciales a quien venderles y en las ventanas que sean las más factibles a generas mayor rentabilidad.

- 7. ¿Considera que la “Estacionalidad de la Demanda” del limón Tahítí, del Perú, ¿es un factor determinante en su desarrollo internacional? Explique.**

El limón Tahití peruano, tiene ventanas de exportación donde sus precios suben generándole rentabilidad a la empresa, ya que los demás ofertantes, no tienen producción para exportar. Se deben aprovechar estas ventanas para poder desarrollar el limón Tahití, sobre todo cuando en dichas ventanas los demás productos como la palta o uvas no pueden ser cosechados. De esta manera poniendo todos los esfuerzos para cosechar limón Tahití.

- 8. ¿Considera usted que cumplir con los requisitos de calidad de la demanda internacional es un factor determinante para el desarrollo internacional del limón Tahití? Explique.**

Siempre es fundamental cumplir con los requisitos que el mercado demandante coloque. Es uno de los factores claves en el desarrollo del fruto, y esta como parte de la investigación de mercado que deben hacer las empresas.

- 9. ¿A su consideración cuales podrían ser las barreras paraarancelarias más predominantes en la entrada del limón Tahití peruano a los países importadores? Explique.**

Las barreras Fito sanitarias son las más comunes.

- 10. ¿Considera usted que la inexistencia de barreras paraarancelarias para la entrada del limón Tahití a los países importadores, es un factor determinante para su desarrollo a nivel mundial? Explique.**

Las barreras sanitarias siempre van a existir para los productos frescos, pero que estas sean menos exigentes es un muy buen primer paso para que el limón se pueda desarrollar internacionalmente.

- 11. De acuerdo con los cuadros alcanzados inicialmente ¿Cuál de los parámetros considera usted es el más importante para el desarrollo del limón Tahití? Explique.**

Considero que las empresas siempre van a estar dispuestos a invertir más para producir y exportar un fruto que le genere mayor rentabilidad. Esta va a estar ligada al volumen, primero porque para la empresa es mejor que el fruto rinda más en cantidad con respecto a una hectárea y segundo por el precio que el mercado demandante estará dispuesto a pagar, si el costo de

dos productos es similar, pero uno tiene un precio mayor que el otro, la empresa exportadora va a invertir más en seguir cosechando el primer fruto, así derivando en su desarrollo.

- 12. ¿Considera usted que la falta del conocimiento del comportamiento del mercado internacional de las frutas, en este caso del limón Tahití, es un factor determinante para el desarrollo del Limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.**

Es importante, ya que esto podría traer consigo un mayor desarrollo del Limón Tahití. Muchas empresas que actualmente exportan son empresas cuyo producto principal de exportación no es el Limón, sino que llegaron a exportarlo porque sus clientes ya establecidos se lo pidieron.

- 13. ¿Cuáles son las recomendaciones que usted daría para el desarrollo del limón Tahití peruano a nivel internacional? Explique.**

Las empresas para poder desarrollar el fruto deben conocer sus factores de éxito, el primer factor de éxito es identificar la oportunidad, luego pasamos al siguiente factor de éxito que son las condiciones para el desarrollo de cultivo; clima, temperatura, experiencia agronómica, disponibilidad agua y su calidad. Conteniendo esto el tercer tema fundamental es, la innovación tecnológica; el tipo de maquinaria, el equipamiento las cámaras de frío entre otras... con eso debemos saber qué condiciones tenemos para el procesamiento del fruto. El otro factor es la disponibilidad de mano de obra; si está o no capacitada. El siguiente factor es la gestión de costos; los costos y rentabilidad por hectárea. Otro factor es la calidad del producto exigida por el mercado extranjero y los requisitos fitosanitarios que solicitan. Terminando todo eso, pasamos a los KPIS, los cuales se deben cumplir a lo largo de la cadena de valor

Anexo 2: Presentación usada para el desarrollo de entrevistas

Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas Carrera de Negocios Internacionales



FACTORES DETERMINANTES PARA EL DESARROLLO DEL LIMON TAHITI A NIVEL INTERNACIONAL

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Negocios Internacionales

Stephanie Paula Hawkins Granda
Código 20140609

Grace Alessandra Reyes Espinoza
Código 20141134

Asesor

William Alberto Arteaga Donayre
Lima – Perú

Lima – Perú
Noviembre del 2020

Índice

1. Descripción del Limón Tahiti
2. Ranking de frutas exportadas por el Perú en el 2020, expresados en Valor FOB
3. Ranking de frutas exportadas por el Perú en el 2020, expresados en volumen (Tn)
4. Precio por kilo expresado en dólares americanos desde 2015 al 2020
5. Frutas y Hortalizas exportadas por el Perú , Variación respecto al año 2019 y % del total correspondiente a cada fruta expresado en Volumen (Kg)
6. Frutas y Hortalizas exportadas por el Perú , Variación respecto al año 2019 y % del total correspondiente a cada fruta expresado en Valor FOB (US\$)

Descripción del Limón Tahití

El Limón Tahití también conocido como Limón persa, Limón sin Semilla y Limón Messina es el que se refiere al nombre científico de *Citrus latifolia*. Es un fruto de color verde oscuro, ovalado y generalmente redondeado en la base. No contiene semillas. Su presentación es fresca y se produce en distintos departamentos del Perú entre los cuales figuran Lambayeque, Piura, Ica y la Libertad. Su origen proviene del sudeste de Asia.

