



FACULTAD DE: CIENCIAS EMPRESARIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

TESIS: “Plan de exportación de pitahaya fresca a Noruega”

Joaquin Emmanuel Salas Meza

Asesor: Mg Jorge Renato Escobedo Pajuelo

Se opta el Título Profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Arequipa - Perú

2024

Plan de exportación de pitahaya fresca a Noruega

INFORME DE ORIGINALIDAD

16%	16%	2%	8%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ulasalle.edu.pe Fuente de Internet	7%
2	repositorio.uap.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	www.regalocorazonchiapas.com Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	< 1%
6	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	< 1%
7	hdl.handle.net Fuente de Internet	< 1%
8	www.coursehero.com Fuente de Internet	< 1%
9	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	

		<u><1%</u>
10	Submitted to Colegio San Agustín de Chiclayo Trabajo del estudiante	<u><1%</u>
11	dspace.ups.edu.ec Fuente de Internet	<u><1%</u>
12	www.slideshare.net Fuente de Internet	<u><1%</u>
13	tesis.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	<u><1%</u>
14	repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet	<u><1%</u>
15	dspace.esPOCH.edu.ec Fuente de Internet	<u><1%</u>
16	repositorio.uia.ac.cr:8080 Fuente de Internet	<u><1%</u>
17	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	<u><1%</u>
18	repositorio.unjbg.edu.pe Fuente de Internet	<u><1%</u>
19	123dok.net Fuente de Internet	<u><1%</u>
20	prezi.com Fuente de Internet	<u><1%</u>

21	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	< 1 %
22	www.congreso.gob.pe Fuente de Internet	< 1 %
23	www.wto.org Fuente de Internet	< 1 %
24	es.slideshare.net Fuente de Internet	< 1 %
25	repositorio.espe.edu.ec Fuente de Internet	< 1 %
26	repositorio.ulima.edu.pe Fuente de Internet	< 1 %
27	cybertesis.unmsm.edu.pe Fuente de Internet	< 1 %
28	repositorio.puce.edu.ec Fuente de Internet	< 1 %
29	repositorio.uandina.edu.pe Fuente de Internet	< 1 %
30	repositorio.upagu.edu.pe Fuente de Internet	< 1 %
31	repositorio.ulvr.edu.ec Fuente de Internet	< 1 %
32	1library.co Fuente de Internet	< 1 %

33	www.clubensayos.com Fuente de Internet	<1 %
34	www.kiwa.com Fuente de Internet	<1 %
35	Submitted to Universidad Abierta para Adultos Trabajo del estudiante	<1 %
36	repositorio.uniagustiniana.edu.co Fuente de Internet	<1 %
37	core.ac.uk Fuente de Internet	<1 %
38	documentop.com Fuente de Internet	<1 %
39	repository.ucc.edu.co Fuente de Internet	<1 %
40	www.conscientiabeam.com Fuente de Internet	<1 %
41	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
42	Jhon Huillca Quispe. "Valoración socioeconómica del impacto de la expansión del cultivo de Quinoa (Chenopodium quinoa W.) sobre la competitividad y sostenibilidad de la diversidad en las explotaciones"	<1 %

tradicionales del Perú", Universitat Politècnica de Valencia, 2022

Publicación

43	<u>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</u> Trabajo del estudiante	< 1 %
44	<u>repository.unipiloto.edu.co</u> Fuente de Internet	< 1 %
45	<u>tesis.pucp.edu.pe</u> Fuente de Internet	< 1 %
46	<u>Cruells López, Marta, Subirats Humet, Joan et al. "La interseccionalidad política: tipos y factores de entrada en la agenda política, jurídica y de los movimientos sociales", [Barcelona] : Universitat Autònoma de Barcelona.,, 2015</u> Fuente de Internet	< 1 %
47	<u>Submitted to ITESM: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey</u> Trabajo del estudiante	< 1 %
48	<u>Submitted to Universidad Carlos III de Madrid – EUR</u> Trabajo del estudiante	< 1 %
49	<u>Submitted to Universidad de Costa Rica</u> Trabajo del estudiante	< 1 %
50	<u>Submitted to uazuay</u> Trabajo del estudiante	< 1 %

51	Submitted to Trabajo del estudiante	< 1 %
52	Submitted to ESIC Business & Marketing School Trabajo del estudiante	< 1 %
53	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	< 1 %
54	ivac.es Fuente de Internet	< 1 %
55	jalayo.blogspot.com Fuente de Internet	< 1 %
56	repositorio.uide.edu.ec Fuente de Internet	< 1 %
57	www.ivace.es Fuente de Internet	< 1 %
58	www1.hcdn.gov.ar Fuente de Internet	< 1 %
59	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	< 1 %
60	Submitted to Universidad Católica de Colombia Trabajo del estudiante	< 1 %

61	<u>Submitted to Universidad de San Martín de Porres</u>	< 1 %
	Trabajo del estudiante	
62	<u>dgsa.uaeh.edu.mx:8080</u>	< 1 %
	Fuente de Internet	
63	<u>emarketservices.icex.es</u>	< 1 %
	Fuente de Internet	
64	<u>www.ccp.ucr.ac.cr</u>	< 1 %
	Fuente de Internet	
65	<u>pitahaya.info</u>	< 1 %
	Fuente de Internet	
66	<u>repositorio.unp.edu.pe</u>	< 1 %
	Fuente de Internet	
67	<u>www.analdex.org</u>	< 1 %
	Fuente de Internet	
68	<u>www.assoporti.it</u>	< 1 %
	Fuente de Internet	
69	<u>www.dominiodelasciencias.com</u>	< 1 %
	Fuente de Internet	
70	<u>www.el-exportador.com</u>	< 1 %
	Fuente de Internet	
71	<u>(Carlinda Leite and Miguel Zabalza). "Ensino superior: inovação e qualidade na docência",</u>	< 1 %

Repositório Aberto da Universidade do Porto, 2012.

Publicación

72	abcdelemprendedor.blogspot.com Fuente de Internet	< 1 %
73	esp.talani.net Fuente de Internet	< 1 %
74	gestion.pe Fuente de Internet	< 1 %
75	rraae.cedia.edu.ec Fuente de Internet	< 1 %
76	www.agrosur.net Fuente de Internet	< 1 %
77	www.ecofield.com.ar Fuente de Internet	< 1 %
78	www.freshplaza.es Fuente de Internet	< 1 %
79	www.lajornadamorelos.com Fuente de Internet	< 1 %
80	www.promocion-ar.com Fuente de Internet	< 1 %
81	aventurasdeunaviajera.com Fuente de Internet	< 1 %
82	calle-lali.blogspot.com Fuente de Internet	< 1 %

83	catalonica.bnc.cat Fuente de Internet	< 1 %
84	cdn.www.gob.pe Fuente de Internet	< 1 %
85	docplayer.es Fuente de Internet	< 1 %
86	edwinopinioneconomica.blogspot.com Fuente de Internet	< 1 %
87	pgc-snia.inia.gob.pe:8080 Fuente de Internet	< 1 %
88	repositorio.esan.edu.pe Fuente de Internet	< 1 %
89	repositorio.unac.edu.pe Fuente de Internet	< 1 %
90	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	< 1 %
91	repositorio.utc.edu.ec Fuente de Internet	< 1 %
92	riu.austral.edu.ar Fuente de Internet	< 1 %
93	www.agro.uba.ar Fuente de Internet	< 1 %
94	www.aqua.cl Fuente de Internet	< 1 %

95	www.hsbnoticias.com Fuente de Internet	<1%
96	www.infocadiz.com Fuente de Internet	<1%
97	www.noticiaswire.com Fuente de Internet	<1%
98	www.real2006.net Fuente de Internet	<1%
99	www.soloselecto.com Fuente de Internet	<1%
100	www.uruguaymeat.gub.uy Fuente de Internet	<1%
101	Submitted to City University of New York System Trabajo del estudiante	<1%
102	Johana Baquedano Valle, Andrés Morales Duarte. "Aceptación de la pitahaya como producto emergente en los mercados del distrito central, Honduras", Portal de la Ciencia, 2023 Publicación	<1%
103	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	<1%
104	cerebrodigital.org Fuente de Internet	<1%

105	de.slideshare.net Fuente de Internet	< 1 %
106	dspace.pucesi.edu.ec Fuente de Internet	< 1 %
107	moam.info Fuente de Internet	< 1 %
108	repositorio.autonoma.edu.co Fuente de Internet	< 1 %
109	repositorio.uade.edu.ar Fuente de Internet	< 1 %
110	repositorio.unesum.edu.ec Fuente de Internet	< 1 %
111	repositorio.unprg.edu.pe Fuente de Internet	< 1 %
112	repositorio.untrm.edu.pe Fuente de Internet	< 1 %
113	repositorio.utp.edu.pe Fuente de Internet	< 1 %
114	theibfr.com Fuente de Internet	< 1 %
115	viceacademico.unmsm.edu.pe Fuente de Internet	< 1 %
116	www.acnur.org Fuente de Internet	< 1 %

117	www.aopeb.org Fuente de Internet	< 1 %
118	www.asohofrucol.com.co Fuente de Internet	< 1 %
119	www.detrmites.com Fuente de Internet	< 1 %
120	www.ecuarural.gov.ec Fuente de Internet	< 1 %
121	www.eluniversaledomex.mx Fuente de Internet	< 1 %
122	www.gencat.net Fuente de Internet	< 1 %
123	www.monedaunica.net Fuente de Internet	< 1 %
124	www.noni-chile.com Fuente de Internet	< 1 %
125	www.scribd.com Fuente de Internet	< 1 %
126	www.viajesancora.com Fuente de Internet	< 1 %
127	<u>Luis Oswaldo Rodríguez Mañay. "Diseño de un modelo para mejorar la competitividad de la cadena de suministro del sector florícola"</u>	< 1 %

ecuatoriano", Universitat Politecnica de Valencia, 2023

Publicación

128	es.scribd.com Fuente de Internet	<1%
129	es.unionpedia.org Fuente de Internet	<1%
130	repositorio.up.edu.pe Fuente de Internet	<1%
131	www.sice.oas.org Fuente de Internet	<1%

Excluir citas Activo

Excluir coincidencias Apagado

Excluir bibliografía Activo

Dedicatoria

A mi padre y mi madre por todo su amor, esfuerzo y apoyo, siempre creyeron en mí y nunca me han dejado solo.

A mi hermano que con su empeño me motivó a seguir adelante en todos mis proyectos

A mi familia que a pesar de la distancia siempre han estado presentes en mi vida.

Y a cada uno de mis amigos y amigas con los que compartí dentro y fuera de la carrera.

Tabla de contenido

Resumen	1
Abstract	1
Capítulo I: Introducción	2
1.1 Planteamiento del problema	2
1.2 Objetivos	5
<i>1.2.1 Objetivo General</i>	5
<i>1.2.2 Objetivos específicos</i>	5
1.3 Viabilidad	6
1.4 Limitaciones	6
1.5 Descripción de la propuesta	7
Capítulo II: Revisión y fundamentación teórica	8
2.1 Antecedentes	8
<i>2.1.1 Antecedentes nacionales</i>	8
<i>2.1.2 Antecedentes internacionales</i>	9
2.2 Fundamentos Teóricos	11
<i>2.2.1 Plan de exportación</i>	11
<i>2.2.2 Ruta Exportadora</i>	12
<i>2.2.3 Estudio de mercado</i>	13
<i>2.2.4 Objetivos estratégicos</i>	14
<i>2.2.5 Segmentación de mercado</i>	15
<i>2.2.6 Análisis interno</i>	15
<i>2.2.7 Análisis externo</i>	16
<i>2.2.8 Ventaja competitiva</i>	17
<i>2.2.9 Ventaja comparativa</i>	17
<i>2.2.10 Ventaja absoluta</i>	18
<i>2.2.11 Mercado meta</i>	18
<i>2.2.12 Análisis PESTEL</i>	19
<i>2.2.13 Pitahaya</i>	19
<i>2.2.14 Mercado de Noruega</i>	22
<i>2.2.15 Términos de comercio exterior</i>	26
Capítulo III: Desarrollo del Proyecto	35
3.1 Presentación del proyecto	35
3.2 Mercado de destino	35
<i>3.2.1 Mercados potenciales</i>	35

3.2.2 Selección del mercado de destino	41
3.3 Presentación del producto	43
3.3.1 Pitahaya	43
3.3.2 Presentación de pitahaya para exportar	46
3.3.3 Principales certificaciones internacionales	47
3.3.4 Principales países exportadores	49
3.3.5 Capacidad exportadora peruana	50
3.3.6 Importaciones de Noruega	51
3.4 Requisitos y legislación	52
3.4.1 Medidas de ingreso a Noruega	52
3.4.2 Medidas para la exportación desde Perú	56
3.5 Análisis de la pitahaya en Perú	58
3.5.1 Análisis Interno de la pitahaya en Perú	58
3.5.2 Niveles actuales de exportación	64
3.5.3 Análisis externo de la pitahaya	65
3.5.4 Capacidad competitiva de la pitahaya peruana	69
3.6 Estudio de mercado Noruega	70
3.6.1 Tendencias de consumo	70
3.6.2 Consumo de fruta	71
3.6.3 Aspectos geográficos de Noruega	71
3.6.4 Situación arancelaria	72
3.6.5 Barreras de acceso no arancelarias	72
3.6.6 Competidores	73
3.6.7 Oferta actual de productos	73
3.6.8 Diamante de Porter	74
3.7 Ruta exportadora para la pitahaya hacia Noruega	75
3.7.1 Definición del producto a exportar	75
3.7.2 Mercado de destino seleccionado	75
3.7.3 Partida arancelaria	75
3.7.4 Requisitos nacionales para la exportación	75
3.7.5 Proceso de exportación	76
3.7.6 Termino de negociación Internacional	84
3.8 Proceso estandarizado de exportación	85
3.8.1 Áreas críticas de exportación	85
3.8.2 Plan económico	89
3.8.3 Análisis de la capacidad exportadora en Arequipa	94

Conclusiones	97
Referencias bibliográficas.....	99
Anexos	116
Anexo 1:.....	116
Anexo 2:.....	117
Anexo 3: Cuestionarios para las entrevistas a los especialistas.....	119
Anexo 4: Transcripciones de las entrevistas realizadas.....	125
Anexo 4.1 Agricultores de la región de Arequipa.....	125
Anexo 4.2 Ingenieros agrónomos de la ciudad de Arequipa	130
Anexo 4.3 Especialistas en logística internacional.....	135
Anexo 4.4 Especialistas en comercio exterior	143
Anexo 5: Validación de cuestionarios.....	148
Anexo 5.1: Primera validación.....	148
Anexo 5.2: Segunda validación.....	154
Anexo 5.3: Tercera validación.....	160

Índice de tablas

Tabla 1	41
Tabla 2	61
Tabla 3	64
Tabla 4	64
Tabla 5	88
Tabla 6	89
Tabla 7	91
Tabla 8	92
Tabla 9	93
Tabla 10	94
Tabla 11	116
Tabla 12	117

Índice de figuras

Figura 1	43
Figura 2	44
Figura 3	44
Figura 4	79
Figura 5	87

Resumen

El presente trabajo busca mostrar el planteamiento de un plan para la exportación de pitahaya peruana a Noruega. Esto surge por el cultivo cada vez mayor de la también llamada fruta del dragón y las posibilidades de la misma en el mercado noruego ya sea fresca o con un valor agregado. Se logrará la formulación del plan de exportación mediante el desarrollo y análisis del mercado destino, regulación peruana y noruega, un análisis interno y externo de la capacidad peruana para exportar pitahaya, el planteamiento de la ruta a seguir de la exportación y una revisión de las áreas críticas de la misma.

Palabras clave: negocios, exportación, pitahaya, Noruega, Perú

Abstract

The present work seeks to show the approach of a plan for the export of fresh Peruvian pitahaya to Norway. This arises from the growing cultivation of the so-called dragon fruit and the possibilities of it on the Norwegian market either fresh or with added value. The formulation of the export plan will be achieved through the development and analysis of the destination market, Peruvian and Norwegian regulations, an internal and external analysis of the Peruvian capacity to export pitahaya, the approach of the route to follow for the export and a review of the its critical areas.

Key words: business, export, dragon fruit, Norway, Peru

Capítulo I: Introducción

1.1 Planteamiento del problema

La pitahaya o también conocida como Fruta del Dragón se encuentra en la actualidad dentro de una de las principales frutas en crecimiento a nivel internacional. Según el portal Mordor Intelligence (2022) la fruta del dragón (pitahaya) está en un crecimiento sólido en los principales mercados internacionales, esto es principalmente influenciado por las demandas en los diferentes mercados de destino de las exportaciones. Con una mayor demanda, el interés de diferentes mercados también se encuentra en ascenso, como es el caso de Europa y Norteamérica. Centre for the Promotion of Imports (2020) afirma que el principal factor en los mercados europeos es el interés en las frutas exóticas, esto demostrado generalmente en los picos de importación durante determinadas épocas del año. A su vez, el reporte indica que los principales mercados que dan oportunidades a frutas exóticas para importación son: Países Bajos, Reino Unido y Francia. En contraste, tenemos algunos de los principales mercados productores en nuestra región de Latinoamérica, siendo estos Colombia y Ecuador. Ambos presentan una larga trayectoria y conocimiento del fruto y prácticas agrícolas han desarrollado programas de exportación durante muchos años, beneficiando a sus agroexportadores.

Sin embargo, en el ámbito nacional, la Unidad de Inteligencia Comercial del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego de Perú (2021a) establece que, la producción de pitahaya en Perú, se encuentra en una fase de desarrollo y conocimiento por parte de productores e inversionistas. Esto está sustentado en la cantidad de pitahaya dedicada a la exportación, que presenta una cantidad de kilos y valor exportado todavía pequeño dentro de las exportaciones peruanas, pero con un constante crecimiento. Durante el año 2023, se alcanzó un total de 225,735.78 como valor FOB, para octubre de 2024 este valor ha ascendido 1,333,824.89 como FOB de exportaciones. Este crecimiento exponencial es reflejo de

mayores inversiones y demanda nacional e internacional de la fruta del dragón cultivada en Perú. Esto a su vez es respaldado por falta

Dentro de Perú, como lo indica la Unidad de inteligencia Comercial del MIDAGRI, las principales regiones productoras son Amazonas, Ica, La libertad y Lima con un total de 336 toneladas de pitahaya, con un área cosechada de 45 hectáreas en 2020. (Unidad de Inteligencia Comercial del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego de Perú, 2021a). Sobre estos datos resalta la producción en correlación con las hectáreas en la región de Lima. La capital ha plantado en 2020, 6 hectáreas, pero ha producido un total de 159 toneladas de pitahaya, lo cual consiste en una clara diferencia con las demás regiones. Amazonas ha plantado 5 veces más hectáreas que Lima, pero ha producido 43 toneladas menos. La diferencia podría deberse a los programas agronómicos en las regiones del interior en contraposición a los desarrollados en la capital.

Sin embargo, tanto el INIA en alianza con el MIDAGRI, PROMPERU y MINCETUR, han comenzado a desarrollar guías de cultivo, guías de cosecha y planes de exportación con respecto a la pitahaya (INIA, 2020). La importancia de estos planes y guías de desarrollo radica en buscar que las exportaciones se conviertan en un proceso estandarizado, con una elevada productividad y una utilidad rentable por cada kilo cosechado y vendido. Así mismo, estas guías también deben estar orientadas a apoyar a los agroexportadores en el cumplimiento de los requisitos fitosanitarios de acceso a mercados internacionales. Algunos de los requisitos son: el control de contaminantes como nitratos, metales pesados y dioxinas; residuo de plaguicidas; aditivos fuera de la etapa de cultivo; higiene en los productos; envasado y etiquetado. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2017)

En conclusión, tomando en cuenta el nivel incipiente de preparación de agricultores, información sobre cultivos y buenas prácticas para el cultivo otorgada por las entidades competentes, así como la preparación de la oferta exportadora, delimitan de gran manera la capacidad competitiva de la pitahaya peruana a nivel internacional. Desperdiciando así una oportunidad de comercialización en diferentes mercados internacionales donde Perú tiene accesibilidad en cuestión arancelaria y normativa sanitaria. No obstante, el interés de inversionistas, productores y de las entidades del gobierno, permite evaluar nuevas oportunidades de crecimiento de exportaciones y áreas de producción. Una de estas oportunidades se da en un mercado aun sin la presencia de pitahaya peruana, el reino de Noruega. Actualmente Perú cuenta con ventajas arancelarias para la exportación de productos hacia el país nórdico. Este es un destino atractivo por las tendencias de consumo saludables de los noruegos, la demanda en aumento del consumo de productos enfocados al cuidado de la salud y el interés en frutas exóticas. Por lo que, desarrollar un plan de exportación de pitahaya fresca hacia Noruega responde tanto a las oportunidades de negocios en el marco del acuerdo comercial firmado por el Perú, así como a la capacidad de surtir la demanda noruega con la creciente capacidad productiva del Perú.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Desarrollar un plan de exportación de pitahaya fresca de la región de Arequipa a Noruega

1.2.2 Objetivos específicos

Determinar la capacidad exportadora peruana de pitahaya fresca de la región Arequipa.

Analizar las oportunidades comerciales de la pitahaya fresca en Noruega.

Determinar la ruta exportadora para la pitahaya fresca hacia Noruega.

Desarrollar un análisis económico de la exportación de pitahaya.

Definir las áreas críticas para el éxito de la exportación de pitahaya fresca.

1.3 Viabilidad

Económica: Esto es principalmente por los recursos financieros que se deberán emplear en todo el proceso de exportación. Puesto que, una exportación de pitahaya fresca fuera del país, requiere ciertos recursos específicos, desde el tratamiento de frío y los diferentes implementos para su transporte. A su vez, si no se cuenta con una plantación establecida, se requiere una fuerte inversión en la plantación y en toda el área cultivable.

Tiempo: Estaría principalmente marcada por la época de mayor demanda en Noruega y la época de cosecha en Perú, este tiempo se da entre junio y octubre de una manera recomendada.

1.4 Limitaciones

La principal limitación es con respecto a Noruega, debido a que la literatura académica es escasa en el ámbito de trabajos nacionales lo cual podría representar un inconveniente al momento de definir problemas en la exportación, requisitos de acceso, delimitar el mercado noruego y demás estamentos relacionados al plan de exportación hacia Noruega. Así mismo, mucha de la información se encuentra en reportes y bases de datos que requieren una suscripción de pago.

Las exportaciones de esta fruta son relativamente bajas, además del enfoque de la producción nacional a cubrir la demanda peruana para el consumo de esta fruta. En una consulta por partida arancelaria 08.10.90.40.00 Pitahaya, en el registro de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria., (2023) en el año 2022 se exportó un total de 18,168.00 dólares estadounidenses como FOB con pocos envíos de exportación y bastantes como envío de muestras pequeñas. No obstante, durante 2023 se tiene un total de 57 registros, superior a los 35 registros de 2022. Durante este año se presentan los mismos envíos de muestras, pero con la aparición de cantidades superiores a los 20 mil dólares,

correspondientes a exportaciones de contenedores a destinos como Reino Unido y Países Bajos.

1.5 Descripción de la propuesta

Con el fin de poder establecer un plan de exportación de pitahaya peruana a Noruega, se procederá a determinar la capacidad que cuenta Perú para poder exportar esta fruta, lo cual se llevará a cabo mediante recopilación documentaria de agencias dedicadas a la exportación e informes de entidades del gobierno, además se incluirá entrevistas a agricultores y agroexportadores con conocimiento en el tema. Como segundo punto, el análisis de las oportunidades de la fruta, se realizará una revisión de las principales tendencias de consumidor noruego, identificando las principales características que un producto debe cumplir. En tercer lugar, se expondrá la ruta a seguir para la exportación, pasando por las entidades pertinentes para acreditar la calidad del producto a exportar, las certificaciones de calidad y la legislación requeridas por las entidades noruegas (EUR1 y certificado fitosanitario) y aquellos pasos que el exportador debe seguir con el fin de completar la exportación con éxito. Este análisis nos permitirá evaluar e identificar las áreas críticas para la exportación, definiendo una ruta operativa y logística para completar con éxito y de manera rentable una exportación a Noruega. Además, permitirá definir donde los exportadores podrían presentar mayores dificultades por la limitación de las exportaciones actuales de pitahaya en Perú.

Capítulo II: Revisión y fundamentación teórica

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes nacionales

La Unidad de Inteligencia Comercial del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego de Perú (2021a) en el marco del programa Sierra Exportadora, que forma a su vez parte del Ministerio de Agricultura y Riego (MIDAGRI), desarrolla una investigación en 2021, titulada Perfil de Mercado de la Pitahaya, que consiste en un informe sobre la pitahaya en el plano nacional y mundial. Su objetivo es dar mayores alcances sobre la pitahaya y su posibilidad de exportación. La metodología empleada consiste en análisis documental y un análisis de contenido de diferentes fuentes de información primaria y secundaria dentro y fuera del territorio peruano, así como de bases de datos internacionales. Las conclusiones a las que se llegaron fueron: En primer lugar, la predominancia de las exportaciones de Vietnam hacia mercados europeos, asiáticos y Estados Unidos. En segundo lugar, el interés en aumento de los segmentos de gama alta en los mercados europeos. Y finalmente, pese a ser un mercado incipiente, la oportunidad de crecimiento es importante además de ser altamente rentable en varios climas del país. Esto apoya la idea de que el mercado peruano si puede producir y exportar una fruta de calidad en mercados competitivos.

Obregón, Contreras, Elías, Muñoz, Yuli y Condór (2022) elaboran un artículo científico, para la universidad del Zulia en la revista de la facultad de agronomía, desarrollado en Perú, en el año 2022. Su título es: “Perfil nutricional y fisicoquímico de la pitahaya cultivada en la costa central del Perú”. Es una investigación documental, de campo y con análisis en laboratorio de los componentes y muestras de pitahaya. Su objetivo era mostrar el potencial de la pitahaya amarilla y roja cultivada en la costa con respecto a otras zonas cultivadas. Su metodología consiste en la preparación de muestras y diferentes análisis enfocados en química, porcentaje mineral, contenido de vitamina C y estadísticas. Sus

principales conclusiones son que tanto la pitahaya roja como la amarilla, son una fuente de vitamina C, fibra y minerales. Diferenciando la pitahaya roja por un contenido menor en azúcar y hierro.

Silvera, Cubas, Benites y Jurado (2022) desarrollan en la universidad Científica del Sur, en Perú, en el año 2022, su trabajo titulado: “Exportación de pitahaya fresca al mercado de Rotterdam – Países Bajos”, siendo este una tesis para optar por el grado de bachiller. Su objetivo es mostrar el potencial de Rotterdam como un mercado atractivo a las exportaciones de pitahaya, desarrollando planes enfocados a poner en marcha el negocio. Su metodología consiste en el desarrollo de 5 planes: Estratégico y organización del negocio, marketing internacional, logística internacional, comercio internacional y económico financiero. Sus principales conclusiones son: la facilidad de acceso por cuestiones de relación comercial y el riesgo así como el beneficio comercial de las exportaciones a mercados que cuentan que atracción por la pitahaya. El trabajo no aborda tendencias o estudios de mercado sobre el consumidor en Rotterdam, su única fuente es el interés en frutas exóticas generalizando el consumo de las mismas.