En cuanto a la partida arancelaria de acuerdo al arancel de aduanas peruano a diez dígitos se define en la P.A. siguiente 0805.50.22.00. Los primeros seis dígitos hacen referencia a los limones y limas en general mientras que los siguientes cuatro dígitos especifican la partida a Lima Tahiti.

Cuadro 1: Arancel de Aduanas – Limón Tahití

0805.50	-	Limones (<i>Citrus limon</i> , <i>Citrus limonum</i>) y limas (<i>Citrus aurantifolia</i> , <i>Citrus latifolia</i>):
0805.50.22.00	- - -	Lima Tahiti (limón Tahiti) (<i>Citrus latifolia</i>)

Fuente: SUNAT (2017)

Ranking de frutas exportadas por el Perú en el 2020, expresados en Valor FOB

RANKING	TIPO	VALOR FOB (US\$)2020
1	0806100000 UVAS FRESCAS	1,057,028,766
2	0810400000 ARÁNDANOS FRESCOS	1,009,923,725
3	0804400000 AGUACATES (PALTAS) FRESCOS	759,303,869
4	0804502000 MANGOS FRESCOS	228,636,539
5	0805299000 MANDARINAS WILKINGS E HÍBRIDOS SIMILARES DE AGRIOS FRESCOS	180,092,312
6	0803901100 BANANAS FRESCAS TIPO «CAVENDISH VALERY»	151,505,956
7	0810909000 LOS DEMÁS FRUTAS (GRANADAS FRESCAS)	62,929,535
8	0805210000 MANDARINAS FRESCAS (INCLUIDAS LAS TANGERINAS Y DEMAS FRESCAS)	45,041,103
9	0805291000 TANGELO FRESCO (CITRUS RETICULATA X CITRUS PARA)	13,674,973
10	0805100000 NARANJAS FRESCAS	12,127,157
11	0805220000 MANDARINAS CLEMENTINAS FRESCAS	11,638,939
12	0805502200 LIMA TAHITÍ FRESCO (LIMÓN TAHITÍ) (CITRUS LATIF)	10,024,851
13	0804200000 HIGOS FRESCOS	5,513,191
14	0807110000 SANDÍAS FRESCAS	4,628,631
15	0805502100 LIMÓN SUTIL FRESCO (LIMÓN SUTIL LIMÓN COMÚN)	3,991,573
Total	FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS	4,102,661,716

Fuente: Sierra Exportadora MIDAGRI

Elaboración: Propia

Ranking de frutas exportadas por el Perú en el 2020, expresados en volumen (Tn)

RANKING	TIPO	VOLUMEN (TN) 2020
1	0806100000 UVAS FRESCAS	441,977
2	0804400000 AGUACATES (PALTAS) FRESCOS	411,091
3	0803901100 BANANAS FRESCAS TIPO «CAVENDISH VALERY»	216,526
4	0804502000 MANGOS FRESCOS	201,206
5	0810400000 ARÁNDANOS FRESCOS	163,571
6	0805299000 MANDARINAS WILKINGS E HÍBRIDOS SIMILARES DE AGRIOS FRESCOS	146,574
7	0805210000 MANDARINAS FRESCAS (INCLUIDAS LAS TANGERINAS Y DEMAS FRESCAS)	42,588
8	0810909000 LOS DEMÁS FRUTAS (GRANADAS FRESCAS)	36,563
9	0805100000 NARANJAS FRESCAS	29,323
10	0807110000 SANDÍAS FRESCAS	23,588
11	0805291000 TANGELO FRESCO (CITRUS RETICULATA X CITRUS PARA	17,631
12	0805502200 LIMA TAHITÍ FRESCO (LIMÓN TAHITÍ) (CITRUS LATIF	10,926
13	0805220000 MANDARINAS CLEMENTINAS FRESCAS	8,668
14	0805502100 LIMÓN SUTIL FRESCO (LIMÓN SUTIL LIMÓN COMÚN	6,649
15	0804200000 HIGOS FRESCOS	966
TOTAL	FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS	2,145,462

Fuente: Sierra Exportadora MIDAGRI

Elaboracion: Propia

Ranking de frutas exportadas por el Perú en el 2020, expresados en precio unitario FOB

RANKING	TIPO	PRECIO UNITARIO FOB (US\$/KG) 2020
1	0810400000 ARÁNDANOS FRESCOS	6.174
2	0804200000 HIGOS FRESCOS	5.705
3	0806100000 UVAS FRESCAS	2.392
4	0804400000 AGUACATES (PALTAS) FRESCOS	1.847
5	0810909000 LOS DEMÁS FRUTAS (GRANADAS FRESCAS)	1.721
6	0805220000 MANDARINAS CLEMENTINAS FRESCAS	1.343
7	0805299000 MANDARINAS WILKINGS E HÍBRIDOS SIMILARES DE AGRIOS FRESCOS	1.229
8	0804502000 MANGOS FRESCOS	1.136
9	0805210000 MANDARINAS FRESCAS (INCLUIDAS LAS TANGERINAS Y DEMAS FRESCAS)	1.058
10	0805502200 LIMA TAHITÍ FRESCO (LIMÓN TAHITÍ) (CITRUS LATIF	0.918
11	0805291000 TANGELO FRESCO (CITRUS RETICULATA X CITRUS PARA	0.776
12	0803901100 BANANAS FRESCAS TIPO «CAVENDISH VALERY»	0.700
13	0805502100 LIMÓN SUTIL FRESCO (LIMÓN SUTIL LIMÓN COMÚN	0.600
14	0805100000 NARANJAS FRESCAS	0.414
15	0807110000 SANDÍAS FRESCAS	0.196
TOTAL	FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS	1.912

Fuente: Sierra Exportadora MIDAGRI

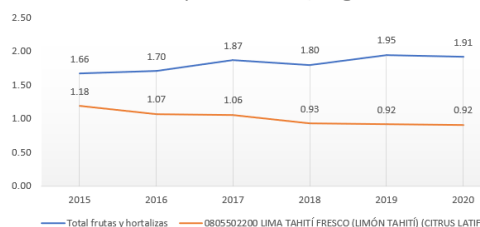
Elaboracion: Propia

Precio por kilo expresado en dólares americanos desde 2015 al 2020

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	VAR_2019%
Total frutas y hortalizas	1.66	1.70	1.87	1.80	1.95	1.91	-1.73%
0805502200 LIMA TAHITÍ FRES	1.18	1.07	1.06	0.93	0.92	0.92	-0.16%

Fuente: Sierra Exportadora MIDAGRI
Elaboración: propia

Movimiento de exportaciones (2015 - 2020), expresados en US\$ x Kg



Frutas y Hortalizas exportadas por el Perú, Variación respecto al año 2019 y % del total correspondiente a cada fruta expresado en Volumen (Kg)

TIPO	2015	2016	2017	2018	2019	2020	VAR_2019%	% del total 2020
0806100000 UVAS FRESCAS	314,305,969	293,512,193	269,935,705	343,551,471	376,544,753	441,977,349	17.4%	20.6%
0804400000 AGUACATES	175,715,312	194,120,654	247,523,727	361,342,104	312,543,496	411,090,855	31.5%	19.2%
0703100000 CEBOLLAS FRESCAS	162,793,573	210,737,646	191,415,149	219,274,321	248,758,769	262,050,403	5.3%	12.2%
0803901100 BANANAS FRESCAS	191,436,597	202,225,363	202,784,424	231,537,760	222,301,881	216,525,566	-2.6%	10.1%
0804502000 MANGOS FRESCOS	133,391,244	160,247,767	162,043,864	208,639,631	199,639,088	201,205,913	0.8%	9.4%
0810400000 ARÁNDANOS	10,353,198	28,154,433	43,071,673	74,021,076	125,044,530	163,570,589	30.8%	7.6%
0805299000 MANDARINAS			76,290,664	89,472,768	100,123,222	146,573,542	46.4%	6.8%
0709200000 ESPÁRRAGOS	129,978,958	123,840,560	115,407,413	132,859,054	133,983,366	127,840,100	-4.6%	6.0%
0910110000 JENGIBRE SIN	10,807,994	14,742,423	26,629,424	21,259,758	23,182,388	50,075,130	116.0%	2.3%
0805210000 MANDARINAS			37,898,220	44,357,971	33,614,065	42,587,870	26.7%	2.0%
0810909000 LOS DEMÁS FRUTAS	15,309,633	18,693,621	29,074,564	34,412,269	40,208,099	36,562,658	-9.1%	1.7%
0805100000 NARANJAS	6,652,267	10,782,842	17,288,449	18,796,143	21,536,171	29,322,511	36.2%	1.4%
0807110000 SANDÍAS FRESCAS	23,864,889	16,590,413	15,947,387	20,726,862	23,154,505	23,588,425	1.9%	1.1%
0805291000 TANGELO FRESCO			24,160,390	19,828,031	18,013,898	17,630,639	-2.1%	0.8%
0703209000 AJOS FRESCOS	4,280,795	12,950,975	11,975,783	10,703,478	12,247,960	12,081,300	-1.4%	0.6%
0805502200 LIMA TAHITÍ	1,827,227	2,256,602	3,445,855	6,417,009	9,983,467	10,925,847	9.4%	0.5%
0805220000 MANDARINAS			4,878,009	5,296,338	6,236,177	8,667,651	39.0%	0.4%
0805502100 LIMÓN SUTIL	3,313,444	3,093,117	3,217,603	4,743,638	4,870,088	6,648,917	36.5%	0.3%
0804200000 HIGOS FRESCOS	61,742	267,033	201,097	722,829	800,787	966,448	20.7%	0.0%
FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS	1,269,618,834	1,371,795,850	1,448,035,520	1,798,414,515	1,872,662,817	2,145,461,771	14.6%	100.0%