2.1.2 Antecedentes internacionales

Gabriel Bonilla y Andrés Quiroz (2022) elaboran un trabajo de investigación titulado: “Propuesta de plan de exportación para la pitahaya ecuatoriana de Palora”. Es una propuesta de plan de exportación, cuyo objetivo es plantear la viabilidad de exportación de la pitahaya de una región en específico llamada Palora. La metodología empleada es un análisis documental y de contenido, así como el desarrollo de una propuesta. Sus conclusiones son: primero detallar beneficios y el potencial de la pitahaya como un fruto destinado a cuidar de la salud; segundo, el potencial de mercados como China, Estados Unidos y Noruega, por

situación y factores que hacen atractivos a estos tres mercados. La elección de Noruega como un país potencial radica en tres factores, el ingreso elevado de la población, el consumo de pitahaya importada desde Vietnam y el acceso comercial gracias al tratado de libre comercio entre Ecuador y Noruega. Esta selección de factores apoya la idea de que el Perú puede de la misma manera entrar al mercado aprovechando los mismos factores.

Hington (2020) elabora un proyecto de investigación titulado: “Plan de exportación de pulpa de pitahaya congelada hacia el mercado de Italia” Se trata de un proyecto de exportación para una región en específico Morona Santiago, cantón Palora. Cuyo objetivo principal es desarrollar un plan de exportación de pulpa congelada de pitahaya hacia Italia, facilitando el comercio. Utiliza el análisis documental de fuentes del gobierno y comercio internacional, así como la realización de una investigación de campo para determinar la demanda potencial. Sus conclusiones radican en el potencial del mercado italiano, predisposiciones e interés de algunos centros de distribución. Lo cual indica el interés de varios consumidores y empresarios con respecto a frutas exóticas provenientes de otros países como Ecuador.

Arrieta, Chacón, Ducuara, Monterrosa, Montes y Vargas (2018) desarrollan una investigación titulada “Estudio de Factibilidad para Exportación de Pitahaya de Colombia hacia París-Francia”. Es una investigación de tipo descriptiva y predictiva. Su objetivo radica en explorar la viabilidad de exportaciones de pitahaya al mercado parisino. La metodología empleada son formularios para evaluar los procesos, levantamiento de información de fuentes primarias y secundarias, entrevistas y encuestas para minimarkets en Francia y diferentes análisis y elaboración de procesos relacionados a la exportación. Las conclusiones a las que llega la investigación son: Primero, la importancia de los acuerdos comerciales para la exportación y poder aprovechar ventajas en el comercio internacional. Segundo, el conocimiento e interés del público en cuestión repercute directamente en el precio final y la

rentabilidad de las exportaciones. Esta investigación hace hincapié en la cuestión del precio según el segmento y el grado de interés, además de también apoyar la importancia de los acuerdos comerciales para el ingreso de los productos.

2.2 Fundamentos Teóricos

2.2.1 Plan de exportación

El plan de exportación está diseñado para consolidar a la empresa y su producto o servicio en un mercado extranjero. Su estructura se debe basar en etapas y pasos a realizar de cara al proceso de exportación. También incluyen las decisiones estratégicas sobre sus relaciones y aspectos para con el mercado seleccionado. (Valderrama, 2021)

El plan funciona como una guía para las empresas que desean ingresar dentro de los negocios internacionales, muestran cuales son los aspectos más importantes en los cuales el exportador debe dirigir su esfuerzo, además de identificar a los competidores potenciales dentro del mercado internacional. También es una herramienta que sirve para poder equilibrar los requisitos de cada mercado en el que se presente la oportunidad de operar y exportar. (Navarro & Paniagua, 2019)

Se define como una actividad importante para el comercio internacional, como base fundamental el comercio entre dos países o más, utilizando bienes o servicios fuera de su territorio de procedencia. Esta actividad representa oportunidades además de riesgos durante el desarrollo de sus actividades dentro de la economía global. (Portugal, 2022)

Para la presente investigación tomaremos como base la investigación de Navarro y Paniagua de 2019, puesto que el fin principal es poder evaluar todos los aspectos del mercado

para las exportaciones de pitahaya peruanas. Así como también mostrar los requisitos que debemos cumplir.

2.2.2 Ruta Exportadora

La ruta exportadora funciona como una herramienta para la promoción de las exportaciones, buscando mejorar las capacidades de competitividad de las empresas exportadores. Esto se busca lograr entregando herramientas y elemento para cultivar una diferenciación, también incluye el dotarlas de capacidades de gestión empresarial. Esto destinado a apoyar la incursión, gestión y proceso de internacionalización. (Paredes, 2015)

Consiste en una serie de actividades a realizarse antes de la salida legal de productos desde un país. Esto incluye seguir diversos trámites y emitir ciertos documentos. Esto es apoyado por diversas entidades que apoyan el comercio internacional y la emisión de los mismos documentos en el país de origen. (SUBREI, 2022)

Por otro lado, la ruta consiste a su vez, en una serie de análisis y pasos a realizar por parte de un empresario que desee comenzar a participar dentro de los negocios internacionales. Presenta también una serie de procedimientos, requisitos e instrumentos que le permitirán progresar en su identificación de mercados potenciales. Las actividades que identifican son: identificación del potencial exportador, el producto a exportar, la demanda del mismo, costos totales de la exportación y conocer las herramientas de promoción. (Colombia Trade, 2022)

Se tomará como referencia la información brindada por Colombia Trade, puesto que se busca ser lo más específico con respecto a los requisitos y pasos a seguir con respecto a un nuevo mercado y la información debe ser lo más accesible y entendible.

2.2.3 Estudio de mercado

Un estudio de mercado consiste en una forma de contabilizar la cantidad de bienes o servicios que un determinado mercado estaría dispuesto a comprar. Esto permite resaltar los detalles más importantes de un producto o servicio a comercializar. El estudio permite el reconocimiento de las variables internas y externas de un mercado, las cuales son relevantes para la empresa en cuestión del entorno en el cual va a desarrollarse. Las variables internas están compuestas por: los clientes, la demanda, oferta, comercialización del producto, consumo y el precio del producto en cuestión. Las variables externas están conformadas por las otras empresas del rubro y productos sustitutos, las tendencias de gustos y consumos y las condiciones del país. Este estudio se realiza recopilando información de fuentes primarias.

(Moya, n.d.)

El estudio también permite la identificación de la mejor forma de llevar un producto al grupo de personas específica, basándose en el momento, precio adecuado y el enfoque publicitario adecuado. Este clase de informe permite entregar a la organización la información pertinente para la adecuación de diferentes estrategias como la de marketing con las 4P's.

(Vargas, 2017)

Un estudio de mercado realizado de la manera correcta, permite conocer y determinar de manera cuantitativa y cualitativa elementos como: el capital inicial requerido para el arranque del proyecto, la oferta y demanda a la que el producto o servicio está expuesta, los

requisitos del aspecto administrativo y de gestión y otros aspectos propios del arranque de un proyecto. (Alderete & Rodríguez, 2016)

Un estudio de mercado consiste en un grupo de acciones de cada organización que tienen como objetivo encontrar y recolectar información sobre un determinado segmento de mercado. Permitiendo así el conocimiento en profundidad del mercado seleccionado. (D. Da Silva, 2021)

El fin del estudio de mercado, consiste en validar la rentabilidad que podría tener un mercado en cuestión de ingresos, también puede llegar a mostrar tanto los beneficios de una implementación, así como mostrar los futuros de una inversión. (Ferrer, 2021)

La referencia para el desarrollo del trabajo será el trabajo de Moya, puesto que puede dar un poco más de alcance para trabajar el tema del arranque del proyecto. Además de evaluar puntos importantes dentro del mercado de Noruega para un nuevo producto a ingresar.

2.2.4 Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos están pensados en el mediano y largo plazo, con el fin de lograr la misión establecida a través de los resultados obtenidos por la institución. (Andia, 2016)

El desarrollo de estos objetivos es a un nivel estratégico en un determinado periodo de tiempo, determinando la importancia de la estrategia organizacional establecida. Pueden estar basados en la visión, misión o valores de cada organización. (Roncancio, 2018)

2.2.5 Segmentación de mercado

Los mercados muchas veces son extensos y no pueden ser cubiertos en su totalidad, es por esto que las estrategias de segmentación buscan que cada empresa conozca el comportamiento de su público con respecto a temas de consumo y necesidades. Ayudando así a conseguir y definir un mercado objetivo. (Peiro, 2015)

Dividir el mercado en diferentes grupos de compradores (segmentos) que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos y que pueden necesitar diferentes productos o programas de marketing. (Armstrong & Kotler, 2013)

La segmentación del mercado, también conocida como segmentación de clientes o segmentación de audiencias, es un método para dividir a los clientes potenciales en diferentes grupos, lo que permite a las empresas enviar mensajes personalizados a las audiencias adecuadas. Como concepto general, la orientación se puede dividir en otras categorías amplias, como la orientación regional, o categorías más específicas, como la orientación por edad. Usando tales técnicas, las campañas de marketing son más efectivas porque influyen en las personas adecuadas con contenido adaptado a ellas. (Castillo, 2018)

Para el trabajo se usará la definición de Castillo, puesto que al tratarse de un producto con cierto carácter de premium, se requiere un acercamiento al segmento de mercado en Noruega que esté dispuesto a comprar y consumir la pitahaya.

2.2.6 Análisis interno

Dentro de la empresa el análisis interno consiste en establecer el estado actual de todos los factores internos, que comprenden las capacidades y recursos que son utilizados para desarrollar o mantener la ventaja competitiva de cada empresa. (Quiroa, 2020)

Guerras & Navas (2007) como se citó en Arellano, (2019) se define como el análisis interno aquel que evalúa los puntos débiles y fuerte de cada empresa, con el fin de llevar a cabo una evaluación para establecer tanto el potencial como la estrategia ideal para cada empresa.

Se considerará lo planteado por Quiroa, puesto que se establece todo lo que afecte a la capacidad de uso o desarrollo de una actividad. Para realizar este análisis interno se tomará en cuenta los siguientes factores: Primero recolección de información de diversas fuentes nacionales e internacionales. Segundo, identificar los recursos y capacidades para cultivo y exportación. Tercero, analizar las fortalezas y debilidades del producto en cuestión. Cuarto, presentar conclusiones de la investigación.

2.2.7 Análisis externo

El análisis externo es aquel que ayuda a una empresa a identificar y evaluar todos los factores externos como acontecimientos, situaciones y tendencias que afectan a su desempeño, y que no puede controlar. (Quiroa, 2020)

Guerras & Navas, 2007, como se citó en Arellano, (2019): "La empresa no es una organización aislada, sino que interactúa permanentemente con su entorno, el cual le plantea una serie de retos a los que hay que responder como consecuencia de las oportunidades y amenazas. Además, se trata de investigar el marco conceptual en donde la empresa tendrá su actividad empresarial".

En este caso, también se tomará lo expuesto por Quiroa, puesto que, las tendencias e intereses del consumidor noruego, están fuera de nuestro alcance y el conocimiento de las mismas es importante para el desarrollo de estrategias dentro del plan de exportación. Para realizar este análisis se llevarán a cabo los siguientes pasos: Identificar factores externos, investigación de mercado, análisis de la competencia, evaluación de los factores económicos, tendencias sociales y culturales, así como un análisis de las oportunidades y amenazas.

2.2.8 Ventaja competitiva

La ventaja competitiva se entiende como aquel conjunto de factores, capacidades, instrumentos y talento humano, que permite a la empresa sobresalir dentro de un mercado y puede ser mantenida a través del tiempo y representa un beneficio para la empresa. (Ráez, Jiménez, Buitrago 2021)

La ventaja competitiva hace referencia a un proceso o instrumento para la acumulación de factores relacionados a la producción. Es una ventaja que se gana o se pierde en función a las acciones y estrategias que realicen cada una de las empresas. (Garcés & Pancea, 2019)

2.2.9 Ventaja comparativa

La ventaja comparativa se explica como la situación en la cual dos países pueden producir un bien sin tener una ventaja absoluta, no obstante, pueden especializarse en un solo producto por tener costos menores en su producción en comparación con el otro país en cuestión. (Ráez, Jiménez, Buitrago 2021)

La ventaja comparativa se da entre dos o más países por la obtención o posesión de factores que afecten de manera directa la producción. Algunos de estos son mano de obra, la

geografía y el grado de especialización que logren los diferentes sectores productivos al momento de usar determinada cantidad de recursos para la fabricación de dichos productos. (Garcés y Pancea, 2019)

2.2.10 Ventaja absoluta

Para que un país tenga una ventaja absoluta en la producción sobre un producto debe poder fabricarlo con menos recursos que sus vecinos o competencia, para esto deberá especializarse en todo lo que incluye su producción. Esto se traduce en, si un país requiere menos recursos para un producto A deberá especializarse en ese producto, mientras que el país que requiere menos recursos para el producto B deberá tenerlo como prioridad. (Ráez, Jiménez, Buitrago 2021)

La ventaja absoluta hace referencia a que un país es superior en la producción de un bien o servicio en comparación con otro. Esto se puede observar en la calidad ofrecida con un menor coste en su producción. Los factores que benefician la producción son tecnología, tiempo de manufactura, capital invertido y el factor humano. (Javier Sánchez, 2020)

2.2.11 Mercado meta

El análisis del mercado meta significa que la empresa ha evaluado bajo una serie de criterios y ha decidido que segmento serán a los que enfoque su esfuerzo, los cuales consistirán en otorgar valor al cliente y hacerlo sostenible a través del tiempo. (Armstrong & Kotler, 2013)

2.2.12 Análisis PESTEL

El análisis PESTEL funciona como una manera de describir la situación actual del entorno de la empresa, tomando en cuenta todos los factores externos que tienen una influencia en la misma. Estos son factores son: Políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales. Su principal objetivo radica en poder realizar una proyección estratégica acerca de los riesgos y oportunidades para la empresa y negocio. (Betancourt, 2019)

2.2.13 Pitahaya

2.2.13.1 Características.

Como se citó a Bauer (2003) en (Verona et al., 2020) la familia de la pitahaya es la Cactaceae con los géneros de *Hylocereus* y *Selenicereus*, mientras que las variedades más cultivadas corresponden a la variedad *Hylocereus* (pitahaya roja con pulpa roja o blanca). Las principales características como planta radican en que es perenne, es decir no requiere volver a ser plantado después de entregar frutos; epífita, puede crecer pegada a un árbol u otra planta; carnosa, presenta una textura particular. La pulpa de la pitahaya se caracteriza por ser jugosa y de textura carnosa, las semillas de la fruta están incrustadas en la pulpa, dándole otra textura al ser ingerida.

2.2.13.2 Beneficios.

Delgado (2015) indica sobre la pitahaya, que es un laxante natural, además de ser un regulador del nivel de azúcar presente en la sangre, apoya a superar la retención de líquidos, baja en nivel de calorías, eficaz como manera de prevención de la anemia y apoya en la prevención y eliminación de los cálculos renales. También apoya con la reducción del riesgo

de infarto y accidente cerebro vascular, combate la gripe, formulación de defensas internas del cuerpo, elimina el colesterol, entre otros beneficios.

2.2.13.3 Presentación.

La pitahaya tiene una forma ovalada, ligeramente redonda con un diámetro que ronda los 11 centímetros. La cascara presenta orejas escamosas con una textura carnosa. (Delgado, 2015)

La presentación de esta fruta está variada según el mercado y zona geográfica, así como las necesidades del consumidor. En los mercados analizados por (Carrera, 2011) identifica una gran variedad de oferta de pitahaya fresca vendida por unidades y kilos, no obstante agrega también que el público desea el fruto procesado ya sea como: Pulpa, néctar, almíbar y mermelada.

2.2.13.4 Cultivo.

La forma de propagación de la pitahaya es a través de semillas o del crecimiento de la misma planta. Las semillas contienen una gran parte de la información genética, las cuales pueden contener las características deseables relacionadas al genotipo, rendimiento, apariencia, color de pulpa y la adaptación a condiciones climáticas. (Verona et al., 2020)

El cultivo de pitahaya está expuesto a un gran número de insectos, 40 diferentes tipos de insectos están presentes y afectan el cultivo de pitahaya.

A nivel internacional, los principales productores de Pitahaya son países del sudeste asiático como China, Vietnam e Indonesia con un casi el total de la producción internacional, alcanzado niveles del noventa por ciento. Teniendo a su vez a los mercados asiáticos y

Estados Unidos como los mayores consumidores. (Unidad de Inteligencia Comercial del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego de Perú, 2021a).

En la región, los dos principales productores de pitahaya son Colombia y Ecuador. El país cafetero promueve el cultivo de la pitahaya amarilla con una estacionalidad de febrero a abril y de octubre a noviembre. Por otro lado, Ecuador presenta condiciones climatológicas aptas para el cultivo de pitahaya tanto en su variedad roja como amarilla. (Unidad de Inteligencia Comercial del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego de Perú, 2021a)

2.2.13.5 Tendencias.

La oferta se está quedando atrás en cuestión de la demanda de países no asiáticos. Dicha situación genera que el precio sea bastante elevado en los pocos establecimientos, la baja de los precios estará directamente ligada al aumento de disponibilidad de la fruta. (Méndez, 2020)

2.2.13.6 Comercio de pitahaya.

En el comercio internacional la pitahaya es considerada una fruta exótica. Después de la pandemia por COVID-19, se ha tenido múltiples cambios en las importaciones y exportaciones. Con respecto a las importaciones en 2022, en primer lugar está China con un total de 1.3 billones, seguido por Estados Unidos con 306 millones; en tercer lugar, Países Bajos con 281.5 millones. Los principales exportadores son: Países Bajos con 292.4 millones, China con 202.2 millones y Egipto con 135.5 millones. Tanto las exportaciones como importaciones han sufrido grandes cambios entre 2021 y 2022. Las exportaciones de pitahaya han bajado un 65.6% en valor, dando un total de 1.52 billones en 2022. Mientras que, las

importaciones han bajado un 27.77% de valor, dando un saldo de 2.98 billones en 2022. (Tridge, 2022)

2.2.13.7 Oportunidades.

Las oportunidades de la pitahaya responden principalmente a la tendencia mundial de consumo, el alto valor comercial, el cultivo cotizado al alza, en el caso de Perú el cultivo durante todo el año por los microclimas, rentabilidad, desarrollo regional. (Unidad de Inteligencia Comercial del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego de Perú, 2021b)

2.2.14 Mercado de Noruega

2.2.14.1 Datos país.

Noruega es conocida oficialmente como Reino de Noruega con capital en Oslo, para el año 2020 contaba con 5.367.580 habitantes, la superficie es de 385.186 km², el idioma oficial es el noruego incluyendo también el sami hablado en el norte del país. (Oficina de información diplomática, 2022b)

No forma parte de la unión europea más sí de la Asociación Europea de Libre Comercio con su nombre en inglés European Free Trade Association (EFTA) esta información obtenida del portal de Asociación Europea de Libre Comercio, (2021).

Como lo expresa la ficha País de la Oficina de información diplomática (2021), Noruega es un país abierto en gran medida a la comunidad internacional. El Reino de Noruega forma parte de la EFTA OSCE, CICR, IMF, ILO, Consejo Nórdico, Consejo Ártico,

OCDE, Consejo de Europa y ESA además de contar con varias agencias especializadas, naciones unidas, y bancos.

La agricultura en Noruega como lo expresa el Departamento de Inteligencia de Mercados de PROMPERÚ (2019), es un sector pequeño, únicamente teniendo el 2.1% de la población económicamente activa. Se agrega también que el sector recibe una gran cantidad de ayuda financiera, aspecto que está siendo reducido por el gobierno. Por lo cual no se da abasto para solventar una demanda nacional. De la misma manera la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (2018) en un estudio sobre este tipo de productos afirma que existe un mayor interés por parte de los ciudadanos noruegos en los aspectos del cuidado de salud a través del consumo de alimento y bebidas saludables y beneficiosas para la salud.

2.2.14.2 Empleo.

La tasa de desempleo en Noruega ha sido históricamente baja, con un aumento durante 2020, pero con posteriores reducciones. El mercado del empleo es robusto y estable con una constante necesidad de demanda de nuevos elementos para cubrir diversas plazas en el sector industrial. Esto ocasiona que el mercado solicite constantemente trabajadores calificados. A su vez, la población activa asciende a 2.9 millones un 71% de la población de Noruega, con un gran problema laboral, el cual es el ausentismo. (España Exportación e Inversiones (ICEX), 2022)

2.2.14.3 Inflación.

La inflación en Noruega está directamente ligada a la relación entre el precio de la corona y el precio del petróleo. Es decir, si el precio del petróleo está al alza, la corona

noruega se fortalece, sube. Pasa lo mismo con una baja en el precio del petróleo, produce un debilitamiento en la corona. Las proyecciones y esfuerzos del Banco Central Noruego para fijar la inflación en 2%, no obstante la coyuntura de 2020 a 2022 ha ocasionado que se fije una tasa de interés en 0.75%. (España Exportación e Inversiones (ICEX), 2022)

2.2.14.4 Mercado.

Como lo establece Ministerio de Relaciones Exteriores de Noruega (2022), Noruega presenta una ventaja competitiva basada en los recursos naturales como petróleo y productos del mar. Siendo los derivados industriales los principales productos de exportación. Con respecto a su mar territorial, está presente el 40% de su valor creado y el 70% de productos exportados.

Estableciendo de esa manera un mercado principalmente enfocado a la industria marina y a derivados del petróleo y gas. Para el lado de la agricultura según lo recopilado en cifras del Banco Mundial (2021) la aportación del sector agrícola en 2020 fue de 1.878% de un PIB total de 362,522 millones de dólares estadounidenses.

Sin embargo, el mercado noruego puede llegar a ser un desafío para varios exportadores como lo expresa el informe “El mercado de las frutas tropicales en Noruega” de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Oslo (2020): “El mercado noruego se caracteriza por ser especialmente proteccionista, impone barreras arancelarias para la protección de la producción nacional. No obstante, estas barreras se caracterizan por ser estacionales, esto es, cuando el país tiene producción propia de fruta aumenta la carga

arancelaria a las importaciones. Sin embargo, ésta misma se reduce o incluso llega a desaparecer cuando la producción interna es mínima o es inexistente”.

Más según el acuerdo entre Perú y Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA) sobre temas de comercio firmado en el año 2011, en el acuerdo sobre agricultura entre Perú – Noruega en el Anexo 2 titulado: “Concesiones de Noruega para Perú”, se establece que la partida arancelaria 08.10.9090 – Otros donde se encuentra la pitahaya en el código noruego, tiene una concesión de entrada libre.

Con respecto a la pitahaya, el mercado noruego tiene una fuerte tendencia al consumo de esta fruta. Ha mantenido una importación constante de pitahaya desde 2015, teniendo importaciones de fruta fresca, así como procesada (cubos, snacks y mermeladas). Estas exportaciones provienen de la India y Vietnam según el registro de Volza (2023), lo que indicaría el consumo de las dos presentaciones de pitahaya. En este caso, la pitahaya fresca puede ser importada por la partida arancelaria 08.10.90.90, mientras que la pitahaya con valor añadido, es importada con la partida 20.08.99.

2.2.14.5 Acuerdo de libre comercio entre Perú y EFTA.

La European Free Trade Association (EFTA) por sus siglas en inglés, conformada por Suiza, Liechtenstein, Noruega e Islandia, firmó un acuerdo con Perú el 24 de junio de 2010, entrando en vigencia entre 2011 y 2012. Permite la exportación de productos peruanos hacia los países en cuestión, así como importaciones hacia Perú. Se establecen a su vez, facilidades para poder realizar transacciones internacionales compartiendo información, además de, estandarizar procedimientos y requerimientos. En este marco se firma también un acuerdo sobre agricultura entre Perú y Noruega. En donde, el Anexo 2 titulado: “Concesiones de

Noruega para Perú”, se establece que la partida arancelaria 08.10.9090 – Otros donde se encuentra la pitahaya en el código noruego, tiene una concesión de entrada libre, es decir no debe pagar aranceles en Noruega al momento de su importación.

2.2.14.6 Relevancia.

En el artículo escrito por Kees (2018) titulado Noruega: Mercado estable de importación de frutas y hortalizas frescas, se indica que el país nórdicos es pequeño en cuestiones de importación de fruta y hortalizas frescas, siendo España y Países Bajos los dos principales exportadores de dichos elementos a Noruega.

Según el portal Statista (2021) el consumo por persona de fruta en el país nórdico ha estado desde 2010 por encima de los 80 kilos, siendo el máximo histórico de 91.7 en 2014, mientras que para el 2020 el consumo fue de 85 kilos. Lo cual muestra el amplio consumo de su población en este sector.

2.2.15 Términos de comercio exterior

2.2.15.1 Oferta.

La oferta está marcada principalmente por la situación en la que se encuentran las empresas y los términos en los que desan producir y poner a la venta sus productos. La oferta tiene una distinción de términos, siendo ofrecer es la intención de realizar una venta, mientras que vender es la realidad del movimiento de mercancías o servicios. Una oferta estaría constituida por las intenciones de vender de los productos de un determinado bien o servicio. Puede ser calculada utilizando una tabla de oferta, la cual indica que para un determinado precio, la cantidad que los productores estarían dispuestos a vender o producir. Un menor

precio ocasiona que los productores no cubran costos y por ende no reciban utilidades, un precio mayor ocasiona una mayor producción del servicio puesto que la utilidad es mucho mayor por cada producto vendido. Esto es traducido en lo que se denomina ley de la oferta, estableciendo una relación directamente proporcional entre el precio y cantidad. (Mochón, 2012)

2.2.15.2 Demanda

La demanda es la forma de cuantificar e identificar que producto y en qué cantidad un consumidor desea adquirir. Demandar significa tener una intención de comprar, mientras que comprar es completar todo el proceso de adquisición. Al igual que con la oferta, la demanda se puede establecer en una tabla, donde a un determinado precio un consumidor está dispuesto a comprar una cantidad de productos. Esto se traduce en la ley de la demanda, donde de manera inversamente proporcional trabaja tanto precio como cantidad, a un menor precio mayor será la cantidad de productos o servicios que un usuario esté dispuesto a comprar. (Mochón, 2012)

2.2.15.3 Exportación.

El concepto más utilizado para definir la exportación proviene de Hill (2011), el cual indica que: “Exportación es la venta de productos o servicios producidos en un país a los residentes de otro país”. Por otro lado, para Leonidou et al. (2010) consiste en la comercialización de productos o servicios destinado a mercados extranjeros, empleando todas las capacidades y conocimientos en el país de origen.

Para la SUNAT, la exportación es aquel régimen aduanero que facilita la salida de mercancías nacionales o que han sido nacionalizadas, para su consumo o mejora en el exterior. No presenta un régimen tributario en el país y está sujeta únicamente a los pagos a realizarse por el transporte utilizado y las tarifas del mismo. A su vez, la SUNAT efectuará controles a todas las actividades adheridas a este régimen, con el fin de garantizar el cumplimiento de toda la normativa vigente en territorio Peruano. (Orientación Aduanera, n.d.-b)

Se tomará como referencia lo indicado por la SUNAT, puesto que el conocimiento del régimen y sus requisitos permitirán completar la exportación sin presentar complicaciones o inconvenientes por la superintendencia.

2.2.15.4 FOB.

Sánchez (2019) señala que el incoterm FOB (free on board) funciona en el ámbito de la compraventa, asignando a la parte vendedora todas las responsabilidades y costos desde el punto de origen hasta su entrega al buque de transporte. En esa misma línea de pensamiento, la Cámara de Comercio de Bogotá (2008), indica que este incoterm requiere que sea el vendedor el cual se encargue de todos los procesos administrativos en cuestión de exportaciones.

El incoterm FOB es de los más usados en el comercio internacional al momento de tratarse de exportaciones marítimas. El entendimiento del incoterm y sus responsabilidades de como exportador es fundamental para lograr acuerdos con clientes en el mercado de destino, así como para planificar costos de la exportación.

2.2.15.5 CIF.

Sobre este Incoterm Sanchez (2019) escribe que el incoterm CIF (cost, insurance and freight) se refiere a una compraventa internacional similar al FOB, no obstante, se le agrega las responsabilidades hasta la llega al puerto de destino, es decir seguro y flete. En concordancia a ello, la Cámara de Comercio de Bogotá (2008), explica que el CIF requiere que sea el exportadora el responsable del despacho aduanero y la transferencia a bordo del buque.

De igual manera que el anterior incoterm, ciertas operaciones pueden trabajarse con el incoterm CIF, que es otra opción para poder hacer negocios. Como lo indica la Cámara de Comercio de Bogotá, se hace responsable de todos los gastos incluido el flete. Por lo que, trabajar con este tipo de incoterm requiere un mayor presupuesto.

2.2.15.6 Arancel.

El Ministerio de Economía y Finanzas (2020) establece que el arancel consiste en un impuesto aplicable a todos los bienes importados en territorio nacional o los que salen del mismo. Generalmente aplicado en las mercancías entrantes al país. Como es el caso de Perú y la gran mayoría de países no hay impuestos a la exportación.

La aplicación excesiva de una medida arancelaria afecta la dinámica del comercio internacional, en la actualidad se puede ver múltiples de estos efectos en diversos sectores económicos y empresas con operaciones en diferentes países. (Baena, 2018)

Se tomará lo indicado por el MEF, puesto que el conocimiento de los aranceles es importante para el momento de pagar los impuestos tanto en Perú como Noruega. Además de

según el TLC saber identificar cual es la partida arancelaria correcta para clasificar la exportación.

2.2.15.7 Balanza de pagos.

Puede ser definida como: “La balanza de pagos es el instrumento financiero que registra los ingresos y egresos en divisas de las operaciones que se realizan en el mercado, [...]”. (Murillo, 2021). Se hace referencia a que todo lo registrado en la balanza por cuenta corriente corresponde a las transacciones de bienes y servicios tanto en importación o exportación.

El entendimiento y comprensión de la balanza de pagos radica en su utilidad para comprender la capacidad de un país, y el movimiento de dinero dentro del mismo. Así mismo, conocer exactamente la situación financiera y estabilidad del país, en este caso Noruega.

2.2.15.8 Producto bruto interno.

Para el IPE, el PBI puede definirse como: “[...] el valor de los bienes y servicios finales producidos durante un período de tiempo en un territorio”. (Instituto Peruano de Economía, 2021).

EL PBI es importante para conocer el tamaño de una economía y su nivel de crecimiento económico. Dichos datos nos ayudan a comprender como se comporta la economía en cuestión, así como puntos fuertes y débiles en un análisis por sectores.

2.2.15.9 Barrera no arancelaria.

Una barrera no arancelaria o medida no arancelaria es toda aquella política, requisitos y demás funciones impuestas por un gobierno, diferentes a un arancel que puedan afectar la

libre circulación de bienes y servicios entre dos o más países. A su vez, los acuerdos de libre comercio y países adheridos a la OMC tienen como compromiso la disminución progresiva de dichas barreras al comercio internacional. (Baena, 2018)

En este caso las barreras no arancelarias, podrían suponer ciertos requerimientos adicionales a cumplir o tener en cuenta en el momento de la exportación. El análisis y exposición de dichas barreras es importante para poder mostrar un resultado lo más apegado a la realidad.

2.2.15.10 Tratado de libre comercio.

Un tratado de libre comercio por su abreviación TLC es un acuerdo de carácter legal, entre dos o más partes con carácter vinculante, es decir genera una serie de obligaciones para todas las partes involucradas. Su objetivo es fomentar y facilitar el acceso de bienes y servicios, mejorar la predisposición de la inversión privada, además de generar un marco legal con reglas estables para el flujo de comercio de bienes, servicios e inversiones entre las naciones firmantes. A su vez, el tratado incluye temas económicos institucionales, protección de propiedad intelectual, normativa laboral, protección del medio ambiente y otros que sean materia de operación entre las partes. Todo esto para facilitar la apertura del proceso de apertura comercial, sin dejar desprotegida a la industria nacional. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, n.d.-b)

El tratado de libre comercio, es el principal instrumento para poder plantear la exportación desde un país hacia otro. Puesto que, en dicho acuerdo, se establece la posibilidad de trabajar con aranceles cero y con armonización de documentación aduanera. Por lo que el conocimiento de los detalles y ventajas del TLC, son fundamentales para poder exponer todo el potencial del acuerdo y su exportación.

2.2.15.11 Certificado fitosanitario.

El certificado fitosanitario es elaborado con la finalidad de indicar que plantas, derivados vegetales y otros productos reglamentados cumplen con los requisitos fitosanitarios en el marco de un acuerdo de libre comercio. Todo aquel certificado emitido debe cumplir con la información básica solicitada por la entidad correspondiente en el país de destino y ser expedido con ese fin, además deberá estar debidamente validado por la entidad correspondiente en el país exportador. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, n.d.)

Este certificado en Perú es emitido por el Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú, funciona como una prueba de que los productos en cuestión se adhieren a la normativa sanitaria vigente y no representan un riesgo de sanidad. Contar con el certificado es fundamental para evitar diferentes inconvenientes a lo largo de la exportación y al momento de desaduanar en destino.

2.2.15.12 Certificado de origen.

Es un certificado que acredita el cumplimiento de un producto de todos los requisitos de origen, en el marco de un acuerdo comercial o régimen en el que esté operando para su exportación. Dicho documento identifica la procedencia y naturaleza de la carga a ser exportada. Debe estar debidamente certificada por una entidad autorizada por el MINCETUR o por el mismo ministerio. Los formatos varían según el país a exportar y si se cuenta con un acuerdo de libre comercio. Hay destinos donde el propio exportador puede realizar su declaración de origen. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, n.d.-a)

En el caso de una exportación hacia Noruega, se usa los certificados EUR 1 el cual debe estar correctamente llenado, así como visado. Esto con el fin de que el importador en

destino, no tenga ningún problema al momento de desaduanar su carga una vez arribada a destino.

2.2.15.13 Packing List.

Es un documento de carácter comercial, usado también como un documento de control, acompañado generalmente de la factura comercial y del documento de transporte interno. Forma parte de los documentos a ser entregados a la entidad aduanera con el fin de acreditar el despacho aduanero. Funciona como un documento donde se registra toda la carga que el exportador está entregando para su exportación. (Logisber, 2018)

El documento funciona como una lista de carga y contenido, contiene un listado de todo la carga a exportar, incluye peso, numero de paquetes, presentación y medidas de las cajas o bultos. (iContainers, 2018)

Para este proyecto se tomará la definición de Logisber, puesto que el documento debe ser lo más formal y presentable tanto para los compradores noruegos como para las entidades peruanas. Un formato que cumpla con todas las especificaciones sería lo ideal.

2.2.15.14 Declaración aduanera de mercancías.

También conocida como DAM, consiste en la presentación de este documento con el fin de regularizar el régimen de exportación. La presentación de esta declaración incluye todos aquellos documentos que pide la entidad aduanera con el fin de sustentar la exportación realizada. La DAM es a su vez presentada por el despachador aduanero o por el mismo exportador, luego de esto será validada por el respectivo funcionario aduanero. (Orientación Aduanera, n.d)

En el presente plan de exportación, el conocimiento de la DAM y sus diferentes implicaciones, representan el cierre del proceso de exportación ante la entidad aduanera

peruana (SUNAT). Su correcto llenado permite la regularización de toda la exportación, evitando cualquier inconveniente legal o financiero.

Capítulo III: Desarrollo del Proyecto

3.1 Presentación del proyecto

El presente plan de exportación de pitahaya peruana hacia el mercado de Noruega en Europa, ha sido elaborado tomando en cuenta los siguientes puntos. En primer lugar, la revisión de las oportunidades de la pitahaya en los diferentes mercados por el posicionamiento en el cual está involucrada la fruta del dragón. En segundo lugar, el creciente interés por parte de diferentes sectores en Perú sobre la inversión en este sector agrícola. En tercer lugar, la oportunidad de competencia por parte de la pitahaya peruana en diferentes mercados con las oportunidades comerciales por los tratados de comercio internacional.

3.2 Mercado de destino

3.2.1 Mercados potenciales

En el ámbito extranjero, el ingreso de la pitahaya peruana al mercado internacional estará siempre influenciada por el principal productor en el que tanto Tridge (2022a) como Unidad de Inteligencia Comercial del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego de Perú (2021a) coinciden es Vietnam, seguido de China en lo que sería el mercado asiático. Regionalmente hablando, las dos principales economías exportadoras son Colombia y Ecuador. Tridge agrega también la presencia de Indonesia como un mercado emergente para la exportación. En su mismo reporte se agrega un productor que no cultiva pitahaya, sino agrega valor a la pitahaya fresca importada, es el caso de Países Bajos. Se presenta una lista de productos exportados con valor agregado como: Polvo de pitahaya, pitahaya congelada y snacks a base de pitahaya. En este mercado europeo también se presentan productos como bebidas y yogurt a base de pitahaya. (Unidad de Inteligencia Comercial del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego de Perú, 2021b)

Existe una gran variedad de mercados con creciente interés para la importación y consumo de pitahaya alrededor del mundo. En base a estadísticas e informes del gobierno. Algunos de los mercados con mayor potencial son Países Bajos, China y EEUU, por su amplio consumo y predisposición a la importación. (Unidad de Inteligencia Comercial del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego de Perú, 2021a). No obstante, en el presente trabajo estos mercados serán analizados pero no considerados para la selección final por la sobre saturación de exportadores hacia dichos países.

3.2.1.1 China.

El mercado asiático es en la actualidad el mayor consumidor de fruta del dragón. Según lo recopilado por Trademap (2023), para el año 2022 las importaciones chinas ascendían a \$ 511,58 millones. En el año 2023 se importó un total de \$316,21 millones. No obstante, el mercado ha sufrido cambios con respecto a las importaciones. Su principal proveedor es Vietnam cuyas exportaciones hacia China se han visto reducidas en los últimos años, esto por el aumento de la producción nacional china, que busca cubrir la demanda creciente de la población. Lo que ha llevado a Vietnam a exportar hacia otros destinos, entre los que destacan el sudeste asiático y Estados Unidos. (Unidad de Inteligencia Comercial del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego de Perú, 2021a).

Es importante, como lo indica la Plataforma de Información de la Industria Frutícola Chilena (2022), resaltar algunos aspectos y tendencias que el mercado chino ha cambiado en los últimos años

- Se tiene una preferencia por los productos frescos, disminuyendo en volumen los productos con valor agregado.
- Los consumidores y distribuidores prestan aún más atención a la calidad de la fruta importada.

- Altos costes y poca capacidad de carga internacional, principal consecuencia de la pandemia por Covid-19.

3.2.1.2 Estados Unidos.

Para 2022, \$ 306.31 millones era el monto importado para el mercado estadounidense, presentando un alza constante desde 2015 en cuestión de volumen y monto en dólares. (Tridge, 2022). La pitahaya está teniendo un gran crecimiento dentro del mercado, principalmente por la presencia de diversas comunidades de origen asiático, lo cual ha llevado a que muchos estadounidenses se interesen por la fruta. Llevando a comenzar la producción nacional en diferentes estados como Florida y California.

PROMPERÚ (2021) en su informe, señala las principales tendencias en el mercado de Estados Unidos:

- Los consumidores valoran en gran medida la transparencia de las marcas, buscando en ellas seguridad, fiabilidad y confianza.
- Transparencia en la cadena de suministro, mostrando la nutrición de los vegetales y suministros sostenibles.
- Interés por productos beneficiosos para la salud y ricos en vitaminas, además de poder adaptarse a los diferentes estilos de vida.

3.2.1.3 Países Bajos.

En 2022, las importaciones ascienden a \$281.5 millones de dólares traducido en 113.1 millones de kilogramos. Aunque el volumen importado ha mantenido un alza constante durante los últimos 3 años, el precio se ha visto reducido durante el último año. (Tridge,

2022). Esto sumado a que Países Bajos también representa un mercado exportador de pitahaya procesada.

Procolombia (2020) recopila las principales tendencias que afectan el consumo e interés de los compradores en el mercado en cuestión, identificando las siguientes:

- La generación de los millennials, impulsa el interés por frutas tropicales por su carácter saludable.
- Presentan mayor interés por la sostenibilidad de los productos, así como las certificaciones y la calidad de los mismos.
- Se debe limitar el uso de envases de plástico, así como presentar formatos sencillos de cara al público.
- La mayor parte de la fruta fresca es vista como una opción saludable y nutritiva, forma parte de desayunos, almuerzos y bocadillos.

3.2.1.4 Alemania.

Como primer mercado potencial tenemos a Alemania. Cuyas importaciones están en un crecimiento constante alcanzando los 143 millones de dólares en valor FOB importado para 2022, lo que se traduce en 54,34 millones de kilos de pitahaya fresca. Para 2023, se importó \$167,14 millones de dólares con 53,29 millones de kilos. Un aspecto importante del país europeo es la transformación de la fruta del dragón fresca en un producto con valor agregado para su posterior exportación. Principalmente se trata de pitahaya envasada. (Tridge, 2024b)

En el informe elaborado por La Oficina Económica y Comercial de España en & Düsseldorf (2022), se indica lo siguiente con respecto a las tendencias de consumo de frutas y hortalizas en Alemania:

- En 2021, más de 21 millones de alemanes consumían fruta de manera diaria.
- Excluyen productos con exceso de madurez, golpes o magulladuras.
- Prefieren la valoración en el lugar (tiendas y supermercados) que las compras online.
- Incremento del consumo de frutas tropicales y subtropicales.

Las oportunidades de este mercado radican en el aprovechamiento del tratado de libre comercio firmado entre Perú y la UE, de la cual, Alemania es parte. El tratado establece un arancel preferencial para los productos peruanos exportados hacia Alemania. Además, el consumidor alemán, está predispuesto al consumo y compra de productos relacionados a la mejora de la salud. (Departamento de Inteligencia de Mercados de PROMPERÚ, 2016)

3.2.1.5 Italia.

En el segundo puesto Italia, principalmente marcado por el consumo de frutas tropicales. Esto se debe a los contactos entre italianos y frutas tropicales durante los viajes, además de un mayor contacto dentro del mercado nacional por las diferentes inmigraciones de extranjeros, que han contribuido a un mayor acceso y presencia de frutas. (Procomer, 2022)

Según lo indicado por la Oficina Económica y Comercial de La Embajada de España en Milán (2022), en su reporte sobre la situación de frutas y hortalizas en Italia, se determina que:

- El consumidor italiano prefiere productos ricos en vitaminas y beneficiosos para la salud.
- Preocupación por la producción sostenible y la reducción del uso de plásticos.
- Creciente interés en la degustación de productos exóticos y novedosos en el mercado nacional.
- Punto medio entre canales tradicionales y canales en línea.

Las oportunidades comerciales radican de igual manera en el acuerdo de libre comercio firmado entre Perú y la Unión Europea, donde se dan preferencias arancelarias a muchos productos peruanos. El sector de alimentos está en constante crecimiento con una demanda mayor de productos. Ciertos productos con transformación en el primer nivel o básica son ampliamente recibidos en Italia. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2019)

3.2.1.6 Noruega.

En el tercer lugar Noruega, el país ubicado al norte de Europa presenta amplias posibilidades para el comercio internacional. Pese a las barreras comerciales que Noruega establece para la protección de fruta, durante varios periodos del año el ingreso de la fruta es facilitado en el país. La principal ventaja para la exportación radica en el TLC Perú-EFTA. (ICEX, 2020)

Las importaciones de pitahaya de Noruega ascendieron a 2021 a \$ 12,34 millones es decir 3,4 millones de kilos. En 2022 se importó un total de \$ 11,27 millones equivalente a 3,12 millones de kilos, siendo una reducción del 9% en comparación a 2021. Finalmente, para 2023 se importó \$ 12,08 millones de dólares, con un total de 3,07 millones de kilos de pitahaya fresca, lo cual es un crecimiento del 7% en comparación a 2022. (Tridge, 2024a)

Las tendencias del consumidor están marcadas por:

- Información constante de los consumidores antes de realizar la compra, principalmente por canales digitales.
- Los consumidores noruegos tienen un amplio sentido patriota, lo que los lleva a escoger productos nacionales.
- El precio no es un favor disuasorio para el consumidor noruego.

Las oportunidades del mercado noruego radican en el acuerdo entre Perú y la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) o EFTA por sus siglas en inglés. Además del acuerdo bilateral sobre agricultura en Perú y el reino de Noruega. Estos acuerdos permiten el tratamiento arancelario preferencial de los productos peruanos exportados, así como una estandarización de la documentación. (Departamento de Inteligencia de Mercados de PROMPERÚ, 2019)

3.2.2 Selección del mercado de destino

Para seleccionar nuestro mercado utilizaremos algunos criterios objetivos como consumo per cápita de fruta

Tabla 1

Matriz de selección de mercado

Criterios de selección	Consumo per cápita de fruta (KG)		Crecimiento del sector alimentos		Porcentaje de importaciones peruanas		Inflación anual 2023		TOTAL
		Nota		Nota		Nota		Nota	
Alemania	69.5	1	5.83%	3	0.07%	1	3.70%	2	7
Italia	160	3	5.33%	2	0.11%	2	5.90%	1	8
Noruega	75	2	4.15%	1	0.20%	3	2.60%	3	9

Nota: Elaboración propia. Fuente: OEC (2024)

El presente plan de exportación tendrá como mercado de destino al país de Noruega. El país nórdico es un mercado europeo de difícil acceso, tanto geográficamente como en los aspectos legales y documentarios para la importación de fruta fresca. Es el sexto país más grande de Europa, pero con una población pequeña en comparación al tamaño de su territorio 14.2 habitantes por kilómetro cuadrado. En Noruega el sector de agricultura es bastante reducido, representando únicamente el 0,78% del PBI en 2021. Mientras que los sectores

industriales, extracción de petróleo y gas son los principales indicadores. (Oficina de información diplomática, 2022a)

Este mercado está caracterizado por lo siguiente:

- Tendencias de consumo de frutas y productos relacionados al cuidado de la salud.
- Centralización de movimiento en la capital Oslo, pero con potenciales mercados en ciudades cercanas.
- Accesibilidad vía tratado de libre comercio con EFTA y acuerdos comerciales con el Reino de Noruega.
- La conciencia del consumidor noruego sobre los productos que tiene intención de comprar.

3.2.2.1 Análisis de la balanza comercial de Noruega

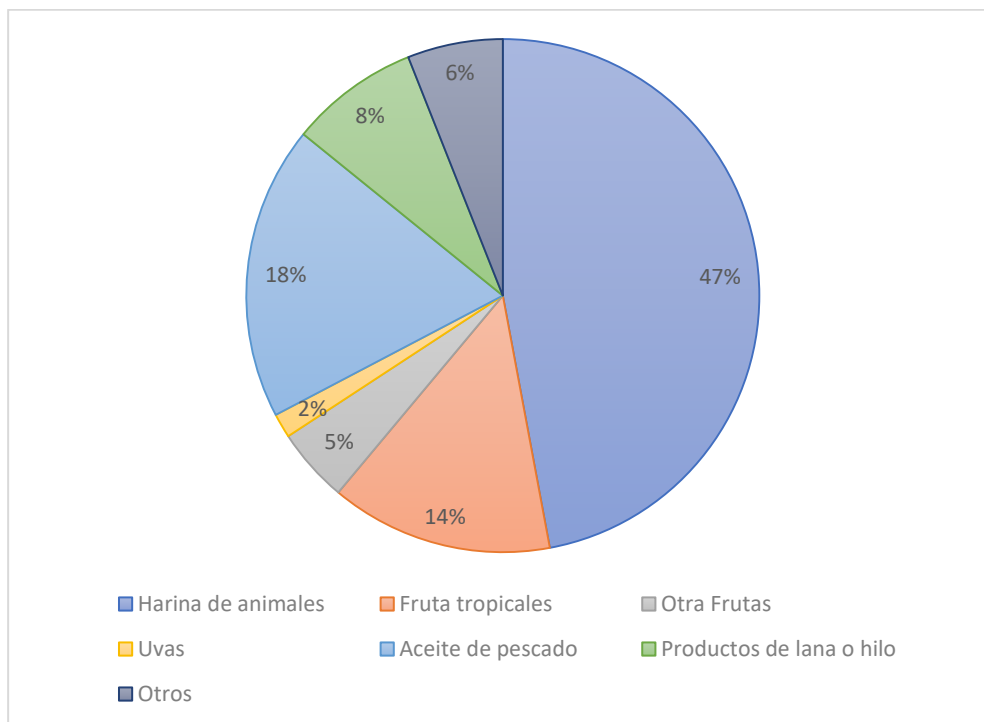
Para 2022 las exportaciones peruanas hacia Noruega ascendieron a 59 millones de dólares, mientras que las importaciones noruegas fueron de 35 millones de dólares. Para el 2023 las exportaciones fueron de 43 millones de dólares y las importaciones sumaron un total de 26 millones de dólares. Lo que da una contracción del 27.1% en las exportaciones y un 24.4% en las importaciones. Dando una balanza comercial de 24 millones a favor en 2022 y 17 millones en 2023.

Si bien se trata de una contracción comercial importante, en cuanto al valor, esto se debe principalmente a la reducción del precio de algunos elementos importantes en el comercio como serían minerales como el oro, plata y cobre, a esto se le suma la reducción de la demanda de productos como el aceite de pescado y el café. No obstante, los hilados de lana y pelo fino y los productos frescos han tenido un crecimiento exponencial tanto en valor como en cantidad, siendo los principales productos las uvas, mangos y mandarinas al país nórdico.

Por lo que, el crecimiento de las exportaciones de frescos se ven alentadas por la demanda y tendencias del mercado para las frutas. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2024)

Figura 1

Exportaciones peruanas a Noruega durante 2023



Fuente: OEC (2024). Elaboración Propia

3.3 Presentación del producto

3.3.1 Pitahaya

El producto a exportar consiste en Pitahaya fresca, almacenada en un contenedor de 40 pies refrigerado a una temperatura de 7 grados centígrados.

La pitahaya es una fruta de origen tropical (Centroamérica y el sudeste asiático), que ha mostrado tener amplios beneficios para la salud humana. Verona et al., (2020) y Esquivel & Araya (2012). Los principales beneficios radican en:

- Reforzamiento de sistema inmunológico
- Apoyo al sistema digestivo
- Regulador natural de los niveles de azúcar en la sangre
- Tener propiedades antioxidantes y prebióticas

A continuación, se presentan las dos variantes de pitahaya que son cultivadas en su actualidad en el territorio peruano.

Figura 2

*Imagen de la Pitahaya roja *Hylocereus undatus**



Nota: Adaptado de Pitahaya roja (Fruta del dragón rosa) [Fotografía], por Maroc Zeferino, 2021, Unsplash (https://unsplash.com/es/fotos/kRSV7C1TL_4)

Figura 3

*Imagen de la Pitahaya amarilla *Selenicereus megalanthus**



Nota: Adaptado de Pitahaya Amarilla (Fruta del dragón amarilla) [Fotografía], por David Martin, 2019, Unsplash (<https://unsplash.com/es/fotos/gLyTF4QIoqk>)

La pitahaya o fruta del dragón (dragon fruit) es cultivada generalmente en países subtropicales y tropicales, es decir en países centroamericanos y asiáticos. Actualmente se manejan dos tipos de la fruta, la variante roja y la amarilla. La pitahaya roja también conocida como *Hylocereus undatus* y *Hylocereus costaricensis*, su diferencia radica en que la variedad *undatus* tiene pulpa color blanco, mientras que la *costaricensis* presenta una pulpa de color rojo. En el caso de la pitahaya con cascara amarilla, su nombre científico es *Selenicereus megalanthus*, su pulpa es de color blanco. (Pitahaya Enciclopedia Ilustrada, 2023)

A nivel internacional es considerada una fruta exótica, posicionada en el mercado por su sabor, forma y color. Los principales beneficios encontrados de la pitahaya radican en sus características biológicas, convirtiéndolo en una fruta baja en calorías con propiedades antioxidantes. En el consumo humano, la fruta del dragón ha demostrado ser útil para tratar problemáticas como la presión arterial, obesidad, control de diabetes, prevención del cáncer de colon y demás problemas estomacales (Verona et al., 2020). Sobre los tipos de pitahaya comercial (Jiménez et al., 2020) hacen una distinción sobre las variedades cultivadas por país, resaltando cualidades sobre procesos productivos y terrenos. La pitahaya amarilla es

mayormente cultivada en Colombia y Ecuador, mientras que la pitahaya roja, también en muchos casos considerada morada predomina en los países centroamericanos.

La fruta escamosa se ve también expuesta a plagas y demás problemas relacionados con insectos, dependiendo tanto de las variedades de color, como de las variedades nacionales y regionales. Siendo así afectadas por 40 diferentes tipos de insectos. Esto nos lleva a cuestionar, ¿cómo se adaptará la pitahaya al entorno peruano?. Sobre el cultivo un punto importante es el aspecto hídrico del fruto. En primer lugar Sánchez, Villareal y Torres han determinado que el proceso de preparación del suelo está dado por varios factores como la fruta eliminada, así como que la pitahaya no requiere un sistema de riego en lugares con precipitaciones constantes o altas durante la temporada de cultivo. (E. Sanchez et al., 2015). Pero, en contraposición tenemos a Oscar López y Alfonso Guido, que implementaron el uso de nitrógeno y fósforo con el fin de lograr una mejora en la producción. No obstante, dicha mejora únicamente se vio en cantidad producida, más los frutos de manera individual no se vieron afectados en tamaño. (López & Guido, 2016)

3.3.2 Presentación de pitahaya para exportar

El presente proyecto busca planificar y garantizar el movimiento internacional de pitahaya fresca, desde la región Arequipa hacia el puerto de Oslo en Noruega. Para conseguir que la fruta llegue en el mejor estado posible, sin presencia de enfermedades, daño o maduración que impida su apropiada venta se propone lo siguiente.