Fuente: Sierra Exportadora MIDAGRI
Elaboración: propia

Frutas y Hortalizas exportadas por el Perú , Variación respecto al año 2019 y % del total correspondiente a cada fruta expresado en Valor FOB (US\$)

TIPO	2015	2016	2017	2018	2019	2020	VAR_2019%	% del total 2020
0806100000 UVAS FRESCAS	708,524,021	660,953,938	648,937,949	809,485,013	877,497,210	1,057,028,766	20.5%	25.8%
0810400000 ARÁNDANOS	97,187,319	241,255,986	371,951,779	546,287,312	814,560,793	1,009,923,725	24.0%	24.6%
0804400000 AGUACATES	306,269,083	396,887,566	588,085,492	723,045,802	757,148,166	759,303,869	0.3%	18.5%
0709200000 ESPÁRRAGOS	421,489,947	422,476,639	410,287,375	383,600,924	400,263,111	385,376,482	-3.7%	9.4%
0804502000 MANGOS FRESCOS	193,460,779	194,875,064	186,313,640	252,086,712	253,498,190	228,636,539	-9.8%	5.6%
0805299000 MANDARINAS			108,048,906	114,755,921	128,084,259	180,092,312	40.6%	4.4%
0803901100 BANANAS FRESCAS	145,170,295	152,174,228	148,563,958	166,769,968	152,933,564	151,505,956	-0.9%	3.7%
0910110000 JENGIBRE SIN	22,327,568	24,398,757	50,903,327	42,375,857	41,076,584	105,097,977	155.9%	2.6%
0703100000 CEBOLLAS FRESCAS	62,816,338	71,074,975	69,000,143	74,079,439	86,935,002	97,136,697	11.7%	2.4%
0810909000 LOS DEMÁS FRUTAS	31,455,329	39,482,402	58,449,406	67,763,909	65,564,308	62,929,535	-4.0%	1.5%
0805210000 MANDARINAS			43,264,824	46,819,365	34,084,586	45,041,103	32.1%	1.1%
0703209000 AJOS FRESCOS	6,180,513	20,107,271	18,412,797	14,728,340	17,947,321	26,736,655	49.0%	0.7%
0805291000 TANGELO FRESCO			18,399,526	15,062,456	14,103,653	13,674,973	-3.0%	0.3%
0805100000 NARANJAS	2,615,527	4,249,322	6,441,400	7,240,271	8,306,153	12,127,157	46.0%	0.3%
0805220000 MANDARINAS			6,562,180	7,551,025	7,748,306	11,638,939	50.2%	0.3%
0805502200 LIMA TAHITÍ	2,161,810	2,415,929	3,643,172	5,949,791	9,175,244	10,024,851	9.3%	0.2%
0804200000 HIGOS FRESCOS	447,840	1,595,802	1,567,292	5,032,778	4,850,203	5,513,191	13.7%	0.1%
0807110000 SANDÍAS FRESCAS	3,067,087	2,268,280	2,453,451	3,590,597	4,229,647	4,628,631	9.4%	0.1%
0805502100 LIMÓN SUTIL	2,438,034	2,441,536	3,028,057	3,583,146	3,890,316	3,991,573	2.6%	0.1%
FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS	2,113,853,420	2,338,628,808	2,707,427,533	3,235,882,552	3,644,070,827	4,102,661,716	12.6%	100.0%

Fuente: Sierra Exportadora MIDAGRI
Elaboración: propia



Limon Tahiti

INFORME DE ORIGINALIDAD

11%

INDICE DE SIMILITUD

11%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

3%

★ docplayer.es

Fuente de Internet

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 10 words

Excluir bibliografía

Activo