- Para el transporte desde la planta de packing hasta el puerto de embarque y luego su transporte por vía marítima, se empleará una de las siguientes opciones. (Searates, 2024)

Contenedor refrigerado de 20 pies consolidado, con las siguientes medidas interiores:
longitud: 5.724 metros, ancho: 2.286 metros, altura: 2.014 metros.

Contenedor refrigerado de 40 pies consolidado, con las siguientes medidas interiores:
longitud: 11.840 metros, ancho: 2.228 metros, altura: 2.120 metros.

Contenedor refrigerado de 20 o 40 pies no consolidado dependiendo de la cantidad de pallets que se deseen poner en vía marítima.

Con respecto a la vía aérea, se tienen opciones como KLM o Air France, que tienen múltiples salidas desde el aeropuerto Jorge Chávez hacia el aeropuerto Gardermoen en Oslo, Noruega.

Para el presente plan de exportación se considerará el contenedor refrigerado de 40 pies consolidado. La temperatura deberá ser seteada a 7 grados centígrados, esta temperatura permitirá que la fruta pueda viajar a temperatura adecuada sin afectar su calidad y retrasando su maduración por un tiempo de 40 días calendario. (Shandong Aoweite Biotecnología Co., 2022)

- Para consolidar el contenedor en cuestión se debe usar Pallets de madera europeo 800 x 1200 mm, se emplearán 20 pallets;
- En busca de maximizar el espacio de los pallets de madera, el uso de cajas de troqueladas largo 300 mm, ancho 250 mm y alto 150 mm, es la mejor opción de almacenaje para la fruta y para consolidar la carga;
- La carga estaría conformada por 20 pallets europeos con 240 cajas apiladas por pallet, dando un total de 4800 cajas, con un peso neto de 24000 KG (5 kilos por caja);
- Por lo que el contenedor contaría con un factor de estiba sería el siguiente: 2.25

3.3.3 Principales certificaciones internacionales

Para la pitahaya al ser un producto fresco destino al mercado europeo se propone las siguientes certificaciones a conseguir antes de comenzar la exportación.

- **Global Gap.** Por sus siglas en inglés Good Agricultural Practice G.A.P. [*Buenas Prácticas Agrícolas*], es actualmente una de las certificaciones de inocuidad alimentaria más reconocidas y validas en el mercado internacional en lo que se refiera a frutas y hortalizas frescas. Además, ofrece una garantía de que la fruta fue producida de manera segura y sostenible para el ambiente. Para esta certificación se consideran aspectos como: Seguridad y trazabilidad alimentaria, medioambiente, seguridad los trabajadores, gestión integrada de los cultivos y análisis de peligros con puntos de control críticos. (Control Union Services, 2023)
- **BRC Global Standard for Food Safety (BCRGS).** Funciona actualmente como un estándar de seguridad alimentaria, aceptado ampliamente por marcas y minoristas a nivel mundial. Está enfocado principalmente a la calidad, la seguridad y responsabilidad alimentaria, su principal misión es garantizar la inocuidad del producto para el consumidor. Esta certificación otorga un marco para garantizar la seguridad, calidad y control, de todos los procesos involucrados en la producción. (Intertek, 2024)
- **ISO 9001 (Sistema de gestión de calidad).** La certificación ISO 9001 determina los requisitos de una organización, para mejorar su competitividad a través de la mejora continua de sus productos o servicios y mejora de su eficiencia económica. Su principal enfoque es lograr un sistema de gestión de calidad. Esta certificación ayudará a asegurar que los procesos cumplen las necesidades de los clientes y demás interesados. (Isotools, 2024)
- **Sistema HACCP.** Es un sistema que aborda la seguridad alimentaria de toda la cadena de producción de los productos. Analiza todos los peligros a los que se pueden ver expuestas las materias primas, las etapas del proceso de empaquetado y la distribución final del producto, o en este caso la exportación. Su importancia radica en la confianza

que otorga para los consumidores, la inocuidad de los productos, el uso de nuevas tecnologías y el cumplimiento de los requisitos correspondientes a esta clase de producto. (Eurofins, 2023)

3.3.4 Principales países exportadores

3.3.4.1 Vietnam.

El país del sudeste asiático ha sido siempre un referente para las exportaciones de fruta del dragón por su clima y estacionalidad, permitiéndole ser un proveedor constante a diferentes mercados asiáticos, europeos y americanos. (Unidad de Inteligencia Comercial del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego de Perú, 2021a)

No obstante, el surgimiento de nuevos mercados de exportación y producción han reducido desde 2019 las exportaciones totales de pitahaya vietnamita. Tal es el caso de China, que ha comenzado un programa de producción de pitahaya nacional; al igual que India, cuyo plan es expandir en 5 años su área cultivable. Lo mismo sucede con Estados Unidos, que ha comenzado a consumir en mayor cantidad pitahaya de Colombia, Ecuador y México. (Zang, 2023)

En 2018, siguiendo la curva de crecimiento de las exportaciones, el monto exportado fue de 1.126 millones de dólares de pitahaya, principalmente a China, seguida de Estados Unidos y Hong Kong. Para 2022, únicamente ha alcanzado 632 millones de dólares en exportación, acrecentando aún más la dificultad de la exportación por la competencia y precios de otros mercados.

3.3.4.2 Colombia.

El mercado colombiano siempre ha sido caracterizado por ser una fuente de fruta tropical por su clima y áreas cultivables. Entre las frutas exportadas destaca la pitahaya, que

ha recibido amplia aceptación por mercados americanos y europeos, recibiendo múltiples enfoques hacia la exportación. En 2019, las exportaciones llegaron a 3,1 millones de dólares, con los destinos principales de Países Bajos, Brasil y España. (Unidad de Inteligencia Comercial del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego de Perú, 2021a). Para el 2022, solo se alcanzó los 2.7 millones de dólares, principalmente por problemas con las intensas lluvias en la región. El principal cambio en las exportaciones radica en el aumento significativo de los Emiratos Árabes Unidos como destino para la exportación.

3.3.4.3 Ecuador.

En el caso de Ecuador, la exportación de la pitahaya es directamente proporcional a su crecimiento en demanda y área cultivada. En el año 2020, el marco del inicio de la emergencia sanitaria, los exportadores tuvieron que sacrificar en amplia medida en precio. Esto dio como resultado que para finales de ese año el total de exportaciones fuera de 54 millones de dólares. Enfocados principalmente a Estados Unidos, Hong Kong y Singapur. (Unidad de Inteligencia Comercial del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego de Perú, 2021a)

3.3.5 Capacidad exportadora peruana

En base a la recopilación de información de fuentes como MIDAGRI, MINCETUR y otras entidades gubernamentales y no gubernamentales, la pitahaya se encuentra en una etapa de introducción en las principales regiones en un cultivo masivo. No obstante, la pitahaya ya ha comenzado a ser exportada en pequeñas cantidades a destinos lo cual muestra un interés en las exportaciones y buena recepción del producto peruano. Otro factor a agregar está los tratados de libre comercio que permiten el ingreso de la pitahaya peruana sin el pago de aranceles. Por lo cual se puede inferir que el Perú ha desarrollado una capacidad exportadora

pequeña de pitahaya pero eficiente, con vistas a incrementar el volumen de exportaciones y producción, lo cual podría a incrementar la capacidad en los próximos años.

3.3.6 Importaciones de Noruega

En Noruega las importaciones juegan un papel fundamental para cubrir demandas internas y a su vez permitir el funcionamiento de la industria. Según las estadísticas recopiladas en Global EDGE utilizando como fuentes COMTRADE, para todo lo que incluye frutas, es decir el capítulo 8 del arancel armonizado, Noruega ha importado un total de 828,418,558 en dólares estadounidenses. Lo que da ciertos alcances sobre el tamaño de las importaciones de dichos productos. (Global Edge, 2023)

En el caso del comercio bilateral entre Perú y Noruega, para el 2021, la SUNAT en su informe de exportaciones por productos no tradicionales informa de exportaciones de uvas frescas por 2.6 millones de dólares, mango por 600 mil dólares y demás cítricos por 800 mil dólares. (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria., 2022) Lo cual podría indicar el conocimiento y presencia de productos peruanos en el mercado noruego, así mismo, como la construcción de relaciones comerciales en el marco del acuerdo del acuerdo de agricultura.

Para 2022 en cifras oficiales, las exportaciones peruanas a Noruega, tanto de productos tradicionales como no tradicionales, ascendieron a \$208 millones de dólares. Dividido de la siguiente manera 47% harina de animales y gránulos, 18.5% aceite de pescado, 14% frutas tropicales, siendo el resto otros productos como uvas, café, lana, verduras y otras frutas. (OEC, 2024)

3.4 Requisitos y legislación

En Noruega siempre ha existido una política de protección al pequeño sector agroindustrial, esto debido a las pocas posibilidades de competencia frente a los productos provenientes de Europa y otras regiones del mundo. Adicional a los aspectos comerciales que incluyen tanto aranceles como políticas de proteccionismo, en Noruega se ha implementado dos reglamentos: Reglamento sobre la regulación del mercado para promover la venta de productos agrícolas (destinado a las industrias reguladas) y el reglamento sobre reducciones arancelarias administrativas para productos agroalimentarios para otros productos de origen vegetal. El mercado de frutas y vegetales en Noruega está regulado por el Ministerio de Agricultura, el Consejo de Ventas, la Dirección de Agricultura y las Cooperativas de Productores. Los cinco elementos funcionan como agentes en el mercado noruego, ya sea legislando, manteniendo equilibrios de mercado, supervisar el desarrollo del mercado y de los precios, control de excesos de oferta o demanda y reguladores del mercado externo. (Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Oslo, 2021)

3.4.1 Medidas de ingreso a Noruega

El principal documento para entender la legislación aduanera en Noruega es la Ley de Derechos de Aduana y Circulación de Mercancías de 2007, acompañadas por el Reglamento de la Ley de Derechos de Aduana y Circulación de Mercancías de 2008, ambos documentos constituyen el marco del régimen aduanero en el Reino de Noruega. Esto también incluye la reglamentación sobre exenciones a los derechos arancelarios, aranceles preferenciales y cooperación aduanera. (Organización Mundial del Comercio, 2018).

Según los acuerdos firmados de manera bilateral, entre Perú y Noruega, se solicita la denominada prueba de origen. En el caso de las relaciones Perú – Noruega, se utilizar el

certificado EUR-1, el cual debe estar debidamente certificado por una entidad en origen (Perú), también es necesario que la declaración de origen figure en la factura comercial. La entidad aduanera en Noruega estipula que para ser válido debe cumplir con lo siguiente: figurar de manera clara e impresa a tinta, haber sido hecha por el exportador y declarar que productos son los cubiertos por el origen. (Toll Customs, 2023)

A su vez, para el despacho en aduanas y el ingreso en destino se pide el certificado fitosanitario además de otros certificados como de lugar de producción y planta empaquetadora. Estos certificados son emitidos y validados por el Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú (SENASA), únicamente son entregados una vez que los diferentes procesos son aprobados y certificados por los diferentes inspectores. Tanto para el certificado de producción como para el fitosanitario de carácter exportador, durante la inspección se debe determinar que la fruta en cuestión no presenta plagas cuarentenarias y no cuarentenarias, así como niveles dentro de los parámetros de plaguicidas y otros químicos usados durante el proceso de siembra, cultivo y cosecha.

Con respecto al etiquetado ya sea de cajas, frutas y enlatados, todo el texto debe estar en noruego o en algún otro idioma escandinavo comprensible para los consumidores locales. (Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Oslo, 2021)

3.4.1.1 Sector alimentos.

Como se indicó líneas más arriba, el sector de la agricultura es bastante pequeño y limitado en cuestión de tamaño y producción, pero ha logrado cubrir cierto porcentaje de las necesidades de su mercado durante un gran periodo de tiempo, cubriendo cerca del 50% de la demanda interna. A su vez, para el gobierno noruego es importante el desarrollo y seguridad del sector, planteando los siguientes objetivos: la seguridad alimentaria de todos los

productos, la producción en todas las hectáreas cultivables, crecimiento del valor añadido en cada producto y sostenibilidad en cuanto a las prácticas agropecuarias. (Oficina de información diplomática, 2022a)

En una evaluación del portal STATISTA (2023), el sector de alimentos en Noruega tiene una predicción de crecimiento de 4.15% en el periodo 2023-2028. Generando así un mercado con un valor aproximado de 18.66 mil millones en 2023, dando un ingreso per cápita aproximado de 3,358.00 dólares. Para ello segmento de frutas, en el cual también se incluyen las nueces, el ingreso en 2022 asciende a 1.49 billones de dólares. Este segmento podría presentar un crecimiento sostenido hasta alcanzar los 1.76 billones de dólares en 2028. Los principales socios comerciales de Noruega con respecto a las frutas son China, Estados Unidos y la India. Perú en el 2022 exportó un aproximado de 48.22 miles de millones de dólares al país escandinavo.

Según lo estipulado en el acuerdo sobre agricultura de Perú con Noruega, la pitahaya con partida arancelaria 08109090 – otras frutas frescas, tendrá un tratamiento arancelario preferencial, trabajando con un arancel 0 a la fecha de elaboración del presente trabajo. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2010).

Adicional a esto, Noruega tiene reglas para los alimentos de origen importado, cuya legislación recae en la Autoridad de Seguridad Alimentaria de Noruega, cuya normativa sobre la seguridad alimentaria, se encuentra armonizada con la legislación de la Unión Europea, por la pertenecía del país nórdico al Espacio Económico Europeo. Por lo que se debe tener en cuenta la legislación de la UE, para poder cumplir los requisitos y prohibiciones. (Norwegian Food Safety Authority, 2023)

En una recopilación y simplificación del Centro para la promoción de las Importaciones de los países en desarrollo (Centre for the Promotion of Imports from

developing countries, 2022), podemos encontrar la normativa europea de manera condensada a través de la herramienta Access 2 Markets.

- Presentación de documentación general para acogerse al trato preferencial, entre estos documentos están: certificado de origen, factura comercial, declaración de valor en Aduana (únicamente cuando el valor es superior a los 20,000 euros), documentos de flete (dependiendo del tipo de flete), documentos del seguro, packing list, documento único administrativo (DUA) ante la aduana de Noruega.
- Límite de uso de pesticidas: Para controlar el uso de plaguicidas y los restos que pueden quedar en la fruta, la UE aplica un límite de Residuos (LMR), que consisten en un listado de todos los plaguicidas que pueden ser utilizados en la fruta. Dentro de estos químicos los más comunes son: el endosulfán, fungicidas como el clorotanol y mancozeb, herbicidas como el paraquat y glifosato. (Silveira-Gramont1 et al., 2018)
Para la partida arancelaria 08.10.99 donde figuraría la pitahaya encontramos los siguientes niveles máximo permitido de los plaguicidas y otros elementos como metales (The european commission, 2024).
 - Endosulfán: 1.0 mg/kg
 - Clorotanol: 0.05 mg/kg
 - Paraquat: 0.05 mg/kg
 - Perclorato 0.05 mg/kg
 - Plomo 0.050 mg/kg
 - Cadmio 0.050 mg/kg
- Presencia de clorpirifos y el clorpirifos-metilo: Fueron prohibidos en 2020, cuando les retiraron la aprobación para tener presencia en los productos y contaban con un porcentaje dentro de los LMR.

3.4.2 Medidas para la exportación desde Perú

En el marco del tratado de libre comercio entre Perú y EFTA se establece que en el Anexo V – “RESPECTO A LAS REGLAS DE ORIGEN Y LA COOPERACIÓN ADMINISTRATIVA”, la documentación que cualquier mercancía de origen peruano, que se beneficie del acuerdo de libre comercio, deberá cumplir con los siguientes requisitos al momento de ser exportada. (República del Perú y los Estados AELC, 2010).

Los principales requisitos de acuerdo son:

- Certificado de circulación EUR.1 emitido por el Ministerio de Comercio Exterior y turismo en Perú a través de la Unidad de Origen, completado en inglés y español por el exportador o su representante debidamente declarado. Dicho certificado funcionará como una prueba de la procedencia de la mercancía, en este caso, confirmando que la pitahaya a exportar ha sido cultivada y empaquetada en el país. El certificado de acuerdo al artículo 16 deberá contar con la fecha de emisión del certificado en la casilla 11 del certificado de circulación. Así mismo las frases “issued retrospectively” o “expedido a posteriori” en la casilla 7 sí el certificado es emitido posterior a la fecha de zarpe de la nave.
- En base al artículo 25, para que la pitahaya sea considerada mercancía procedente de Perú, además del EUR.1, el exportador deberá presentar las siguientes evidencias:
 - o Evidencia directa de que las operaciones en territorio nacional fueron llevadas a cabo por el exportador o en este caso el proveedor, sobre el cultivo de la pitahaya. Esto mediante, contabilidad interna.
 - o Documentación sobre el uso de materiales y recursos utilizados en el territorio nacional para el cultivo de la fruta, de conformidad con la legislación peruana.
 - o Documentación sobre la elaboración o transformación de los productos en territorio nacional, de acuerdo a nuestra legislación.

De acuerdo al procedimiento Unificado de Exportación Vegetal elaborado por el Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú se establecen diferentes certificados y requisitos que la fruta y el lugar donde fue cultivada. (Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú, 2017). Según dicho procedimiento pueden identificarse dos puntos críticos a cumplir.

Como primer punto está la obtención del certificado fitosanitario del lugar de producción. En base a los acuerdos comerciales firmados se requiere que las plantaciones o lugares donde han sido cultivados los productos vegetales, cuenten con un certificado emitido por SENASA. Los requisitos son:

- Realizar y presentar un croquis de caminos y vías de comunicación, también es necesaria la presentación de los planos de lugar de producción o fundo, debidamente señalados y al detalle;
- Descripción de las practicas fitosanitarias que son realizadas comúnmente en la zona de cultivo o fundo, con el fin de controlar las plagas inherentes a sus cultivos;
- Presentación del formulario CVE – 02.

Este formulario sirve para recolectar información sobre el lugar donde se producirá la fruta. Para su correcto llenado se requiere lo siguiente:

- Datos de la empresa solicitante
- Información del lugar de producción: ubicación, nombre y zona.
- Datos de la especie vegetal: Nombre común, nombre científico, variedad, área de exportación, fecha de siembre, fecha de inducción floral, fecha de floración, periodo de cosecha, rendimiento, área a certificar, países de destino, fecha de inicio y final de actividades.

Una vez presentados todos los requisitos, se procederá con la programación de la visita del especialista de SENASA, el cual realizará una inspección de las instalaciones

detalladas dando su aprobación o haciendo las observaciones del caso para su posterior levantamiento.

En el aspecto de la exportación, es necesaria la emisión del Certificado Fitosanitario a través de Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA), el cual, al momento de emitir el certificado, confirma la ausencia de químicos no regulados y plagas en el producto a exportar.

Los requisitos para solicitar un certificado fitosanitario son:

- Cumplir con los requisitos fitosanitarios impuestos por el país importador;
- Realizar la solicitud con el formato CVE - 01.1, a través de la VUCE.

Una vez realizada la solicitud, se programará la inspección del inspector de SENASA a la carga en cuestión. Se deberá coordinar con el inspector el día y hora para la inspección de la carga. Si esta no presenta observaciones, procederá a la emisión del certificado, caso contrario, indicará las observaciones a subsanar.

3.5 Análisis de la pitahaya en Perú

3.5.1 Análisis Interno de la pitahaya en Perú

En el caso de Perú, la pitahaya es un producto relativamente nuevo, pero a lo largo de los años ha empezado a tener mayor presencia en mercados, aumento de producción nacional y exportaciones. Para 2021 en el país estaban ya establecidas varias plantaciones y éxitos de adaptación en regiones como Loreto, San Martín y Lima. (Unidad de Inteligencia Comercial del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego de Perú, 2021a). Para 2024 se han fundado varios proyectos de cultivo de pitahaya en diferentes regiones del país. Algunos proyectos son los siguientes:

- Pitahaya Baleno en Huaral, Lima
- Proyecto AgroInvest en Ocoña, Arequipa
- Wayu Perú en Tacna
- Proyecto Terra en Olmos, Lambayeque
- Proyecto Siembra en Tina, Piura

3.5.1.1 Análisis FODA.

3.5.1.1.1 Fortalezas.

El clima: Perú cuenta con diferentes climas aptos para el cultivo de la fruta como serían el norte del país, la selva amazónica y el centro del país. A esto también se le debe agregar que la pitahaya está siendo cultivada en diferentes climas diferentes al tropical, como la sierra y valles del sur del país, mostrando una adaptabilidad del fruto.

Variedades: Diferentes variedades han sido adaptadas al cultivo peruano, es decir, como país podemos ofrecer tanto pitahaya roja como pitahaya amarilla.

3.5.1.1.2 Oportunidades.

Apertura comercial: El Perú cuenta con diferentes tratados de libre comercio que benefician la exportación de la pitahaya con un arancel de cero en destino, lo que podía traducirse en exportaciones con buenos márgenes de ganancia en una variedad de destinos como Estados Unidos, Europa y algunos mercados asiáticos.

Demanda internacional: El creciente interés de la pitahaya por parte de mercados extranjeros, ha ocasionado que múltiples inversores y agricultores opten por entrar a este mercado por lo cual se tienen diferentes programas de inversión el cultivo directo.

Confianza nacional: Se tiene varios proyectos de inversión en producción de pitahaya, dando múltiples oportunidades de desarrollo a pequeña y gran escala. Lo cual conlleva al aprendizaje y perfeccionamiento del cultivo y su exportación.

3.5.1.1.3 Debilidades.

Estacionalidad: Perú actualmente cuenta únicamente con dos periodos de cosecha, el primero entre mayo y junio, el segundo entre octubre y noviembre. Esto limitaría en gran medida las exportaciones, así como la cantidad y destino de las ofertas de la fruta.

Conocimiento: El fruto aún se encuentra en una etapa de novedad e introducción en el mercado peruano, por lo que su comercialización y cultivo, aun se trabaja según la experiencia de los productores, sin tener una base consolidada de conocimiento sobre la pitahaya, pero mostrando un gran interés por parte de las autoridades

3.5.1.1.4 Amenazas.

Competidores: Se tiene varios mercados exportadores de pitahaya con un mayor número de años exportando los productos como serían Ecuador y Colombia. Además, de contar con un mayor apoyo en cuestión de programas nacionales de desarrollo de la exportación y cultivo de la pitahaya, lo cual establece un estándar de precios y calidad en muchos países de destino.

Clima: Los cambios climáticos pueden afectar en gran medida las épocas de cosecha, la salud de los plantones y la calidad finales de los productos a ofertar.

Criminalidad: Los índices de inseguridad y extorsiones podrían afectar el desarrollo y expansión de proyectos productivos. Retrasando el crecimiento de hectáreas y brindando inseguridad jurídica.

3.5.1.2 Cultivo y producción

Las últimas cifras oficiales fueron publicadas en 2021 en relación con las hectáreas cultivadas en 2020 arrojando la siguiente distribución:

Tabla 2

Cultivos de pitahaya en Perú año 2020

Región	N° de hectáreas cultivadas	N° de toneladas producidas
Amazonas	30	116
Ica	6.7	56
La Libertad	2	6
Lima	6	159
Total	45	336

Nota: Se presentan las hectáreas cultivadas en Perú y la producción en toneladas por cada región. Elaboración propia. Fuente: Unidad de Inteligencia Comercial del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego de Perú (2021b)

No obstante, el cultivo de pitahaya se ha extendido a más regiones con climas aptos, así como desarrollo de cultivos resistentes a diferentes climas. El portal Andina (2021) informa sobre una adaptación de cultivos de pitahaya en zonas alto andinas en base a los resultados de la investigación de Hever García Cayampi. Tomando también como precedente los cultivos en la región de Piura, Lambayeque y Junín, que también presentaron adaptaciones

al clima. A esto también, se debe agregar diferentes proyectos de inversión que están en el proceso de recolectar capital o durante la primera cosecha de la fruta.

Para el año 2022, se produjo un gran incremento de producción de pitahaya en Perú, como lo recopila Agraria en palabras de Erika Acevedo, directora de proyecto de una importante compañía de inversiones, para 2022 se cosecharon un total de quince mil toneladas de pitahaya, en comparación a las cinco mil de 2020. Esto distribuido entre grandes plantaciones de 100 hectáreas y algunas más pequeñas de carácter familiar o pequeñas empresas de 5 a 10 hectáreas. (Redacción Agraria, 2024)

3.5.1.3 Temporada de cosecha en Perú.

Actualmente Perú cuenta con dos temporadas de cosecha. La primera empieza en el mes de mayo siendo esta corta puesto que termina en el mes de junio, la segunda cosecha inicia en el mes de octubre y es igual de corta que la primera tocando a su fin en noviembre. (Unidad de Inteligencia Comercial del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego de Perú, 2021b)

3.5.1.4 Dificultades de cultivo y exportación.

Son múltiples los estudios sobre problemas de la pitahaya, pero dejando de lado tanto los concernientes a enfermedades y clima, la Unidad de Inteligencia Comercial del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego de Perú (2021b) establece cierto número de retos para su comercialización. Entre los primeros se identifican la integración de la pitahaya en los programas de cultivo y producción, así como la actualización de las estadísticas nacionales sobre las hectáreas dedicadas al cultivo, el número de productores y la cantidad de pitahaya ingresada en los diferentes mercados.

Con respecto a las enfermedades, se puede identificar según la guía del Ministerio de Agricultura y Riego para la pitahaya en la amazonia. En la mayoría de los casos lo óptimo es la aplicación de estrategias de prevención considerando el material de propagación y las herramientas usadas, además de las condiciones sanitarias de la plantación en general. (Instituto Nacional de Innovación Agraria-INIA, 2020)

Las principales enfermedades a las que se enfrentan los agricultores en la región son:

- Pudrición Basal: Producto de la presencia del hongo llamado *Fusarium oxysporum*, producto de una infección en las raíces contaminadas por material podrido o herramientas infectadas. Su tratamiento y prevención consiste en eliminación del material infectado, podas sanitarias de manera periódica, usar material desinfectado y fertilizar de manera correcta.
- Antracnosis: Generada por el hongo *Colletotrichum*, que produce manchas y puede ocasionar la pudrición completa de la fruta. Para prevenir la aparición de este hongo se recomienda evitar el suelo mal drenado, realizar podas periódicas, desinfección de herramientas, eliminar los residuos de flores, eliminar tallos dañados y el uso de fungicidas como el prochloraz.
- Pudrición del tallo: En este caso producida por la bacteria *Erwinia*, presentada generalmente por deficiencia de calcio y nitrógeno. Lo mejor para esta enfermedad es fertilizar adecuadamente, desinfección de herramientas, eliminación de plantas y partes con presencia de la bacteria, aplicación de prochloraz.

3.5.1.5 Precios en el mercado interno

En el último registro de precios en el mercado Mayorista de Frutas en Lima con fecha de 28 de septiembre presenta las siguientes estadísticas:

Tabla 3

Promedio de toneladas y precio semanal de pitahaya entre las fechas 29 de mayo y 5 de junio de 2024

Producto	Promedio Toneladas ingresadas	Precio x Kilogramo
Pitahaya	9	14.18

Nota: Los datos corresponden a los ingresos al mercado central de frutas en Lima, mostrando tanto la cantidad como el precio vendido los consumidores. Elaboración propia. Fuente: (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2024)

3.5.2 Niveles actuales de exportación

La exportación de pitahaya ha venido en aumento desde 2022, pero es en 2023 cuando se tiene un aumento sustancial en la cantidad y valor exportado.

Tabla 4

Exportación de pitahaya desde Perú en el periodo Enero – Diciembre año 2023

País de destino	Valor FOB
Canadá	10,407.20
Francia	984.75
Alemania	15,816.59
Países Bajos	154,097.00
España	22,293.04

Suiza	752.43
Reino Unido	10,798.20
Italia	6,837.42
Aguas Internacionales	3,743.15
Total	225,753.78

Nota: Esta tabla muestra los principales destinos de exportación de pitahaya bajo la partida arancelaria 08.10.90.40 durante el periodo de tiempo enero – diciembre del 2023. Elaboración propia. Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria(2023)

En comparativa de años, para 2022 se exportó un total de 18,168.09 dólares americanos en pitahaya, lo que, según Comex Perú, se traduciría en 4,301 toneladas de pitahaya enviadas, muy inferior a las 96,440 exportadas en 2023. Este cambio radical se vería impulsado por la entrada de grandes empresas como Camposol y la apertura de nuevos mercados como España. (Silva, 2024)

3.5.3 Análisis externo de la pitahaya

3.5.3.1 Análisis PESTEL.

3.5.3.1.1 Político.

En la actualidad, el Perú está en el tercer año del nuevo mandato político producto de las elecciones en 2021, primer año de la presidenta Dina Boluarte, luego del fallido golpe de estado de Pedro Castillo y la convulsión social de los primeros meses del año 2023. El inicio de mandato nuevo incluye el cambio en el apoyo en programas especializados en agricultura y comercio existentes antes del nuevo gobierno; así como, la aprobación de otros nuevos programas. La estabilidad política es otro factor, puesto que gran parte de la comunidad internacional considera que el clima de inestabilidad en el país es cada vez más creciente.

Como lo afirman en una evaluación de Perú desde la perspectiva de inversiones “Policy uncertainty is directly impacting at least 60% of Fitch’s rated non-financial corporates portfolio in Peru, particularly issuers in energy, mining and electric generation” [La incertidumbre política está impactando directamente al menos al 60% de la cartera de empresas no financieras calificadas en Perú, particularmente emisores de energía, minería y generación eléctrica]. (Fitch Wire, 2022)

3.5.3.1.2 Económico.

La inflación tiene un papel importante para el crecimiento y desarrollo del sector agricultura dentro del país, ya sea por lo precios de bienes importados como el fertilizante. Como lo informa Reuters (2022) sobre el INEI en el cual se precisa que la inflación ha alcanzado un nivel de 6.68% en los primeros tres trimestres del año, con una inflación anual hasta septiembre en 8.53%. La inflación viene en ascenso desde 2021 con cifras record en la última década. Esto a su vez, genera que los precios de los diferentes productos suban en el mercado nacional así como en los diferentes mercados internacionales. No obstante, el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) ha tomado medidas con respecto a la política monetaria en el mes de agosto del presente año, aumentando la tasa de interés en 50 puntos básicos, ubicándolas en un 6.5%. (Federación Latinoamericana de Bancos, 2022).

Para 2023, el país cerró con una ligera contracción del 0.6% de la economía, las razones de esto radican en los conflictos sociales, la perdida de confianza de inversionistas extranjeros y las duras condiciones climatológicas que afectaron la producción y exportación de varios productos. No obstante, para 2024, se espera un crecimiento sostenido por exportaciones y la ampliación de algunos proyectos mineros como Quellaveco y Toromocho,

a esto también se suma también el índice de pobreza que parece no mostrar señales de retroceso. (Banco Mundial, 2024)

3.5.3.1.3 Social.

Con respecto a las tendencias de consumo en Perú, el mercado de las frutas “tradicionales” siempre ha predominado. No obstante, se ha apreciado cada vez más el consumo de pitahaya reflejado en mayores ingresos de kilos en los principales mercados de fruta de Lima y en otros mercados donde la pitahaya es cultivada como Amazonas y Piura. Como lo expresa Perú 21 (2021), el nombre para la pitahaya en el extranjero es el de la fruta del dragón, por las escamas en su contextura. A nivel nacional la fruta es cada vez más consumida principalmente por sus beneficios. Estas diferentes oportunidades nacionales, generan que cada vez más personas consuman esta fruta.

3.5.3.1.4 Tecnológico.

La tecnología es usada dentro del sector agrícola de diferentes maneras, fertilizantes, maquinaria, modificación genética de cultivos, entre otras aplicaciones. En el Perú se tienen nuevas tendencias tecnológicas enfocadas a la facilitación de los cultivos. Sin embargo, en el Perú se tiene una diferenciación en cuanto a la distribución del equipamiento y tecnologías dedicadas a la agricultura y agro exportación, como lo expresa Fort (2020) afirmando que las mejores condiciones y accesos a los servicios, infraestructuras y otros recursos se encuentran en las provincias costeras, teniendo poca presencia en valles de la Sierra y algunas zonas de la selva, lo cual ha permitido que dichos productores hayan desarrollado sistemas mucho más eficientes en comparación de otras zonas del país.

Andina (2022) también define los diferentes instrumentos necesarios para el manejo y desarrollo del sector, tales como motores estacionarios, pulverizadoras, bombas de agua y generadores.

3.5.3.1.5 Ecológicos.

El cambio climático afecta en gran medida todos los cultivos. Como lo expresa el Ministerio del Ambiente (2022) las alteraciones presentes en el clima han ocasionado que muchos fenómenos nacionales como sequias, heladas, lluvias de alta intensidad, olas de calor, fenómenos del Niño y demás. La situación en Perú siempre está marcada por tendencias climáticas, ya sean inundaciones en la selva, heladas o sequias en la sierra o efectos del Fenómeno del Niño en la costa.

No obstante, es también un aspecto ecológico importante, la preservación del medio ambiente. Como lo explica el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2015) la situación económica de gran parte de los campesinos y pequeños productores se encuentran en la pobreza, siendo una explicación de esto una utilización inadecuada del suelo como base de producción. Esto se traduce en un desequilibrio negativo durante y después del proceso de cultivo y la regeneración de los recursos naturales de la zona:

La preservación y el cuidado de las áreas destinadas al cultivo de los productos agrícolas, permitirán la constante renovación y ejecución de campañas de producción, cosecha y exportaciones de diferentes frutas y verduras.

3.5.3.1.6 Legales.

Con respecto a las reglas sanitarias y fitosanitarias, los cultivos dentro de Perú deben de seguir toda una normativa para su desarrollo nacional, así como para poder ser exportadas. Esto a su vez, es cambiante de acuerdo a los tratados y conversaciones entre Perú y sus contra partes internacionales. Como lo indica Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2020) a través del portal del gobierno y la entidad del Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú (SENASA), la emisión de un certificado fitosanitario debe ser ingresada como un trámite ante la entidad. Así mismo, la salida de cualquier vegetal, fruta o demás producto reglamentado se debe hacer con el certificado emitido por la entidad.

3.5.4 Capacidad competitiva de la pitahaya peruana

En base a toda la información recopilada y entrevistas realizadas, se puede establecer la ventaja competitiva del Perú con respecto a la pitahaya.

El precio puede llegar a ser competitivo frente a la pitahaya colombiana o ecuatoriana, principalmente por las condiciones climatológicas, fuentes de agua y conocimiento en el cultivo de las diferentes regiones. No obstante, se debe siempre prever los diferentes fenómenos climatológicos de la región que pueden afectar los costos de producción. Actualmente la pitahaya peruana está siendo cotizada en buenos precios en los mercados europeos.

Con respecto a la calidad, se debe realizar un análisis con respecto al tamaño, madurez y conservación del fruto en comparación a Colombia y Ecuador para conocer las diferentes entre las frutas. Sin embargo, el alza en la tierra cultivada, cantidad de kilos exportados y precio promedio en destino, indican que la fruta presenta una amplia aceptación y popularidad en los mercados de destino.

La experiencia sigue siendo un factor a mejorar en Perú, aunque se encuentran algunos documentos y guías para la pitahaya, esto aun no es apoyado completamente por el gobierno

con proyecto de capacitación. El desarrollo de plantaciones y todo lo que incluye el cultivo y producción, está ahora mismo en proyectos del sector privado.

3.6 Estudio de mercado Noruega

Noruega es un país ubicado al norte de Europa, con una población 5.415.166 personas con capital en Oslo. Utiliza la corona noruega, aunque el euro para las transacciones de carácter internacional. Con respecto a su comercio, entre abril de 2023 y abril de 2024, sus importaciones fueron principalmente de vehículos, maquinaria de carácter industrial y energético, manufacturas de metal, productos químicos y alimentos de muchos tipos. Para sus exportaciones, están marcadas principalmente por productos minerales, pescado, además de productos industriales y derivados de metales. Con respecto al sector de frutas frescas, para abril de 2024 se ha importado 602,955,000 de USD en el sector de frutas y vegetales. Siendo el sector más grande de comida y productos animales en Noruega. (Statistics Norway, 2024)

3.6.1 Tendencias de consumo

El consumidor noruego tiene tendencias marcadas de consumo, además de estándares mínimos para consumir y comprar productos. A nivel de Europa, es un consumidor mucho más exigente, con una mayor predisposición a pagar un precio más elevado si con eso consigue un mejor producto. Las principales tendencias de consumo están enfocadas a los vehículos, artículos manufacturados de industria nacional o internacional, aparatos eléctricos y el sector agroalimentario. Un factor importante de eso es el ingreso per cápita en Noruega el cual asciende a 75.619 euros, siendo así uno de los más altos de Europa. (España Exportación e Inversiones (ICEX), 2021)

Un factor importante detectado en 2022 sobre el consumidor noruego es sus compras con propósito, es decir, todos los elementos que son comprados están dedicados a cubrir una necesidad. Se prioriza los aspectos de la salud, las necesidades personales y el precio con la

inflación. Algunos de los productos con mayor crecimiento son la cerveza sin alcohol, el café, las bebidas carbonatadas y los productos lácteos a base de plantas; el consumo de carne está en desaceleración. (Nielsen IQ, 2022)

3.6.2 Consumo de fruta

La fruta como tal es una parte importante de la dieta de cualquier persona en Noruega, además del pescado, cereales y vegetales. Dentro de la dieta con frutas, las más consumidas son tanto las bayas como los frutos del bosque. (Reguera, 2018)

Como lo recoge Fresh Plaza (2021) entre 2019 y 2020 las frutas frescas y hortalizas frescas en las principales tiendas de Noruega, tuvieron un aumento del 14.6%. Pero ha tenido una diferenciación clave, ha disminuido el consumo y venta a restaurantes y hoteles, pero ha aumentado el consumo y niveles de ventas a los ciudadanos como parte de una canasta básica. Siendo así que las frutas y la conciencia sobre el consumo de las mismas están siempre presentes en la mente de los diferentes clientes en Noruega.

3.6.3 Aspectos geográficos de Noruega

El difícil clima de Noruega en invierno, hace que la mayor o parte de su población este concentrada en el sur, en ciudades como (Oslo, la capital; Bergen, ciudad con el segundo puerto más grande de Noruega; Trondheim y Stavanger) lo que hace que la zona sur sea mucho más comercial en cuestión de la presencia de almacenes y grandes distribuidores. La zona norte y centro del país, están menormente pobladas, pero son zonas igualmente abastecidas por filiales de los grandes almacenes. No obstante, la distribución logística en el centro y norte está principalmente marcada por las dificultades geográficas, distancias a recorrer y las poblaciones (España Exportación e Inversiones (ICEX), 2021)

3.6.4 Situación arancelaria

Como se mencionó líneas arriba, la República del Perú cuenta con acuerdo de libre comercio con los estados miembros del EFTA y un acuerdo agrícola con el Reino de Noruega, lo cual pone en cierta ventaja a Perú en comparación a otros países sin acuerdos de TLC o beneficios en la materia agrícola.

Siendo así que la partida 08.10.90.90 correspondiente a la exportación de pitahaya fresca en Perú, cuenta con un arancel cero para las exportaciones peruanas hacia Noruega.

El principal requisito es la emisión y entrega de un certificado de circulación EUR. 1

3.6.5 Barreras de acceso no arancelarias

Noruega con respecto a medidas no arancelarias protege tanto su industria como a los consumidores. Aunque es firmante del Espacio Económico Europeo, la legislación de este acuerdo no es aplicable a las importaciones de carácter agrícola. Por lo que, como medidas no arancelarias, podemos encontrar tanto legales, como de requisitos al momento de la exportación. (Promperú, 2012)

La primera de estas es el cumplimiento de las medidas especificadas por La Tarifa Integrada de la Comunidad [The Integrated Tariff of the Community]. En este caso para la partida 0810902010 es decir, la partida europea de Noruega para la pitahaya, no es necesaria la presentación de ningún documento adicional, salvo acogerse a la partida arancelaria correcta.

La segunda radica en la presentación del certificado de origen según los lineamientos del acuerdo de libre comercio y la presentación de las certificaciones sanitarias correspondientes a la carga en cuestión.

El tercer elemento radica en el empaquetado según las normas de la Norwegian Food Safety Authority [Autoridad Noruega de Seguridad Alimentaria]. El empaquetado debe

incluir una descripción del producto, la letra debe ser legible y estar en noruego. Adicional deberá en este caso el importador notificar a la NFSA sobre el arribo de la carga.

3.6.6 Competidores

Noruega tiene una gran apertura comercial, sobre todo para el momento de cubrir la demanda interna de productos agrícolas, por lo cual tiene varios acuerdos sobre agricultura firmados con diferentes países. Entre estos destacan Colombia, España y Turquía como principales exportadores de frutas exóticas hacia Noruega durante 2022. No obstante, bajo la partida 08109090 noruega ha importado desde Colombia 2,523 dólares, desde Perú 1,957 dólares, España con 1,915 entre otros países como Turquía, India y Tailandia de 11,294 dólares estadounidenses. (Trademap, 2023).

Por lo que el Perú deberá competir con posibles exportaciones de pitahaya, pero también está en la posibilidad de posicionarse como un referente de calidad en el país.

3.6.7 Oferta actual de productos

En una revisión de páginas de super mercados como Oda en Noruega se ha podido encontrar la oferta actual de pitahaya en Noruega. En primer lugar, la pitahaya roja con pulpa blanca de Vietnam, con un costo de KR 233 (USD 21,85) el kilogramo. En segundo lugar, pitahaya amarilla con pulpa blanca de Colombia o Ecuador, con un costo de KR 399,5 (USD 37,46) el kilogramo. En tercer lugar, se encuentra un procesado de la pitahaya, que es una mezcla lista para un batido costando el paquete de 400 gr a KR 187,75 (USD 17,61). (ODA, 2024a)

En otra tienda de productos especializados como Natur se encuentra polvo de pitahaya en una presentación de 70 gr a KR 253 (USD 23,72) (Natur, 2024)

3.6.8 Diamante de Porter

Utilizaremos el diamante de Porter como una herramienta para revisar los aspectos del mercado de cara a las exportaciones.

- Condiciones de los factores: Tenemos dos principales variantes, que son los recursos naturales en abundancia de Noruega, como serían el gas y el petróleo y la escasez de gran variedad de frutas tropicales por la poca área cultivable y adaptabilidad de los cultivos. La segunda es la alta capacitación del capital humano en el mercado noruego, destacando principalmente aspectos relacionados a la logística y distribución, esto a su vez se traduce en una mejora sustancial de la infraestructura portuaria y terrestre.
- Condiciones de la demanda: La demanda interna está principalmente marcada por los estándares de los consumidores con respecto a la calidad y sostenibilidad, traduciendo en políticas enfocadas a la calidad y sostenibilidad de las empresas, en especial de sectores críticos como los industriales y de combustibles. La demanda externa de Noruega está marcada principalmente por los mercados europeos y sus exportaciones de combustible, esto ha generado que Noruega tenga un enfoque en tecnologías limpias.
- Industrias relacionadas y de apoyo: Las principales industrias de apoyo serían las de energía y combustibles, además de la de pesca, lo que ha llevado a Noruega a desarrollar excelentes condiciones logísticas y de transporte interno. Esto también está respaldado por las industrias tecnológica que han llevado a tener elementos e instrumentos innovadores y sostenibles.
- Estrategia, estructura y rivalidad: Las empresas más grandes en noruega están congregadas en los sectores de energía, combustibles, telecomunicaciones y pesca, si bien existe una gran rivalidad entre las empresas, también se promueve un clima de

colaboración e intercambio en cuestiones de avanza tecnológicos, tecnologías limpias y buenas relaciones con organismos estatales.

3.7 Ruta exportadora para la pitahaya hacia Noruega

3.7.1 Definición del producto a exportar

El producto a exportar será pitahaya fresca peruana cultivada y cosechada en la región de Arequipa, a través un contenedor refrigerado de 40 pies consolidado. El producto debe de haber pasado por los siguientes aspectos: calidad, coloración, tamaño de acuerdo a los calibres establecidos, ausencia de plagas y ausencia de daño o golpes.

3.7.2 Mercado de destino seleccionado

El mercado a exportar será Noruega, siendo el destino a asignar y negociar el puerto de Oslo, con escalas en Rotterdam – Países Bajos u otro puerto europeo según las rutas de las principales navieras.

3.7.3 Partida arancelaria

Según el código arancelario la partida a usar es: 08.10.90.90 Frutas frescas – otros – otros para Noruega.

3.7.4 Requisitos nacionales para la exportación

1. Ser persona natural o jurídica y contar con un Registro Único del Contribuyente (RUC).
2. Figurar ante SUNAT como persona o empresa en el rubro Comercio Exterior: Exportador Habilitado.
3. Contar con autorización de SENASA.
4. Certificado fitosanitario emitido por SENASA.
5. Contar con una Declaración Aduanera de Mercancías (DAM)

3.7.5 Proceso de exportación

Se recomienda contar con un servicio integral logístico, brindado por un operador logístico para la facilidad de operaciones frente aduana, operadores de comercio exterior y demás agentes intervinientes en el proceso de exportación.

El servicio integral logístico deberá incluir:

- Retiro de vacío: Coordinación con la línea naviera correspondiente para la cita de retiro del contenedor correctamente lavado y en óptimo funcionamiento.
- Transporte: El operador logístico es el encargado de planificar, supervisar y coordinar el transporte del contenedor, desde su retiro vacío, hasta el depósito en el terminal o puerto designado.
- Agencia de aduanas: Todos los trámites con respecto a Aduanas Perú serán gestionados por el operador en coordinación con su agente aduanero. Esto incluye la presentación y numeración de la DAM, además de su posterior regularización.
- SENASA: La coordinación de la cita de inspección de la carga, el traslado del inspector asignado a la inspección, ingreso al sistema VUCE para generar el expediente correspondiente, regularización del mismo, y gestión de la correcta emisión y recepción del certificado fitosanitario.
- Certificado de origen: Emisión del certificado según el trato de libre comercio, consignando la información correspondiente según la factura, certificando con la mejor opción (ADEX, Cámara de Comercio de Lima, Sociedad Nacional de Industrias, entre otras), visar correctamente el documento y preparar su despacho.

- Precinto de Aduana: El recojo y transporte del precinto correspondiente a Aduanas para el precintado del contenedor una vez cargado. De corresponder también recoger el precinto de la línea naviera.
- Embarque: coordinación y supervisión de la entrega de toda la documentación requerida (Guía de remisión, DAM) para el embarque ante la entidad aduanera, la línea naviera y de requerir con el encargado del terminal extraportuario. Confirmación de pesos aproximados además del correcto transporte de la carga del terminal a su espacio en el barco.

Adicional, se debe crear una base de datos de potenciales clientes con el fin de poder programar las diferentes exportaciones de acuerdo al requerimiento. Cumpliendo con presentar la información lo más rápido posible para comenzar el proceso de exportación.

A continuación, se detalla una serie de pasos a completar durante la exportación.

1. Acopio y preparación de la fruta: Se procederá con la compra de pitahaya en los mejores periodos para su acopio, lavado y refrigeración. La opción escogida es SC Packing, ubicado en Arequipa. Actualmente el packing cuenta con las siguientes certificaciones BRCGS, SMETA, BASC, HACCP, además de las propias de SENASA. Dentro de SC Packing la fruta será dejada para su lavado y empaquetado según las especificaciones de cada caja y calibre de la fruta.
2. Agenda del destino a exportar: El responsable del área de exportación deberá crear un itinerario de carga. Con el fin de proyectar el día del llenado del o de los contenedores, con el fin que el operador logístico elegido pueda programar la cita con el transportista

para el retiro del contenedor vacío, el transporte desde el puerto a embarcar y la inspección de SENASA. Ejecutando también el precintado correspondiente.

3. Selección de línea naviera: Según las condiciones negociadas, disponibilidad de espacios, además de costos totales.

En este caso se recomienda la naviera Mediterranean Shipping Company (MSC), porque ofrece un tiempo de tránsito de 26 días. Siendo más corto que Hapag Lloyd con 36 días y Maersk con 31 días.

4. Consolidación de la carga: Según la cita acordada para la carga del contenedor refrigerado, se debe hacer el armado de pallets según las especificaciones para el correcto traslado de la pitahaya en sus cajas. Previa a la cita del contenedor en el packing seleccionado.

Las medidas de la carga estándar son las siguientes:

- Pallet de madera europeo 800 x 1200 mm, se emplearán 20 pallets;
- Contenedor refrigerado de 40 pies, con medidas interiores de 12 metros de largo, 2.35 metros de ancho y 2.39 metros de alto;
- Cajas de troqueladas con las siguientes medidas: largo 300 mm, ancho 250 mm y alto 150 mm;
- La carga estaría conformada por 20 pallets europeos con 240 cajas apiladas por pallet, dando un total de 4800 cajas, con un peso neto de 24000 KG (5 kilos por caja);
- Por lo que el contenedor contaría con un factor de estiba sería el siguiente: 2.25.

Se adjunta foto de un pallet de madera con carga

Figura 4

Pallet de madera con carga consolidada



Nota: Adaptado de Pallet de madera con carga, por Wades Austin, 2018, Unsplash (<https://unsplash.com/es/fotos/g2O9BviWi3M>)

5. Transporte a puerto de embarque: Una vez cargado el contenedor, con su posterior revisión de SENASA y con los precintos correspondientes según se requiera, se dará la autorización para la salida del contenedor. Se debe emitir la respectiva guía de remisión indicando los datos del conductor, carga, punto de partida y terminal portuario o extra portuario de destino.
6. Despacho aduanero: El despacho consisten en la presentación de todos los documentos y permisos requeridos por la aduana en Perú para el correcto embarque y salida de la mercancía. Como recopila Diario del Exportador (2018) recopila los principales pasos para el despacho:
 - a) Arribo de la mercancía: Esto se refiere a la entrada al puerto o terminal portuario

- b) Presentación de la documentación: Esto incluye la factura comercial y la reserva de espacio en la nave (Booking).
 - c) Revisión del mandato electrónico: Autorización dada por el exportador a su representante ante la aduana. En caso se trabaje sin representante se omite esto.
 - d) Presentación de la Declaración Aduanera de mercancías (DAM): El representante aduanero junto con el exportador para el llenado correspondiente del documento y la acogida a un régimen especial, en este caso se puede trabajar con Drawback.
 - e) Movimiento al almacén aduanero: El contenedor es llevado a un área específica para su posterior revisión.
 - f) Asignación de canal: Rojo, naranja o verde para las exportaciones. Por lo que, de no tratarse de canal verde, la agencia procederá a la revisión física de la carga o la documentación.
 - g) Autorización de embarque: Una vez que la Aduana confirme el orden de los documentos, emitirá la orden de embarque para que el navío proceda con la carga del contenedor.
7. Seguimiento del contenedor: Debido al largo trayecto que tendrá que recorrer se enfrentará a transbordos y recaladas en el canal de Panamá y en Rotterdam. Por lo que es importante mantener un seguimiento del contenedor. En caso de presentar retrasos, solicitar información sobre la razón del retraso y el nuevo tiempo de llegada a destino.
8. Revisión de la documentación: Ya sea trabajando de manera privada o con un operador logístico. Se deberá revisar cada aspecto de todos los documentos esenciales tales como: Reserva de espacio (Booking), factura comercial, packing list, bill of

lading, certificado de origen EUR-1 y certificado fitosanitario. Además de tener lista cualquier prueba de certificación que se vaya a requerir en destino.

La información a revisar en el Booking es la siguiente:

- Dueño del contrato
- Puerto y terminal de embarque
- Puerto de destino
- Descripción de gastos en origen
- Descripción de gastos en destino
- Datos del embarcador
- Lugar de recojo del contenedor vacío
- Lugar de entrega del contenedor lleno

La información a revisar en la factura comercial es la siguiente:

- Datos de facturación, al destinatario o a un tercero
- Datos de exportador
- Peso bruto y neto
- Fecha de emisión
- Nombre y fecha de zarpe de la nave
- Número de contenedor
- Descripción de la mercancía
- Valor FOB o CIF según corresponda
- Código de lugar de producción
- Códigos correspondientes a certificaciones internacionales
- Demás información pertinente para el cliente

La información a consignar y revisar en el Packing List es la siguiente:

- Cliente
- Número de cajas por pallet
- Descripción por pallet de la carga
- Variedad empacada por pallet
- Identificador de pallet (número)
- Detalle de termo registros y sensores de corresponder
- Detalle de número de contenedor y precintos.
- Peso Neto y Bruto
- Información adicional según requerimiento del cliente (fecha de cosecha, envase, marca)

La información a revisar en el Bill of Lading (BL) es la siguiente:

- Datos del exportador
- Datos del importador
- Notify de la contraparte
- Descripción de la mercancía
- Puerto de Destino
- Numero de booking, contenedor, precintos.
- Condición de pago del flete y gastos en origen / destino
- Total flete y otros gastos
- Cualquier información adicional requerida

La información a revisar en el certificado de Origen EUR. 1 es la siguiente:

- Datos del exportador
- Datos del importador
- Descripción de la mercancía
- Puerto de Destino
- Número de Contenedor
- Número de Factura comercial
- Detalle de facturación a terceros de corresponder

La información a revisar en el certificado de Fitosanitario es la siguiente:

- Datos del exportador
- Datos del importador
- Descripción de la mercancía
- Puerto de Destino
- Número de Contenedor
- Número de precinto de SENASA
- Variedad
- Datos adicionales de corresponder

9. Envío de la documentación vía currier internacional: Con todos los documentos debidamente revisados y visados se da la indicación al operador logístico para el envío de toda la documentación a las oficinas del cliente. Esto debe ser cumplido con plazos correspondientes para evitar demoras en los retiros de los contenedores en destino.

10. Forma de pago: El pago de la mercancía exportada dependerá en gran medida de la negociación con el importador o bróker, lo usual para las agro exportaciones es un porcentaje a contra documentos y la diferencia días después del buen arribo. Para la exportación de estos contenedores refrigerados se sugiere trabajar con un treinta a cuarenta por ciento a contra documentos y mediante liquidación la diferencia. Este pago debe realizarse mediante transferencia bancaria ya sea en el Perú en el caso de algunos brokers o desde el extranjero para clientes que no cuenten con sedes en Perú.

3.7.6 Termino de negociación Internacional

Los términos de negociación son un papel fundamental para la transmisión de costos, responsabilidades y riesgos. Como lo indica (Hernández, 2013) los beneficios de los incoterms radican en la simplificación de los contratos comerciales, homologación de conceptos entre las diferentes partes del comercio internacional, definición de las responsabilidades y la superación de las diferencias legislativas.

En este caso se recomienda trabajar con dos tipos de incoterms FOB y CIF, los cuales permiten un mayor control dentro de los procesos en territorio nacional hasta la entrega en el buque o la llegada a destino. Minimizando el riesgo en el país de destino.

El incoterm FOB incluiría pagar todos los gastos generados en Perú, es decir, transporte desde packing a puerto, gastos de puerto (gastos en origen), cualquier otro gasto incluido como lo son las inspecciones aleatorias por parte de Aduanas.

El incoterm CIF incluiría todo lo referente al FOB pero adicionando el pago del seguro y el flete marítimo.

3.8 Proceso estandarizado de exportación

3.8.1 Áreas críticas de exportación

3.8.1.1 Documentación a reunir.

El aspecto de la documentación es fundamental para el proceso de exportación. Fuera de la documentación requerida para la operación dentro de Perú como empresa legal. Al momento de presentar la documentación, el exportador está en la obligación de presentar lo siguiente:

- Certificado de origen (EUR.1) visado por la entidad correspondiente (cámara de comercio u oficinas autorizadas)
- Certificado fitosanitario correctamente llenado con los datos de la mercancía
- Factura comercial con el monto correctamente expuesto y las cantidades de cajas / bultos.
- Packing list detallado del contenedor cargado a exportar.
- Declaración aduanera de mercancías (DAM) documento requerido para el correcto despacho de la mercancía desde Perú.

3.8.1.2 Proceso de Empaquetado.

La cosecha se da cuando el fruto presente tres cuartas partes con un color amarillo o rojo fuerte, dependiendo de la variedad que se haya escogido. Después de la cosecha se procederá con el proceso de limpieza con el fin de presentar un producto libre de residuos al consumidor final.

El instituto nacional de innovación agraria (INIA) en 2021 publicó un manual elaborado por Ives Yoplac, River Chávez, Julio Santos (2021) para la cosecha y post cosecha de la pitahaya amarilla, el proceso es similar para las demás variedades en cuestión de alcanzar estándares con respecto al cuidado y protección del fruto.

A continuación, se detalla el proceso a seguir para el proceso de limpieza, selección y empaque de la pitahaya para exportar.

- Desespinado de la fruta: Consiste en retirar en su totalidad las espinas de las frutas, esta operación debe realizarse durante la cosecha de la fruta.
- Selección de la fruta: Únicamente se seleccionará para el procesamiento aquellas frutas que presenten consistencia firme, ausencia de daño y plagas de manera visible.
- Transporte: La fruta seleccionada debe ser puesta en canastillas y luego transportada a la planta de procesamiento, cuidando que no exista compresión de la fruta o daños por transporte.
- Pre enfriamiento: Se recomienda este proceso con el fin de reducir el calor en el interno del fruto, esto se recomienda hacer con regaderas con agua a baja presión.
- Limpieza: Para retirar cualquier rastro de tierra y suciedad se recomienda utilizar el método de limpieza con aspersión, siempre y cuando se proceda a un secado posterior. Para esto se requiere un control de la calidad y salubridad del agua.
- Desinfección: Una adecuada desinfección es fundamental para evitar que se generen hongos y demás infecciones en la fruta a exportar. Se utilizará el hipoclorito de sodio con una concentración de 0.01%
- Secado: La fruta debe ser dejada escurriendo en las canastillas con una buena ventilación y lejos de focos de contaminación.
- Clasificación: Consiste en la selección final de los frutos a empacar y exportar, se recomienda una clasificación manual, utilizando los criterios de los trabajadores en una jornada laboral optima. La experiencia es fundamental para poder seleccionar y procesar adecuadamente los frutos. Además, para la clasificación se empleará el uso de calibres, detallados líneas abajo.

- Empaquetado: Como se describió previamente se usarán cajas de cartón corrugado con una capacidad de 5 KG apegándose a los calibres y el número de frutas. Además, se da la propuesta de usar mallas protectoras para evitar el daño entre los frutos. Este tipo de malla está hecha en polietileno, brinda seguridad a la fruta evitando roces y golpes, retarda la maduración además de ser muy fácil de usar la empaquetar. Su principal ventaja radica en su función protectora y en poder adaptarse a la forma de la fruta a empaquetar. (Agro Market, 2024)

Figura 5

Ejemplo de fruta en malla protectora



Nota: Adaptado de Fruta de mango en un embalaje de malla hecho de espuma de alimentos para fruta, por Шарипов, (n.d.), Dreamstime (<https://es.dreamstime.com/fruta-de-mango-en-un-embalaje-malla-hecho-espuma-alimentos-para-la-una-manga-protectora-hecha-blanca-sobre-fondo-claro-image174666594>)

- Rotulado: Con el apilamiento de las cajas, se comenzará el armado de pallets para su posterior rotulado. La información que se debe consignar es la siguiente:
 - o Empresa exportadora: Razón social, dirección
 - o Marca comercial

- Origen y N° de lote o lugar de producción.
- Características comerciales: Calibre, peso neto, fecha del empaque
- Simbología del manejo adecuado del producto
- Refrigeración: En la espera de la exportación, la pitahaya debe guardarse de manera refrigerada a una temperatura situada entre los 7 y 10 grados centígrados. Es posible la aplicación de otros procedimientos como atmosfera controlada.

Para la definición de calibres se empleará lo sugerido por el Instituto Nacional de Innovación Agraria (2021).

Tabla 5

Calibres de pitahaya según peso por unidad

Peso unitario (g)	Calibre asignado
Mayor o igual a 361	8
Entre 261 y 360	9
Entre 201 y 260	12
Entre 151 y 200	14
Entre 111 y 150	16
Menor o igual a 110	20

El calibre hace referencia al número de frutas que pueden entrar en una misma caja, entregando así pallets y cajas consolidados y ordenados según calibres.

Los criterios para el descarte de pitahaya no aptas para la exportación son los siguientes:

- Presentar una consistencia firme sin ninguna herida, golpe o corte, manteniendo su forma ovoide.

- No mostrar ataques de insectos o enfermedades que puedan afectar la calidad del fruto interno.
- Estar limpias tanto de espinas como de tierra, polvo o rastros de agroquímicos.
- No presentar olores provenientes de otros productos, empaques o químicos.

3.8.2 Plan económico

Los costes de la exportación son amplios en cuestión de logística y compra de la fruta. A continuación, se presenta una estructura de costes para una exportación por contenedor.

Tabla 6

Estructura de costes para la exportación para un contenedor parcial de 20 pies refrigerado

Concepto	Coste en dólares estadounidenses \$
Compra de pitahaya:	
La pitahaya es comprada a los productores a un coste de proveedor, además de facilitar el acopio en el centro de procesamiento.	Entre 4 a 6 soles el kilo Entre 1.10 a 1.45 dólares por kilos
Proceso de limpieza y empaquetado:	
Una vez hecho el acopio de toda la pitahaya se debe de transportar a una planta empaquetadora desde la zona más cerca a los productores. Este proceso consiste en el lavado, descarte, pesaje y empaquetado de toda la fruta a exportar	De acuerdo a la cantidad de fruta ingresada podría variar el coste entre 2 y 3 soles el kilo.

La compra de la Malla protectora de polietileno, el rollo de 1000 metros está 600 soles.

Compra del empaquetado:

La caja con la distinción de marca y cumpliendo con las especificaciones en las líneas anteriores.

Cada caja de cartón tiene un valor de 0.5 dólares y son compradas al por mayor

Contacto con un operador logístico:

La contratación de un operador logístico para la operación de reserva de espacio en un buque y la separación de contenedor. Así como todas las operaciones aduaneras correspondientes, facilitando la operación de exportación

Dependiendo de la tarifa acordada con el exportador, el servicio integral logístico podría estar entre 1700 y 2300 dólares.

Certificado fitosanitario:

Emitido por SENASA para la salida del país.

El documento tiene un costo de aproximadamente 15 dólares

Venta a consignación

La gran mayoría de empresas venden a un almacén en el país de destino, lo que permite el acuerdo de venta a forma de consignación. Esto a su vez, puede subir o bajar el precio de venta final.

En los mercados europeos se puede conseguir entre 13 y 15 dólares por kilos de pitahaya fresca dependiendo del estado de conservación

Tabla 7

Consolidado final de costos de exportación por caja de 5 kilos de pitahaya fresca

Concepto	Coste total en dólares
Compra de pitahaya a 1.25 dólares con un total de 5 kilos	6.25 dólares
Proceso de limpieza, empaquetado y refrigeración 0.75 por caja	0.75 dólares
Cajas de cartón de 5 kilos de pitahaya cada una.	0.50 dólares
Malla protectora para 5 pitahayas (60 cm)	0.10 dólares
Operador logístico servicio completo	2.4 dólares
Documentación SENASA y adicionales	0.0094 dólares
Total costo de exportación por caja de 5 kilos	10.55 dólares

Nota: Los costos presentados, son de estimados de frutas similares y de fuentes oficiales, más no deben tomarse como costos finales. El servicio logístico y documentación está en costo unitario. Elaboración propia.

En base al costo de exportación podría definirse un precio de producción por kilo de \$ 1.98. Tomando como base los precios que actualmente se manejan en el mercado europeo con mayor importación, es decir Países bajos, se puede esperar una venta inicial por kilo de \$ 2.85 en promedio. Lo que daría un precio de venta de \$14.25, lo cual estaría sujeto a como serían vendida la fruta en destino. Por lo que se estaría ganando de forma bruta un total de \$ 3.70 por caja. Con respecto a los precios en Noruega, si bien la pitahaya amarilla de Colombia y Ecuador se vende a 37,30 el kilo, no se puede considerar esto como un precio fijo puesto que se encuentra en una etapa de introducción. (ODA, 2024b)

A continuación, se presentan el flujo de efectivo, análisis de la rentabilidad del proyecto de exportación y ratios financieros. Según el análisis realizado de todos los requerimientos para poder efectuar una primera exportación exitosa es necesaria la inversión de \$40,500.00, cuarenta mil quinientos y 00/100 dólares estadounidenses.

Tabla 8

Flujo de efectivo a 5 años desde el inicio de las exportaciones

Conceptos / año	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas internacionales		\$68,400.00	\$210,535.20	\$350,892.00	\$701,784.00	1,052,676.00
Ventas nacionales		\$11,250.00	\$13,083.75	\$15,216.40	\$17,696.67	\$20,581.23
Ingresos totales		\$79,650.00	\$223,618.95	\$366,108.40	\$719,480.67	1,073,257.23
Costos variables		\$50,640.00	\$161,490.96	\$269,151.60	\$538,303.20	\$807,454.80
Costos fijos		\$27,000.00	\$31,571.10	\$36,916.09	\$43,165.98	\$50,473.98
Costos totales		\$77,640.00	\$193,062.06	\$306,067.69	\$581,469.18	\$857,928.78
Proveedores	\$19,000.00					
Inversión agrícola	\$13,500.00					
Planillas	\$6,000.00					
Envíos de muestras	\$2,000.00					
Saldo final	-\$40,500.00	\$2,010.00	\$30,556.89	\$60,040.71	\$138,011.49	\$215,328.45
Acumulado	-\$40,500.00	-\$38,490.00	-\$7,933.11	\$52,107.60	\$190,119.10	\$405,447.55

Elaboración propia. Nota: Año 0 es el periodo de tiempo antes de poder completar un contenedor completo de 40 pies. Inflación de Noruega 2.6% anual, inflación peruana 6.3%

Tabla 9*Análisis de la rentabilidad del proyecto*

Año	Ingresos	Costos	Flujo de efectivo	Tasa (1+t)-n	Ingresos actualizados	Egresos actualizados	Flujo neto actualizado	
0	\$-	\$40,500.00	-\$40,500.00	1.00000	\$-	\$40,500.00	-\$40,500.00	\$-
1	\$79,650.00	\$77,640.00	\$2,010.00	0.90909	\$72,409.09	\$70,581.82	\$1,827.27	-\$38,672.73
2	\$223,618.95	\$193,062.06	\$30,556.89	0.82645	\$184,809.05	\$159,555.42	\$25,253.63	-\$13,419.10
3	\$366,108.40	\$306,067.69	\$60,040.71	0.75131	\$275,062.66	\$229,953.18	\$45,109.48	\$31,690.38
4	\$719,480.67	\$581,469.18	\$138,011.49	0.68301	\$491,414.98	\$397,151.27	\$94,263.71	\$125,954.09
5	\$1,073,257.23	\$857,928.78	\$215,328.45	0.62092	\$666,408.30	\$532,706.27	\$133,702.03	\$259,656.11
Total	\$2,462,115.26	\$2,056,667.71	\$405,447.55		\$1,690,104.08	\$1,430,447.97	\$259,656.11	

Elaboración propia. Nota: TASA de actualización 10%

Tabla 10*Ratios financieros*

RATIO	VALOR
ROI	7.696
VAN	\$311,702.86
TIR	95.07%

*Elaboración propia***3.8.3 Análisis de la capacidad exportadora en Arequipa**

En la realización de entrevistas a diferentes especialistas en agricultura, agronomía, comercio exterior y logística internacional se pudo levantar información relacionada a definir la capacidad de exportación que podría tener la región de Arequipa.

Por parte de los agricultores en la región, el fruto es medianamente conocido, los agricultores saben algunas cosas del fruto como sus variedades y sabor, además de algunas de sus propiedades, en especial las relacionadas al cuidado de la salud. Su opinión sobre la presencia de la pitahaya es similar, en su gran mayoría la han visto en mercados mayoristas (Mercado del Avelino, El Palomar, El Altiplano) en algunas ferias pequeñas por distrito, en tiendas vecinales y algunos vendedores independientes. Últimamente han entrado a ser ofertados en cadenas de super mercados como Tottus. Sobre los requerimientos agrícolas no conocen a fondo que podrían necesitar en específico, pero coinciden en 3 aspectos: riego, tierra y cuidado de las condiciones climatológicas de la región. Para casi todos los entrevistados si es posible cultivar pitahaya en Arequipa en zonas como la Joya, Vitor y Majes, esto porque pueden cubrir las necesidades de clima cálido y su rentabilidad en el mercado, un entrevistado indicaba que el sol afectaría en gran medida la calidad de los diferentes frutos. Sobre los cuidados adicionales se sigue manteniendo la tendencia de la importancia del riego y se adicional el tema de las plagas; el riego hace referencia al clima y sus efectos en el crecimiento, y las plagas al riesgo de que los plantones puedan infectarse por diferentes motivos eliminando la posibilidad de tener buenos frutos.

Desde el punto de vista de la agronomía, si hay una mayor recepción con respecto a empezar cultivos y hectáreas dedicadas a este cultivo. Sus razones se basan en que el suelo de Arequipa en sus diferentes provincias si estaría apto para cultivar y cosechar con éxito pitahaya, a esto le adicionan el clima y el agua. Con respecto al clima si consideran que afectaría de manera positiva, pero tomando factores como la época de cultivo y fertilización, los mínimos de temperatura, las horas de luz y la fecha de cosecha; considerando esos factores si es factible tener buenas cosechas de frutos. Para los cuidados adicionales si hacen hincapié en diferentes aspectos; en primer lugar, el manejo de temperaturas, fertilización y riego; en segundo lugar, prestar especial atención a la etapa de floración; y en tercer lugar, establecer buenos controles y cuidados de plagas y enfermedades que podrían presentar los cultivos. Para las principales dificultades que se pueden presentar en el cultivo son el control de plagas, el manejo de la temperatura y el esqueje, una ventaja en este aspecto es que el suelo arenoso permite la adaptación de la pitahaya en el suelo de las provincias de Arequipa.

Con respecto a los especialistas en logística internacional ninguno ha trabajado con pitahaya fresca como tal, pero si con carga que requiere refrigeración y transporte internacional desde Perú hacia destinos como estados Unidos y Europa. Desde su punto de vista el mejor transporte es el marítimo puesto que ofrece un movimiento de la carga seguro, así como un costo económico dada la distancia a recorrer; no obstante, el tiempo también es un factor a tomar en cuenta puesto que está sujeto a recaladas, transbordos y demoras en diferentes puertos entre Perú y Noruega. Para planificar todo lo que incluye la logística dos de los puntos más resaltantes entre los entrevistados fueron el tiempo de tránsito que pueden ofrecer las diferentes navieras y la tecnología ofrecida en el contenedor; todo esto con el fin de garantizar un correcto traslado y conservar un estado fresco de la fruta que permita su mejor venta en destino. Con los principales inconvenientes, casi todos coincidieron en el

precio elevado de los fletes al país en cuestión; debido al destino, el traslado incluye varias recaladas en el canal de Panamá y Rotterdam lo cual se traduce en un costo elevado.

Desde el punto de vista de los especialistas en comercio exterior, si tienen cierto grado de conocimiento de la existencia del tratado de libre comercio entre Perú y los estados miembros del EFTA entre los que se encuentra Noruega; no obstante, no conocen a fondo detalles documentarios o algunas ventajas que pueda otorgar el tratado. Con respecto a trabajar directamente con carga ya sea fresca o seca a Noruega, ninguno de los entrevistados ha tenido aun la oportunidad de trabajar con contenedor con destino al país nórdico. Tampoco conocen los requisitos mínimos para ser un exportador autorizado en lo respectivo a la legislación entre Perú y Noruega. Sobre las dificultades que puede presentar al momento de presentar la documentación, consideran que tanto el certificado de origen, así como el certificado fitosanitario serían de los más relevantes; adicional, hacen hincapié en todo lo que podrían solicitar las autoridades sanitarias en Noruega.

A esta información recopilada, se debe tener en cuenta el proyecto que se está gestando en la región de Arequipa, en la zona de Ocoña – Camaná, donde se está cultivando la variedad American Beauty. Este proyecto puede apoyar al fortalecimiento de la pitahaya en la región y el mayor conocimiento de los cuidados y requerimientos de la fruta en la región de Arequipa.

Conclusiones

En base a la investigación realizada y la información recabada se concluye que es posible la exportación de pitahaya de la región Arequipa al destino europeo de Noruega, con la capacidad de entregar un fruto competitivo y en condiciones óptimas para el exigente mercado noruego.

Como segunda conclusión se puede comprobar que la región Arequipa tiene clima y área cultivable para hectáreas de pitahaya, pero requiere una buena preparación con respecto a los cultivos, plagas, riego y acondicionamiento de la tierra. En cuestión de packing se considera a SC Packing, por las certificaciones existentes y su experiencia trabajando frescos como una de las mejores opciones para el empaquetado y consolidación de la carga.

En tercer lugar, Noruega dentro de los mercados europeos, representa un destino comercial atractivo por las tendencias del consumo de fruta y expectativas sobre productos beneficiosos para la salud. No obstante, cuenta con una población exigente en cuestión de requisitos y estándares que los productos deben cumplir, así como una serie de barreras no arancelarias presentes en la legislación noruega y europea. Para poder posicionarse dentro del mercado se debe poder presentar un producto de calidad sostenible.

En cuarto lugar, la ruta exportadora de la pitahaya hacia Noruega, atraviesa por presentar pitahayas que estén dentro de los parámetros esperados por el mercado en cuestión de calidad; acogiéndose al trato de libre comercio entre Perú y los estados miembros de la EFTA; contando con certificaciones internacionales como Global Gap y BRC y estableciendo alianzas estratégicas con diferentes proveedores en Noruega que puedan colocar la carga de una manera mucho más rápida y segura en los diferentes puntos de distribución.

En quinto lugar, la exportación de pitahaya en estos momentos es una actividad rentable, por los bajos costos de producción y empaquetado, además del buen precio al que se

puede acceder en los mercados internacionales como Países Bajos, Reino Unido, España y Alemania. Las exportaciones de pitahaya están al alza en cuestión de valor FOB, lo cual indica un aumento en la demanda, precios y competitividad de la pitahaya peruana.

Finalmente, las áreas críticas de la pitahaya son la cadena de frío que tendrá el producto durante todo su traslado desde Arequipa, pasando por el puerto de embarque y el destino final, el empaquetado que tendrá el producto para preservar su integridad, la selección de la ruta marítima, la tecnología del contenedor y la línea naviera. Todo con el fin de evitar su maduración anticipada y pérdida de valor en destino final.

Referencias bibliográficas

Agro Market. (2024). *Malla De Polietileno Para Fruta (Rollo X1000 M.)*.

<https://agromarket.pe/mallas-para-frutas/441-genericos-malla-de-polietileno-para-fruta-rollo-x1000-m.html>

Alderete, O., & Rodríguez, M. (2016). ¿Son importantes los estudios de mercado? La opinión de un grupo de empresarios oaxaqueños. *Cathedra et Scientia*, 1(2), 183–187.

http://www.profesoresuniversitarios.org.mx/catedra_ciencia_international_journal/0024_estudios_de_mercado_opinion_empresarios.pdf

Andia, W. (2016). Enfoque metodológico para los objetivos estratégicos en la planificación del sector público. *Industrial Data*, 19(1), 28–32.

<https://www.redalyc.org/pdf/816/81650062004.pdf>

Andina. (2021). ¡Pitahaya de altura! Investigadores ayacuchanos logran su adaptación a los valles andinos. *Andina Agencia Peruana de Noticias*.

Andina. (2022). Agricultura moderna: Nuevas tendencias tecnológicas que facilitan el trabajo agrícola. *Andina Agencia Peruana de Noticias*. <https://andina.pe/agencia/noticia-agricultura-moderna-nuevas-tendencias-tecnologicas-facilitan-trabajo-agricola-894031.aspx>

Arellano, J. (2019). *Análisis interno y externo para el diseño de estrategias comerciales con el fin de incrementar las ventas a corto plazo en un restaurante en la ciudad de Piura*.

https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4249/TSP_AE_1908.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketing* (13th ed.).

[https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos del Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)

Arrieta, E., Chacón, G., Ducuara, M., Monterrosa, C., Montes, P., & Vargas, J. (2018).

Estudio de factibilidad para exportación de pitahaya de Colombia hacia París-Francia.

Universidad Católica de Colombia.

Asociación Europea de Libre Comercio. (2021). *Acerca de EFTA*. [https://www.efta.int/about-](https://www.efta.int/about-efta/european-free-trade-association)

[efta/european-free-trade-association](https://www.efta.int/about-efta/european-free-trade-association)

Austin, W. (2018). *Foto de persona descargando un pallet de madera.*

<https://unsplash.com/es/fotos/g2O9BviWi3M>

Baena, J. J. (2018). Barreras arancelarias y no arancelarias como restricciones al comercio

internacional. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(83), 543–558.

<https://www.redalyc.org/journal/290/29058775003/29058775003.pdf>

Banco Mundial. (2024). *Perú Panorama general.*

[https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview#:~:text=De cara al futuro%2C se,disminución de la confianza empresarial.](https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview#:~:text=De%20cara%20al%20futuro%20se,disminuci%C3%B3n%20de%20la%20confianza%20empresarial.)

Betancourt, D. (2019). *Análisis pestel para describir el contexto organizacional.*

<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/3205>

Bonilla, G., & Quiroz, A. (2022). *Propuesta de plan de exportación para la pitahaya*

ecuatoriana de Palora [Universidad del Azuay].

<https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/11978>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2008). *Los Incoterms y su uso en el Comercio Internacional.*

[https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/3138/3053_Los_INCOTERM S_y_su_uso_en_el_comercio_internacional2.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/3138/3053_Los_INCOTERM_S_y_su_uso_en_el_comercio_internacional2.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Carrera, A. (2011). *El desarrollo de la tecnología para la industrialización de la pitahaya*

(Cereus triangularis Haw) y su incidencia en la baja oferta de productos en el mercado

local [Universidad Técnica de Ambato].

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/3101/1/PAL250.pdf>

Castillo, A. (2018). *Segmentación de mercados: definición, tipos y estrategia*. AB Tasty.

<https://www.abtasty.com/es/blog/segmentacion-de-mercado-definicion-tipos-y-estrategia/>

Centre for the Promotion of Imports. (2020). *The European market potential for exotic tropical fruit*. <https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/exotic-tropical-fruit/market-potential>

Centre for the Promotion of Imports from developing countries. (2022). *What requirements must fresh fruit or vegetables comply with to be allowed on the European market?*

<https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/buyer-requirements>

Colombia Trade. (2022). *Ruta exportadora*.

<https://www.colombiatrader.com.co/herramientas/ruta-exportadora>

Control Union Services. (2023). *GLOBAL G.A.P.*

<https://peru.controlunion.com/es/programas-de-certificacion/global-gap>

Da Silva, D. (2021). *Guía completa para entender qué es el estudio de mercado y para qué sirve*. <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-estudio-de-mercado/>

Delgado, A. (2015). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de pitahaya en la Parroquia Sangay, Cantón Palora, Provincia de Morona Santiago y su comercialización en el Distrito Metropolitano de Quito*.

<https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/9874>

Departamento de Inteligencia de Mercados de PROMPERÚ. (2016). *Guía Multisectorial de Mercado: Alemania*.

<https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/329960423radF0627.pdf>

Departamento de Inteligencia de Mercados de PROMPERÚ. (2019). *Guía de Mercado Multisectorial Noruega*. <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/guia-mercado-noruega-2019.pdf>

Diario del Exportador. (2018). *El Despacho Aduanero de exportación en Perú*. <https://www.diariodelexportador.com/2018/04/el-despacho-aduanero-de-exportacion-en.html#>

España Exportación e Inversiones (ICEX). (2021). *El mercado (nivel de vida, rasgos de la demanda, centros económicos)*. <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/informacion-del-mercado/index.html?idPais=NO#>

España Exportación e Inversiones (ICEX). (2022). *Noruega - Estructura de la oferta*. <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/estructura-de-la-oferta/index.html?idPais=NO>

Esquivel, P., & Araya, Y. (2012). Características del fruto de la pitahaya (*Hylocereus* sp.) y su potencial de uso en la industria alimentaria. *Revista Venezolana de Ciencia y Tecnología de Alimentos*, 3(1), 113–129.

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/41304127/Esquivel_Patricia_y_Araya-Quesada_RVCTA-V3N1-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1668054241&Signature=ZkpMf5xz60ISga6PVWxAPDQ8HJAQ-9mty-4rDLbUPbP8SzCvnnNgt7U67WufKvpcN8CTAUf5o4s81zQ3LwCu15zSBk23cReSYnyrsw06zd~XigN

- Eurofins. (2023). *¿Qué es el sistema HACCP?* <https://www.eurofins-environment.es/es/que-es-el-sistema-haccp/>
- Federación Latinoamericana de Bancos. (2022). *Datos de interés. La política moneteria en el Perú.* https://felaban.s3-us-west-2.amazonaws.com/datos_interes/12 de agosto 2022 Interés Perú.pdf
- Ferrer, V. (2021). *¿Qué es y cómo hacer un estudio de mercado?* <https://www.iebschool.com/blog/que-es-y-como-hacer-un-estudio-de-mercado-marketing-digital/>
- Fitch Wire. (2022). Policy Instability in Peru May Curtail Energy Investments. *Fitch Ratings.* <https://www.fitchratings.com/research/corporate-finance/policy-instability-in-peru-may-curtail-energy-investments-30-08-2022>
- Fort, R. (2020). Más allá de los transgénicos: tecnología e innovación para una nueva revolución verde en el Perú. *Grupo de Análisis Para El Desarrollo.* <https://www.grade.org.pe/novedades/mas-alla-de-los-transgenicos-tecnologia-e-innovacion-para-una-nueva-revolucion-verde-en-el-peru-por-ricardo-fort/>
- Fresh Plaza. (2021). *Evolución del mercado noruego de frutas y hortalizas en 2020.* <https://www.freshplaza.es/article/9305072/evolucion-del-mercado-noruego-de-frutas-y-hortalizas-en-2020/>
- Garcés, Y., & Pancea, Y. (2019). La ventaja competitiva: Su papel en el posicionamiento del destino turístico. *Revista Contribuciones a La Economía, Octubre-di.* <https://www.eumed.net/rev/ce/2019/4/ventaja-competitiva.html>
- Global Edge. (2023). *Norway: Trade Statistics.* <https://globaledge.msu.edu/countries/norway/tradestats>

Hernández, J. (2013). *Incoterms y su importancia en las actividades comerciales*.

<https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/47894046/incoterms-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1668489680&Signature=cydYWsPxEKBRMLC1IoyC2h~ki3vfnh~wRr9HOuZ0sifTrbeMTwrZtZYyM7UTlhbksIisFCpHpi3G-keFdFg9r7eTWAzM4-NxDuaHx-9eATe2lJl4cYpvet98taa21Jto6w43mYRIalqOgSZBgfC>

Hill, C. (2011). *Negocios internacionales Charles Hill* (8th ed.).

Hington, M. (2020). *Plan de exportación de pulpa de pitahaya congelada hacia el mercado de Italia* [Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil].

<http://200.24.193.135/handle/44000/3594>

ICEX. (2020). *El mercado de las frutas tropicales en Noruega*.

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjp-cfJyqH7AhVKq5UCHb6fBfEQFnoECBMQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.icex.es%2Ficex%2FGetDocumento%3FdDocName%3DDOC2020849183%26rendition%3DAlte rnateWeb%26urlNoAcceso%3D%2Ficex>

iContainers. (2018). *Qué es el packing list y para qué sirve*.

<https://www.icontainers.com/es/ayuda/packing-list-que-es-y-como-rellenarlo/>

Instituto Nacional de Innovación Agraria-INIA. (2020). *Guía técnica del cultivo de la pitahaya en la región Amazonas*. [https://www.inia.gob.pe/wp-](https://www.inia.gob.pe/wp-content/uploads/2020/01/Pitahaya.pdf)

[content/uploads/2020/01/Pitahaya.pdf](https://www.inia.gob.pe/wp-content/uploads/2020/01/Pitahaya.pdf)

Instituto Peruano de Economía. (2021). *¿Qué es el Producto Bruto Interno (PBI)?*

<https://www.ipe.org.pe/portal/producto-bruto-interno/>

Intertek. (2024). *Servicios de Certificación BRC Global Standard for Food Safety*.

<https://www.intertek.com.co/alimentos/servicios-de-certificacion-brc/>

Isotools. (2024). *Norma ISO 9001*. <https://www.isotools.us/normas/calidad/iso-9001/>

Jiménez, E., López, C., & Espinoza, D. (2020). Identificación de las principales plagas que afectan la pitahaya (*Hylocereus undatus* Britt and Rose) en Carazo, Nicaragua, 2018.

Ciencia E Interculturalidad, 26(1), 192–209.

<https://doi.org/https://doi.org/10.5377/rci.v26i01.9894>

Kees, J. (2018). *Mercado estable de importación de frutas y hortalizas frescas*. Fresh Plaza.

<https://www.freshplaza.es/article/3113416/noruega-mercado-estable-de-importacion-de-frutas-y-hortalizas-frescas/>

Lara, E. (2016). *Plan de exportación: La trufa negra en Francia* [Universidad de Valladolid].

https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/23404/TFG-O_964.pdf?sequence=1

Leonidou, L., Katsikeas, C., & Coudounaris, D. (2010). Five decades of business research into exporting: A bibliographic analysis. *Journal of International Management*, 16(1),

78–91. <https://stelladominguezcom.wordpress.com/2012/02/15/x003/>

Logisber. (2018). *Packing list ¿Te explicamos qué es y para qué sirve?*

<https://logisber.com/blog/packing-list>

López, O., & Guido, A. (2016). Evaluation of phosphorus and nitrogen dosages in strawberry pear (*Hylocereus undatus*) cultivation. *Agronomy Mesoamerican*, 9(1), 66–71.

<https://doi.org/https://doi.org/10.15517/am.v9i1.24635>

Martin, D. (2019). *Foto de fruta de dragón en rodajas amarilla*.

<https://unsplash.com/es/fotos/gLyTF4QIoqk>

Méndez, A. (2020). Mercado y consumo de la fruta del dragón en 2020. *Avogo Consulting*.

<https://avogoconsulting.com/subtropicales/mercado-consumo-fruta-del-dragon-2020/>

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (n.d.-a). *Lo que debes saber sobre la certificación de origen*. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/certificacion_de_origen/certificacion_por_entidades/GUIA_EMISION_CERTIFICADOS_DEORIGEN_06012012.pdf
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (n.d.-b). *Preguntas frecuentes sobre el TLC Perú - EEUU*. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Bid/pdfs/Qué es un TLC.pdf
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2010). *Acuerdo sobre Agricultura entre la República del Perú y el Reino de Noruega*. http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/En_Vigencia/EFTA/Documentos/docs/EA_Peru_Noruega_9periodo.pdf
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2017). *Guía de requisitos sanitarios y fitosanitarios para la agroexportación a la Unión Europea*. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/medidas_Sanitarias_Fitosanitarias/Guia_UE_Alta.pdf
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2019). *Plan de desarrollo de Mercado*. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/342738/PDM_ITALIA_VF.pdf?v=1563459402
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2024). *Reportes de comercio bilaterales*. https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/rep_comer_bilat/comercio
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2015). *Problemas Tipo de la Agricultura Peruana*. <https://www.midagri.gob.pe/portal/22-sector-agrario/vision-general/190-problemas-en-la-agricultura-peruana>

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2020). *Obtener certificado fitosanitario de exportación o reexportación de plantas, productos vegetales y otros artículos reglamentados*. <https://www.gob.pe/10093-obtener-certificado-fitosanitario-de-exportacion-o-reexportacion-de-plantas-productos-vegetales-y-otros-articulos-reglamentados>

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2024). *Reporte de Ingreso y Precios en el MERCADO MAYORISTA DE FRUTAS (MMF) N° 2 - JUNIO 2024*. <https://www.gob.pe/institucion/midagri/informes-publicaciones/5629378-reporte-de-ingreso-y-precios-en-el-mercado-mayorista-de-frutas-mmf-n-2-junio-2024>

Ministerio de Economía y Finanzas. (2020). *Definiciones 2022. MEF*. https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=100852&lang=es-ES&view=article&id=287

Ministerio de Relaciones Exteriores de Noruega. (2022). *El sector económico y empresarial de Noruega*. <https://www.norway.no/es/central-content/es/valores-prioridades/the-norwegian-economy-and-business-sector/>

Ministerio del Ambiente. (2022). *Cambia el clima, cambio yO*. <https://www.gob.pe/institucion/minam/campañas/6331-cambia-el-clima-cambio-yo>

Mochón, F. (2012). *Economía*. McGraw-Hill. <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448181042.pdf>

Mordor Intelligence. (2022). *Dragon Fruit Market - Growth, Trends, COVID-19 Impact, and Forecasts (2022 - 2027)*. *Mordor Intelligence*. <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/dragon-fruit-market>

Moya, P. (n.d.). *Introducción a la Mercadotecnia*.

<https://librosaccesoabierto.uptc.edu.co/index.php/editorial-uptc/catalog/download/48/78/2867?inline=1>

Murillo, D. (2021). *Balanza de pagos*. <http://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/handle/11506/1715>

Natur. (2024). *Pitaya - Rosa pulver - Dragefrukt - 70g*. <https://natur.no/rosa-pitaya-pulver-dragefrukt-70g>

Navarro, Y., & Paniagua, J. (2019). *Propuesta del plan de exportación hacia Colombia, para las puertas modulares de la empresa Arkiplast S.A.* [Universidad Técnica Nacional]. <https://repositorio.utn.ac.cr/handle/20.500.13077/290>

Nielsen IQ. (2022). *5 Tendencias nórdicas de consumo para observar*.

<https://nielseniq.com/global/en/insights/report/2022/5-nordic-consumption-trends-to-watch/>

Norwegian Food Safety Authority. (2023). *Obligations for importers of foods to Norway*.

https://www.mattilsynet.no/language/english/food_and_water/Commercial_import_of_foods_to_Norway/obligations_for_importers_of_foods_to_norway.11700

Obregón, A., Contreras, E., Elías, C., Muñoz, A., Yuli, R., & Condor, E. (2022). Nutritional and physicochemical profile of the pitahaya cultivated in the central coast of Peru.

Revista de La Facultad de Agronomía, 39(1).

<https://produccioncientificaluz.org/index.php/agronomia/article/view/37580/41234>

ODA. (2024a). *Dragefrukt*. <https://oda.com/no/search/products/?q=Dragefrukt>

ODA. (2024b). *Gul Pitahaya, Dragefrukt*. <https://oda.com/no/products/64152-gul-pitahaya-dragefrukt-columbia-ecuador/>

OECD. (2024). *Perú / Noruega*. <https://oec.world/es/profile/bilateral-country/per/partner/nor>

Oficina de información diplomática. (2022a). *Ficha país Noruega*.

http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/noruega_ficha_pais.pdf

Oficina de información diplomática. (2022b). *Ficha País Noruega Reino de Noruega*.

http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/noruega_ficha_pais.pdf

Oficina Económica y Comercial de España en, & Düsseldorf. (2022). *El mercado de hortalizas y frutas frescas en Alemania*.

https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/043/documentos/2022/11/documentos-anexos/DOC2022917146_2.pdf

Oficina Económica y Comercial de La Embajada de España en Milán. (2022). *El mercado de las frutas y hortalizas en Italia*.

https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/079/documentos/2022/12/estudios-de-mercado/EM_El mercado de las frutas y hortalizas en Italia 2022-rev.pdf

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Oslo. (2021). *Guía práctica: Cómo exportar productos agroalimentarios a Noruega*.

https://www.ivace.es/Internacional_Informes-Publicaciones/Paises/Noruega/Noruegaexporagroicex2021.pdf

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (n.d.). *Requisitos para los certificados fitosanitarios*. <https://www.fao.org/3/y3241s/y3241s06.htm>

Organización Mundial del Comercio. (2018). *Examen de las políticas comerciales. Informe de la secretaria - Noruega*. https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/s373_s.pdf

Orientación Aduanera. (n.d.-a). *Declaración Aduanera de Mercancías con Datos Definitivas (DAM 41)*. <https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/dam41.html>

Orientación Aduanera. (n.d.-b). *Exportación*.

<https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html>

Paredes, D. (2015). *Ruta Exportadora*.

https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/20.500.14152/227/Ruta_exportadora_actividades_2016_2015_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Peiro, A. (2015). *Estrategias genéricas de Porter*. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/estrategias-genericas-porter.html>

Perú 21. (2021). Pitahaya, la fruta del dragón: Un superalimento que se abre paso en el mercado peruano. *Perú 21*. <https://peru21.pe/peru/pitahaya-la-fruta-del-dragon-un-superalimento-que-se-abre-paso-en-el-mercado-peruano-pitahaya-peru-alimentacion-noticia/>

Pitahaya Enciclopedia Ilustrada. (2023). *Tipos de Pitahayas y sus Características*.

<https://pitahaya.info/tipos-pitaya-roja-mexicana/>

Plataforma de Información de la Industria Frutícola Chilena. (2022). *Análisis del mercado de la fruta en China en 2021*. <https://www.simfruit.cl/analisis-del-mercado-de-la-fruta-en-china-en-2021/>

Portugal, S. (2022). *Plan de exportación de Quinoa orgánica producida en la región de Arequipa, con destino al mercado Estadounidense 2020* [Universidad La Salle].

<https://repositorio.ulasalle.edu.pe/handle/20.500.12953/158>

Procolombia. (2020). *El mercado de frutas tropicales en Países Bajos*.

<https://www.colombiatrade.com.co/noticias/el-mercado-de-frutas-tropicales-en-paises-bajos>

Procomer. (2022). *Italia demanda más frutas exóticas que otros países europeos*.

https://legiscomex.com/Noticias/Italia_demanda_mas_frutas_exoticas_que_otros_paises

_europeos-71163

Promperú. (2012). *Guía de Mercado Noruega*.

<https://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/fichapais/GUIA-DE-MERCADO-DE-NORUEGA.PDF>

PROMPERÚ Estados Unidos. (2021). *¿Cuáles son las tendencias alimentarias en Estados Unidos para el 2021?* <https://boletines.exportemos.pe/704/cuales-son-las-tendencias-alimentarias-en-estados-unidos-para-el-2021>

Quiroa, M. (2020). *Análisis externo de una empresa*. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/analisis-externo-de-una-empresa.html>

Ráez, R., Jiménez, W., & Buitrago, J. (2021). Las teorías de la competitividad: Una síntesis. *Revista Republicana*, 31, 119–144.

<https://doi.org/https://doi.org/10.21017/rev.repub.2021.v31.a110>

Redacción Agraria. (2024). Pitahaya peruana, una delicia espinosa lista para la expansión de exportaciones en 2024. *Agraria*. <https://agraria.pe/noticias/pitahaya-peruana-una-delicia-espinosa-lista-para-la-expansio-34320>

Reguera, I. (2018). Los siete alimentos más importantes de la dieta nórdica. *Tendencias*.

<https://www.tendencias.com/dietas-y-nutricion/siete-alimentos-importantes-dieta-nordica>

República del Perú y los Estados AELC. (2010). *Acuerdo de Libre Comercio entre Perú y los*

Estados de la AELC. SICE. http://www.sice.oas.org/trade/per_efta/index_s.asp

Reuter. (2022). Inflación en Perú se desacelera en septiembre a 0,52%. *Euronews*.

<https://es.euronews.com/next/2022/10/01/peru-inflacion>

Roncancio, G. (2018). ¿Qué son los objetivos estratégicos y cómo crearlos? Algunos

ejemplos. *Gestión Pensemos*. <https://gestion.pensemos.com/que-son-los-objetivos-estrategicos-y-como-crearlos-algunos-ejemplos>

Sanchez, E., Villareal, J., & Torres, J. (2015). Estimación de la huella hídrica para un cultivo de pitahaya amarilla (*Selenicereus megalanthus*). *Publicaciones e Investigación*, 9, 135–146. <https://doi.org/https://doi.org/10.22490/25394088.1439>

Sanchez, J. (2019). *Incoterm CIF*. Economipedia. link:
<https://economipedia.com/definiciones/incoterm-cif.html>

Sánchez, J. (2019). *Incoterm FOB*. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/incoterm-fob.html>

Sánchez, Javier. (2020). *Ventaja absoluta*. <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-absoluta.html>

Searates. (2024). *Container Dimensions*. <https://www.searates.com/es/reference/container/>

Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú. (2017). *Procedimiento Integrado de Exportación Vegetal*. <http://www.senasa.gob.pe/senasa/wp-content/uploads/2017/01/PROCEDIMIENTO-INTEGRADO-DE-EXPORTACION-VEGETAL-1.pdf>

Shandong Aoweite Biotecnología Co., L. (2022). Tecnología de conservación de la fruta del dragón. *Logfresh*. <https://www.awtpost-harvest.com/news/dragon-fruit-preservation-technology-61589971.html>

Silva, C. (2024). ¿Qué influyó en un crecimiento importante en la exportación de pitahaya durante el 2023? *El Comercio*. https://elcomercio.pe/economia/dia-1/pitahaya-que-impulso-su-crecimiento-importante-en-el-2023-noticia/?ref=ecr#google_vignette

Silveira-Gramont1, M. I., Aldana-Madrid, M. L., Piri-Santana, J., Valenzuela-Quintanar, A.

- I., Jasa-Silveira, G., & Rodríguez-Olibarria, G. (2018). Plaguicidas agrícolas: un marco de referencia para evaluar riesgos a la salud en comunidades rurales en el estado de Sonora, México. *Revista Internacional de Contaminación Ambiental*, 34(1).
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-49992018000100007
- Silvera, K., Cubas, A., Benites, F., & Jurado, G. (2022). *Exportación de pitahaya fresca al mercado de Róterdam - Países Bajos* [Universidad Científica del Sur].
<https://repositorio.cientifica.edu.pe/handle/20.500.12805/2482>
- Statistics Norway. (2024). *External trade in goods*.
<https://www.ssb.no/en/utenriksokonomi/utenrikshandel/statistikk/utenrikshandel-med-varer>
- SUBREI. (2022). *Ruta Exportadora*. <https://www.subrei.gob.cl/ruta-exportadora/inicio>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2022). *Anuario Estadístico 2021*. https://www.sunat.gob.pe/estad-comExt/modelo_web/anuario21.html
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2023). *Consulta por Partida*. <http://www.aduanet.gob.pe/cl-ad-itconsultadwh/ieITS01Alias>
- The european commission. (2024). *Resultados para el código de producto 0810.90.2010 de Perú a Países Bajos*. <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/results?product=0810902010&origin=PE&destination=NL>
- Toll Customs. (2023). *Proof of origin*. <https://www.toll.no/en/corporate/import/free-trade/two-types-of-certificate-of-origin/>
- Trademap. (2023). *Importaciones Noruega 081090*.
https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7C579%7C

%7C%7C%7C081090%7C%7C%7C6%7C1%7C1%7C1%7C2%7C1%7C2%7C1%7C1%7C1

Tridge. (2022). *Global Export of Fresh Dragon Fruit*.

<https://www.tridge.com/intelligences/dragon-fruit/export>

Tridge. (2024a). *Fresh Dragon Fruit - Norway*. <https://www.tridge.com/intelligences/dragon-fruit/NO/import>

Tridge. (2024b). *Pitaya (pitahaya) fresca - Alemania*.

<https://www.tridge.com/intelligences/dragon-fruit/DE/import>

Unidad de Inteligencia Comercial del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego de Perú.

(2021a). *Análisis de mercado de la Pitahaya*.

[https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2055424/Perfil de Mercado de la Pitahaya.pdf.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2055424/Perfil%20de%20Mercado%20de%20la%20Pitahaya.pdf.pdf)

Unidad de Inteligencia Comercial del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego de Perú.

(2021b). *Tendencias del Mercado de Pitahaya, Retos y Oportunidades*.

[https://repositorio.sierraexportadora.gob.pe/bitstream/handle/SSE/282/Tendencias de mercado de la Pitahaya y oportunidades para el Perú-final.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.sierraexportadora.gob.pe/bitstream/handle/SSE/282/Tendencias%20de%20mercado%20de%20la%20Pitahaya%20y%20oportunidades%20para%20el%20Peru-final.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Valderrama, P. (2021). *Plan de exportación de palta Hass Peruana hacia el mercado Italiano*

[Universidad La Salle]. <http://190.119.187.254/handle/20.500.12953/113>

Vargas, A. (2017). *Investigación de mercados*.

<https://core.ac.uk/download/pdf/326425903.pdf>

Verona, A., Urcia, J., & Paucar, L. (2020). Pitahaya (*Hylocereus* spp.): Cultivo,

características fisicoquímicas, composición nutricional y compuestos bioactivos. *Scientia*

Agropecuaria, 11(3), 439–453. <https://dx.doi.org/10.17268/sci.agropecu.2020.03.16>

Volza. (2023). *Registro de importaciones en Noruega*.

<https://www.volza.com/p/fruits/import/import-in-norway/>

Yoplac, I., Chávez, R., & Santos, J. (2021). *Manual de cosecha y poscosecha de pitahaya*.

<https://repositorio.inia.gob.pe/handle/20.500.12955/1420>

Zang, J. (2023). Vietnam's Dragon Fruit Exports Decline by Half Since 2019. *Produce*

Report. <https://www.producereport.com/article/vietnams-dragon-fruit-exports-decline-half-2019>

Zeferino, M. (2021). *Foto de fruta del dragón rosa*.

https://unsplash.com/es/fotos/kRSV7C1TL_4

Шарипов, Ю. (n.d.). *Fruta de mango en un embalaje de malla hecho de espuma de alimentos*

para la fruta. <https://es.dreamstime.com/fruta-de-mango-en-un-embalaje-malla-hecho-espuma-alimentos-para-la-una-manga-protectora-hecha-blanca-sobre-fondo-claro-image174666594>

Anexos

Anexo 1:

Tabla 11

Matriz de consistencia

Establecer un plan de exportación de Pitahaya Fresca de la región de Arequipa a Noruega

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA	TÉCNICAS
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	Debido al crecimiento	Se aplicará un método	
¿Es factible la exportación de pitahaya fresca de origen arequipeño hacia el mercado de Noruega?	Establecer un plan de exportación de pitahaya fresca de la región Arequipa a Noruega	exponencial de las importaciones en diferentes mercados a nivel internacional y la	deductivo en el cual se analice la información y la literatura, hasta llegar a la formulación	La técnica a utilizar es un análisis documental sobre el movimiento de la
PROBLEMA ESPECÍFICO	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	accesibilidad a los	y exposición de un plan	pitahaya entre los
¿Cuál es la capacidad exportadora de Arequipa en cuestión de pitahaya fresca?	Determinar la capacidad exportadora de pitahaya de la región Arequipa	mercados, es posible la ejecución de un plan de exportación de pitahaya	de exportación de pitahaya fresca de la Región de Arequipa. La	año 2019 a 2021.

¿Cuáles son las principales oportunidades comerciales de la pitahaya en Noruega?	Analizar las oportunidades comerciales de la pitahaya en Noruega	fresca de la región Arequipa a Noruega	investigación tiene un nivel exploratorio - cualitativo de tipo tecnológico.
¿Cuál es el proceso que debe seguir la pitahaya para su exportación a Noruega?	Determinar la ruta exportadora para la pitahaya hacia Noruega		
¿Es rentable la exportación de pitahaya a Noruega?	Desarrollar un análisis económico de la exportación de pitahaya.		
¿Cuáles son las áreas críticas en el proceso de exportación?	Definir las áreas críticas para el éxito de la exportación		

Anexo 2:

Tabla 12

Matriz de operacionalización de variable

VARIABLE	CONCEPTUALIZACIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
PLAN DE EXPORTACIÓN	Como se citó a Lerna (2010) en Navarro & Paniagua (2019) en la empresa es el plan de exportación aquel que muestra la guía de pasos para el correcto aprovechamiento del potencial exportador y la correcta forma de competir en los mercados internacionales.	Como es definida por Lara (2016) el plan de exportación busca reunir información de diferentes fuentes con el fin de identificar riesgos, oportunidades, planificar la toma de decisiones.	Análisis de interno y externo de la pitahaya en Perú	Análisis de la pitahaya
			Estudio de mercado sobre las frutas en Noruega	Análisis PESTEL
			Ruta exportadora	Tendencias Expectativas Proceso de extracción Documentación
			Análisis económico	Estructura de costos Áreas críticas de exportación
			Proceso estandarizado de exportación	

Anexo 3: Cuestionarios para las entrevistas a los especialistas

Cuestionario base para entrevista a especialistas

Cuestionario para conocer la opinión de Agricultores sobre la pitahaya y su cultivo en la región de Arequipa

El presente cuestionario está enfocado para el conocimiento y recaudación de información acerca del cultivo de pitahaya en la ciudad de Arequipa. Responda las preguntas con total sinceridad y desde su experiencia en el sector agrícola.

Según Verona, Urcia y Paucar: “La Pitahaya, conocida comúnmente como “fruta del dragón”, es un fruto originario de Centroamérica y la selva peruana cuyo fruto puede ser de diferentes colores como amarillo, púrpura, rojo y blanco. Este fruto presenta un alto valor nutricional [...]”

1. ¿Ha escuchado hablar de la pitahaya?

- Nunca
- Casi nunca
- En ocasiones
- A menudo
- Frecuentemente

2. ¿Ha visto usted pitahaya en los mercados de Arequipa?

- Nunca
- Casi nunca
- En ocasiones
- Casi siempre
- Siempre

3. ¿Conoce usted cuales son los requerimientos agrícolas para el cultivo de la pitahaya?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdos

- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo
4. ¿Cree que la pitahaya o fruta del dragón pueda ser cultivada con éxito en la región de Arequipa?
- Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdos
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo
5. ¿Qué cuidados adicionales debería tenerse en cuenta para el cultivo de pitahaya?
- Irrigación
 - Cuidado del sol
 - Plagas
 - Otro: _____

Cuestionario para conocer la opinión de Ingenieros agrónomos sobre la pitahaya y su cultivo en la región de Arequipa

El presente cuestionario está enfocado para el conocimiento y recaudación de información acerca del cultivo de pitahaya en la ciudad de Arequipa. Responda las preguntas con total sinceridad y desde su experiencia en la investigación en el sector agrícola.

Según Verona, Urcia y Paucar: “La Pitahaya, conocida comúnmente como “fruta del dragón”, es un fruto originario de Centroamérica y la selva peruana cuyo fruto puede ser de diferentes colores como amarillo, púrpura, rojo y blanco. Este fruto presenta un alto valor nutricional [...]”

1. ¿Cree que la pitahaya o fruta del dragón pueda ser cultivada con éxito en la región de Arequipa?
 - Totalmente en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - De acuerdo
 - Totalmente de acuerdo

2. ¿Cómo cree que el clima de la región de Arequipa pueda favorecer o afectar el cultivo de pitahaya?
 - Afectaría en gran medida
 - Afectaría en menor medida
 - No afectaría ni favorecería
 - Favorecería en menor medida
 - Favorecería en gran medida.

3. ¿Qué cuidados adicionales debería tenerse en cuenta para el cultivo de pitahaya?
 - Respuesta 1: _____
 - Respuesta 2: _____

4. ¿Qué dificultades técnicas puede encontrar para poder cultivar la pitahaya?
 - Respuesta 1: _____
 - Respuesta 2: _____

Cuestionario para conocer la opinión de Expertos en logística internacional sobre la pitahaya y su posibilidad de transporte a Noruega

El presente cuestionario está enfocado para el conocimiento y recaudación de información acerca del cultivo de pitahaya en la ciudad de Arequipa. Responda las preguntas con total sinceridad y desde su experiencia en la investigación en el sector de logística internacional.

Teniendo en cuenta que el fin de la presente investigación es de planificar la exportación de **pitahaya fresca** al mercado de Noruega en Europa, considere los puntos más importantes y principales inconvenientes en temas de logística internacional de transporte.

1. ¿Ha trabajado con carga fresca, en específico con pitahaya fresca?
 - Nunca
 - Casi nunca
 - Ocasionalmente
 - A menudo
 - Frecuentemente

2. ¿Cuál cree usted que es el mejor medio de transporte para la carga de pitahaya fresca?
 - Aéreo
 - Marítimo
 - Terrestre
 - Multimodal

3. ¿Para usted cual es el principal factor a tomar en cuenta al momento de planificar la logística de transporte?
 - Respuesta 1: _____
 - Respuesta 2: _____

4. Considerando el país de Noruega como el punto de destino ¿cuál cree que sería el principal inconveniente en cuestión de logística internacional?
 - Respuesta 1: _____
 - Respuesta 2: _____

**Cuestionario para conocer la opinión de Especialistas en Comercio Exterior sobre la
pitahaya fresca y su ingreso a Noruega**

El presente cuestionario está enfocado para el conocimiento y recaudación de información acerca del cultivo de pitahaya en la ciudad de Arequipa. Responda las preguntas con total sinceridad y desde su experiencia en la investigación en el sector aduanero y de comercio exterior.

Teniendo en cuenta que el fin de la presente investigación es de planificar la exportación de **pitahaya fresca** al mercado de Noruega en Europa, considere los puntos más importantes y principales inconvenientes en temas de ingreso desde la perspectiva aduanera.

1. ¿Está usted al tanto del acuerdo de libre comercio entre Perú y Noruega?

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdos
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

2. ¿Ha exportado alguna vez alguna carga fresca o carga seca hacia Noruega?

- Nunca
- Casi nunca
- Ocasionalmente
- A menudo
- Frecuentemente

3. ¿Conoce usted los requisitos mínimos para poder ser un exportador autorizado para Noruega? Indique 3 de ellos

- Respuesta 1: _____
- Respuesta 2: _____
- Respuesta 3: _____

4. ¿Qué dificultades cree usted que se pueden presentar al momento de presentar la documentación para la entidad aduanera en Noruega?

Respuesta 1: _____

Respuesta 2: _____

Respuesta 3: _____

Anexo 4: Transcripciones de las entrevistas realizadas

En este anexo se encuentran las transcripciones de las entrevistas realizadas.

Anexo 4.1 Agricultores de la región de Arequipa

Entrevistado N° 1: Jose Miguel Adco

1. ¿Ha escuchado hablar de la pitahaya?

Casi nunca, lo he escuchado muy poco en la región, solo cuando alguien lo ve por primera vez en alguna tienda y quiere saber si yo sé dónde comprar o de un proveedor.

2. ¿Ha visto usted pitahaya en los mercados de Arequipa?

En ocasiones, la veo principalmente en el Avelino y algunos proveedores pequeños además alguna tienda pequeña de barrio.

3. ¿Conoce usted cuales son los requerimientos agrícolas para el cultivo de la pitahaya?

En desacuerdo, específico de la pitahaya no conocería, pero si es en la región de Arequipa lo fundamental sería el riego que pueda necesitar durante todo su proceso de crecimiento.

4. ¿Cree que la pitahaya o fruta del dragón pueda ser cultivada con éxito en la región de Arequipa?

De acuerdo, creo que si sería un exitoso porque sería una buena rentabilidad para los comercios y agricultores.

5. ¿Qué cuidados adicionales debería tenerse en cuenta para el cultivo de pitahaya?

Irrigación, no sabría si el terreno estaría apto para que los plantones puedan crecer adecuadamente.

Entrevistado N° 2: Elar Gallegos

1. ¿Ha escuchado hablar de la pitahaya?

En ocasiones, generalmente escucho de ella durante todo el año. Cada vez más vendedores traen pitahaya, pero creo que es de otras regiones. También se ha hecho algo famosa entre los compradores, pero en lo personal se me hace un poco cara.

2. ¿Ha visto usted pitahaya en los mercados de Arequipa?

Casi siempre, en casi todos los mercados grandes uno ya encuentra pitahaya roja o amarilla, de ahí ya se distribuye a otros mercados o las bodegas por barrio.

3. ¿Conoce usted cuales son los requerimientos agrícolas para el cultivo de la pitahaya?

Ni de acuerdo ni en desacuerdo, según mi criterio es importante el suelo agrícola y el agua para el riego. Así como el clima de la zona donde deseen plantar.

4. ¿Cree que la pitahaya o fruta del dragón pueda ser cultivada con éxito en la región de Arequipa?

De acuerdo, ya que la pitahaya necesita un clima cálido para crecer, cultivar en Majes, La Joya, Vitor y alrededores es factible. Siempre y cuando se cumplan todos los requerimientos agrícolas.

5. ¿Qué cuidados adicionales debería tenerse en cuenta para el cultivo de pitahaya?

Las plagas, en los climas cálidos como el de Arequipa proliferan diferentes tipos de plagas. Es importante el cuidado y así se obtendrá un buen producto final.

Entrevistado N° 3: Christian Ramos

1. ¿Ha escuchado hablar de la pitahaya?

Frecuentemente, es muy popular para los clientes y vendedores, siempre escucho conversaciones acerca de cuando llegarán nuevas jabas o donde comprar el mejor producto con precios accesibles.

2. ¿Ha visto usted pitahaya en los mercados de Arequipa?

Siempre, es raro ya no encontrar pitahaya en casi todos los mercados principales, además de que muchas tiendas que funcionan como pequeños supermercados siempre suelen tener stock. Eso sin contar los diferentes vendedores en camionetas o carretillas.

3. ¿Conoce usted cuales son los requerimientos agrícolas para el cultivo de la pitahaya?

De acuerdo, el clima que presenta la región de Arequipa se caracteriza por presentar mucha luz durante todo el año, lo cual podría ayudar al crecimiento de los plántones.

4. ¿Cree que la pitahaya o fruta del dragón pueda ser cultivada con éxito en la región de Arequipa?

De acuerdo, en mi opinión el clima ayuda mucho además de las zonas cultivables. Yo vivo en Vitor y ya he empezado a ver plantaciones de pitahaya que se ven muy prometedoras.

5. ¿Qué cuidados adicionales debería tenerse en cuenta para el cultivo de pitahaya?

Las plagas, en mi opinión las plagas acabarían con la siembra y con los plántones. Porque no sabemos como podrían reaccionar antes las plagas arequipeñas.

Entrevistado N° 4: Cesar Moscoso

1. ¿Ha escuchado hablar de la pitahaya?

En ocasiones, es una fruta algo conocida entre algunos clientes, pero muchas veces por su precio no es asociada como una fruta de consumo masivo, se diferencia mucho de la manzana, mandarina o las uvas.

2. ¿Ha visto usted pitahaya en los mercados de Arequipa?

Casi siempre, está cada vez más presente en los mercados de frutas, pero aun falta diversificar su presencia de los mercados grandes hacia las bodegas más pequeñas. Por su mismo precio muchos no suelen comprarla para una venta al menor.

3. ¿Conoce usted cuales son los requerimientos agrícolas para el cultivo de la pitahaya?

En desacuerdo, en mi opinión el requerimiento esencial para el cultivo de pitahaya es que debe ser una semilla de calidad y muy buena limpieza, es decir, una muy buena desinfección

4. ¿Cree que la pitahaya o fruta del dragón pueda ser cultivada con éxito en la región de Arequipa?

De acuerdo, creo que en la región de Arequipa tenemos una muy buena voluntad para implementar cultivos, en especial los más rentables. Por lo que considero que si podemos tener una buena capacidad de cultivar y cosechar pitahaya en la región.

5. ¿Qué cuidados adicionales debería tenerse en cuenta para el cultivo de pitahaya?

Irrigación, en la zona de Arequipa es difícil muchas veces contar con un suministro de agua ilimitado, por lo que siempre se debe tener en cuenta las fuentes de agua al momento de pensar en empezar un proyecto.

Entrevistado N° 5: Rommel Ramos

1. ¿Ha escuchado hablar de la pitahaya?

En ocasiones, yo trabajo generalmente con algunos cultivos de cebolla o papa y ganado en la Joya. Aquí se ha empezado a tener más conversaciones sobre empezar a cambiar cultivos tradicionales por hectáreas de pitahaya.

2. ¿Ha visto usted pitahaya en los mercados de Arequipa?

Casi siempre, se ha vuelto un producto cotizando en casi todos los mercados grandes de Arequipa. Hay bastante demanda tanto para comprar como para vender.

3. ¿Conoce usted cuales son los requerimientos agrícolas para el cultivo de la pitahaya?

En desacuerdo, no conozco todo lo que pueda necesitar la pitahaya, pero en mi experiencia el principal requisito debe ser el tipo de terreno que se necesita y considerar el tiempo que demorará en producir los frutos por un tema de la estacionalidad de Arequipa.

4. ¿Cree que la pitahaya o fruta del dragón pueda ser cultivada con éxito en la región de Arequipa?

Ni de acuerdo ni en desacuerdo, considero que no estamos preparados para cultivar y cosechar el producto porque no tenemos capacitaciones sobre que requisitos en específico podría necesitar la fruta en esta región.

5. ¿Qué cuidados adicionales debería tenerse en cuenta para el cultivo de pitahaya?

Plagas, como no es una planta oriunda de la región, no se sabe con exactitud como podría reaccionar ante las plagas comunes de Arequipa.

Anexo 4.2 Ingenieros agrónomos de la ciudad de Arequipa

Entrevistado N° 1: Juan Carlos Vargas Giraldo

Buenas tardes señor Juan Vargas, soy Joaquín Salas, egresado de la universidad La Salle de la ciudad de Arequipa, con DNI 73049927. Esta entrevista se realiza únicamente con fines académicos en la elaboración de mi proyecto de tesis titulado Plan de exportación de pitahaya Fresca a Noruega.

1. ¿Cree que la pitahaya o fruta del dragón pueda ser cultivada con éxito en la región de Arequipa?

Totalmente de acuerdo, porque en Arequipa sí tenemos lugares que pueden cumplir las condiciones climatológicas que requiere el cultivo.

2. ¿Cómo cree que el clima de la región de Arequipa pueda favorecer o afectar el cultivo de pitahaya?

Afectaría en gran medida: Porque en Arequipa provincia el clima si es difícil de mantener por las temperaturas, el cultivo de pitahaya requiere un mínimo de temperatura para poder desarrollarse adecuadamente.

3. ¿Qué cuidados adicionales debería tenerse en cuenta para el cultivo de pitahaya?

Respuesta: En la etapa de floración. Realizar el manejo adecuado en cuanto a la aplicación foliar. Se debe de aplicar foliares en momento oportuno.

4. ¿Qué dificultades técnicas puede encontrar para poder cultivar la pitahaya?

Respuesta: El esqueje. Debemos asegurarnos que el esqueje sea productivo, esto con el fin de poder tener la mayor cantidad de nuevos plantones y perpetuar la producción con las plantas.

Entrevistado N°2: Francisco Roberto Segura Espinoza

Buenas tardes señor Francisco Segura, soy Joaquin Salas, egresado de la universidad La Salle de la ciudad de Arequipa, con DNI 73049927. Esta entrevista se realiza únicamente con fines académicos en la elaboración de mi proyecto de tesis titulado Plan de exportación de pitahaya Fresca a Noruega.

1. ¿Cree que la pitahaya o fruta del dragón pueda ser cultivada con éxito en la región de Arequipa?

Si tenemos buenos suelos para la pitahaya. Pero en especial se necesita suelos arenosos y cantidades bajas de agua haciendo riego por goteo. Esto para poder tener un control acerca de la humedad de los plantas.

2. ¿Cómo cree que el clima de la región de Arequipa pueda favorecer o afecte el cultivo de pitahaya?

El clima va a favorecer mucho el cultivo, pero como le comentaba dependerá mucho del suelo y el riego.

3. ¿Qué cuidados adicionales debería tenerse en cuenta para el cultivo de pitahaya?

Para poder tener buenos plantas y desarrollo de hectáreas lo fundamental será el control de plagas y enfermedades, porque si no se corre el riesgo de perder todo el cultivo y contaminar la tierra

4. ¿Qué dificultades técnicas puede encontrar para poder cultivar la pitahaya?

La principal dificultad que yo encontraría sería que ninguna de las variedades se adapte al suelo arenoso y clima arequipeño lo cual podría incluir cuidados adicionales o una mayor inversión.

Entrevistado N°3: Geraldo Paulo Cruz Vargas

Buenas tardes señor Juan Vargas, soy Joaquin Salas, egresado de la universidad La Salle de la ciudad de Arequipa, con DNI 73049927. Esta entrevista se realiza únicamente con fines académicos en la elaboración de mi proyecto de tesis titulado Plan de exportación de pitahaya Fresca a Noruega.

1. ¿Cree que la pitahaya o fruta del dragón pueda ser cultivada con éxito en la región de Arequipa?

Si se puede. Las condiciones que tenemos de suelo, clima y agua permiten llevar el cultivo en Arequipa.

2. ¿Cómo cree que el clima de la región de Arequipa pueda favorecer o afectar el cultivo de pitahaya?

El clima definitivamente va a favorecer el cultivo, en relación a las estaciones y variaciones de clima que tenemos en nuestra región, para ello se debe programar época de fertilización, desarrollo del cultivo y fechas de cosecha. Y aprovechar las horas luz que se tiene en la zona, punto indispensable para su producción.

3. ¿Qué cuidados adicionales debería tenerse en cuenta para el cultivo de pitahaya?

Yo establecería 3 cuidados fundamentales. Primero cumplir el programa de riegos, manejar las temperaturas y cambios de estación. Segundo fertilizar con materia orgánica de acuerdo a su calendario. Tercero controlar el PH del suelo y del agua con tal de no afectar los cultivos.

4. ¿Qué dificultades técnicas puede encontrar para poder cultivar la pitahaya?

La primera hacer trabajos preventivos en control de plagas, enfermedades e insectos. Segundo evitar los encharcamientos de agua. Tercero, tener un buen manejo de clima y temperatura de 15 a 35 grados centígrados. Cuarto, evitar el exceso de sol y radiación con el fin de no quemar los cultivos.

Entrevistado N°4: Rosmery Carol Condo Castillo

Buenas tardes señorita Rosmery Condo, soy Joaquin Salas, egresado de la universidad La Salle de la ciudad de Arequipa, con DNI 73049927. Esta entrevista se realiza únicamente con fines académicos en la elaboración de mi proyecto de tesis titulado Plan de exportación de pitahaya Fresca a Noruega.

1. ¿Cree que la pitahaya o fruta del dragón pueda ser cultivada con éxito en la región de Arequipa?

Yo creo que sí es posible, aunque un factor como el sol y el clima puedan influir, la tierra si podría acoger plantones de pitahaya.

2. ¿Cómo cree que el clima de la región de Arequipa pueda favorecer o afectar el cultivo de pitahaya?

El clima puede afectar por las épocas de fuerte sol y calor, como frio, creo que con un manejo adecuado de estos aspectos se puede obtener frutos de buena calidad sin poner en riesgo los cultivos.

3. ¿Qué cuidados adicionales debería tenerse en cuenta para el cultivo de pitahaya?

Creo que el principal cuidado que yo sugeriría sería el tema relacionado con el riego, entregar lo óptimo a cada área cultivada sin arriesgarse a “ahogar” la planta.

4. ¿Qué dificultades técnicas puede encontrar para poder cultivar la pitahaya?

Como dificultad técnica sería el riego y el manejo de la temperatura entre las diferentes temporadas en la región.

Entrevistado N°5: Erickson Carlos Tamayo Corrales

Buenas tardes señor Erickson Tamayo, soy Joaquin Salas, egresado de la universidad La Salle de la ciudad de Arequipa, con DNI 73049927. Esta entrevista se realiza únicamente con fines académicos en la elaboración de mi proyecto de tesis titulado Plan de exportación de pitahaya Fresca a Noruega.

1. ¿Cree que la pitahaya o fruta del dragón pueda ser cultivada con éxito en la región de Arequipa?

En mi experiencia si veo factible el cultivo de pitahaya, únicamente tendría que ser siempre tomado en cuenta el tema del clima árido, pero cultivarlo en áreas como Majes o La Joya sería lo ideal.

2. ¿Cómo cree que el clima de la región de Arequipa pueda favorecer o afecte el cultivo de pitahaya?

El clima es cierto que es un fuerte factor a tomar en cuenta, tenemos un sol fuerte y clima variable durante el día y las temporadas, pero tomando en cuenta estos factores se puede proteger las hectáreas.

3. ¿Qué cuidados adicionales debería tenerse en cuenta para el cultivo de pitahaya?

Un cuidado adicional que se debería tener sería un sistema de riego, con el fin de mantener una humedad justa para cada uno de los plantones.

4. ¿Qué dificultades técnicas puede encontrar para poder cultivar la pitahaya?

Creo que la principal dificultad que yo puedo identificar sería el control de plagas y enfermedades, tanto por la presencia de las mismas como por la manera de tratarlas.

Anexo 4.3 Especialistas en logística internacional

Entrevistado N° 1: Betilde Viloría – Coordinador logístico (ACCESS WORLD)

Buenas tardes señorita Betilde Viloría, soy Joaquin Salas, egresado de la universidad La Salle de la ciudad de Arequipa, con DNI 73049927. Esta entrevista se realiza únicamente con fines académicos en la elaboración de mi proyecto de tesis titulado Plan de exportación de pitahaya Fresca a Noruega.

1. ¿Ha trabajado con carga fresca, en específico con pitahaya fresca?

Yo trabajo frecuentemente con gran cantidad de carga fresca como uvas, palta, entre otros; pero nunca he trabajado con pitahaya, es una fruta relativamente nueva para mí. Mi experiencia radica en conocimiento de la carga fresca en general, incluido todo el aspecto tecnológico, legal, aduanero.

2. ¿Cuál cree usted que es el mejor medio de transporte para la carga de pitahaya fresca?

En mi opinión el mejor modo de transporte es el aéreo, por la garantía que ofrece de entregar un producto más fresco sin arriesgar el estado de carga en su mayoría perecedera.

3. ¿Para usted cual es el principal/es factor/es a tomar en cuenta al momento de planificar la logística de transporte?

Yo consideraría 2 factores el primero sería la tecnología del contenedor y los parámetros en los que se van a ejecutar los tratamientos y temperaturas. El segundo factor sería la carga a exportar, puesto que cada producto tiene ciertos parámetros y tiempos que cumplir por exportación.

4. Considerando el país de Noruega como el punto de destino ¿cuál cree que sería el principal/es inconveniente/s en cuestión de logística internacional?

El primer inconveniente que yo podría ver sería el precio de fletes, puesto que es una distancia considerable y un puerto que debe tener diferentes puntos de recalado y transbordos.

El segundo es el tiempo de tránsito de la nave, que estaría sujeto tanto por la distancia como por los transbordos y posibles demoras en puertos de Europa como Rotterdam.

Entrevistado N° 2: Alicia Vásquez – Coordinador logístico (DOGANNA)

Buenas tardes señor Alicia Vásquez, soy Joaquin Salas, egresado de la universidad La Salle de la ciudad de Arequipa, con DNI 73049927. Esta entrevista se realiza únicamente con fines académicos en la elaboración de mi proyecto de tesis titulado Plan de exportación de pitahaya Fresca a Noruega.

1. ¿Ha trabajado con carga fresca, en específico con pitahaya fresca?

Mi sección de carga logística se basa principalmente en carga fresca o que requiera tratamiento especial de conservación. No he trabajado con pitahaya.

2. ¿Cuál cree usted que es el mejor medio de transporte para la carga de pitahaya fresca?

Sería el medio marítimo, por su gran cantidad de volumen a transportar además de la refrigeración y procesos de conservación de la fruta que pueden ofrecer.

3. ¿Para usted cual es el principal/es factor/es a tomar en cuenta al momento de planificar la logística de transporte?

Yo consideraría 2 factores fundamentales, el primero la tarifa y el tiempo de transito de la nave, tanto la distancia como la tecnología del contenedor pueden incrementar la tarifa y el costo de movimiento, además diferentes navieras ofrecen más o menos días según el puerto de destino. El segundo factor sería que no haya ninguna interrupción en el tratamiento de frio, al tener una fruta fresca es importante que la temperatura del contenedor se mantenga en los parámetros óptimos para evitar que proliferen enfermedades o pierda su frescura.

4. Considerando el país de Noruega como el punto de destino ¿cuál cree que sería el principal/es inconveniente/s en cuestión de logística internacional?

Por la distancia que tiene que recorrer desde Callao o Pisco, el tiempo de tránsito y los transbordos serán los principales inconvenientes, puesto que estaría sujeto a que el itinerario de sus transbordos no sea afectado.

Entrevistado N° 3: Joseph Gordillo – Coordinador logístico (DATISA)

Buenas tardes señor Joseph Gordillo, soy Joaquin Salas, egresado de la universidad La Salle de la ciudad de Arequipa, con DNI 73049927. Esta entrevista se realiza únicamente con fines académicos en la elaboración de mi proyecto de tesis titulado Plan de exportación de pitahaya Fresca a Noruega.

1. ¿Ha trabajado con carga fresca, en específico con pitahaya fresca?

Nunca, no he trabajado con pitahaya fresca, trabajo con contenedores de exportación de uva, cebolla, arándanos, entre otras.

2. ¿Cuál cree usted que es el mejor medio de transporte para la carga de pitahaya fresca?

Aéreo y marítimo, realmente dependería de el destino y la prisa que se necesita, ya que si es trasladada en control de temperatura adecuada no afectaría el fruto.

3. ¿Para usted cual es el principal/es factor/es a tomar en cuenta al momento de planificar la logística de transporte?

En mi experiencia identifico dos factores clave, en primer lugar, está el tiempo de tránsito que le tomará a la nave, cada naviera maneja diferentes tiempos y según la fecha de embarque y zarpe se puede tener un estimado de días, a esto adicionarle también la urgencia del receptor. En segundo lugar, el fruto y los elementos que ayudan a su retraso de maduración, es decir, el tiempo de vida en un contenedor de uva fresca es muy diferente al de granada fresca, esto a su vez también dependerá de la tecnología del contenedor.

4. Considerando el país de Noruega como el punto de destino ¿cuál cree que sería el principal/es inconveniente/s en cuestión de logística internacional?

En cuestión de logística, sería el tratado internacional, tengo entendido que, si existe uno, pero no conozco a profundidad los detalles correspondientes. En base a esto, también habrá ciertos requisitos de la aduana en destino que la carga y la documentación deberán cumplir, lo cual puede complicar todo el proceso logístico.

Entrevistado N° 4: Jesús Gallardo – Coordinador logístico (DOGANNA)

Buenas tardes señor Jesús Gallardo, soy Joaquin Salas, egresado de la universidad La Salle de la ciudad de Arequipa, con DNI 73049927. Esta entrevista se realiza únicamente con fines académicos en la elaboración de mi proyecto de tesis titulado Plan de exportación de pitahaya Fresca a Noruega.

1. ¿Ha trabajado con carga fresca, en específico con pitahaya fresca?

Sí he trabajado con carga fresca, pero no he trabajado todavía con pitahaya.

2. ¿Cuál cree usted que es el mejor medio de transporte para la carga de pitahaya fresca?

Aéreo, porque considero que si es un bajo tonelaje, hablamos de quizás pequeñas exportaciones, es el mejor medio de transporte para garantizar tanto rapidez como frescura de la fruta en cuestión.

3. ¿Para usted cual es el principal/es factor/es a tomar en cuenta al momento de planificar la logística de transporte?

Sí se trata de carga perecible, el factor principal a considerar sería el tiempo de tránsito, ya que un tiempo corto puede asegurar que la fruta llegue en buen estado y en el mejor tiempo a destino, ya que de eso depende el valor del producto en destino.

4. Considerando el país de Noruega como el punto de destino ¿cuál cree que sería el principal/es inconveniente/s en cuestión de logística internacional?

El principal problema sería las restricciones y documentación adicional que pueden solicitarle a la carga en aduanas de Noruega.

Entrevistado N° 5: Alondra Alva – Coordinador logístico (Port Logistics)

Buenos días señorita Alondra Alva, soy Joaquin Salas, egresado de la universidad La Salle de la ciudad de Arequipa, con DNI 73049927. Esta entrevista se realiza únicamente con fines académicos en la elaboración de mi proyecto de tesis titulado Plan de exportación de pitahaya Fresca a Noruega.

1. ¿Ha trabajado con carga fresca, en específico con pitahaya fresca?

Sí, actualmente soy ejecutiva de los contenedores refrigerados, pero todavía no he trabajado con pitahaya.

2. ¿Cuál cree usted que es el mejor medio de transporte para la carga de pitahaya fresca?

Marítimo y aéreo, el marítimo ofrece mayor capacidad de carga y seguridad de la carga, aunque con un tiempo mayor de tránsito. Pero el aéreo ofrece menor tiempo de tránsito, pero con un costo mayor.

3. ¿Para usted cual es el principal/es factor/es a tomar en cuenta al momento de planificar la logística de transporte?

Creo que está en la selección de la nave a cargar, es decir, todos los días salen diferentes naves dependiendo del puerto, si se decide embarcar en la nave del jueves, lo ideal sería planificar con antelación el día de la carga.

4. Considerando el país de Noruega como el punto de destino ¿cuál cree que sería el principal/es inconveniente/s en cuestión de logística internacional?

El principal problema sería la selección de la línea naviera, considero que, si tratamos de MSC o Hapag Lloyd, podríamos llegar al destino, pero siempre con el riesgo de que pueda demorar algunos días más por los transbordos o la congestión de los puertos.

Anexo 4.4 Especialistas en comercio exterior

Entrevistado N° 1: Kimberly Cruz – Analista de operaciones

Buenos días señorita Kimberly Cruz, soy Joaquin Salas, egresado de la universidad La Salle de la ciudad de Arequipa, con DNI 73049927. Esta entrevista se realiza únicamente con fines académicos en la elaboración de mi proyecto de tesis titulado Plan de exportación de pitahaya Fresca a Noruega.

1. ¿Está usted al tanto del acuerdo de libre comercio entre Perú y Noruega?

Sí, sé que el Perú ha firmado un acuerdo de libre comercio con los estados que forman parte de ALEC. Pero no estoy al tanto de que aspectos puede incluir.

2. ¿Ha exportado alguna vez alguna carga fresca o carga seca hacia Noruega?

No, solo he trabajado con carga fresca a destino como Estados Unidos, México y Europa.

3. ¿Conoce usted los requisitos mínimos para poder ser un exportador autorizado para Noruega?

No conozco los requisitos, pero deben ser similares a otros estados europeos.

4. ¿Qué dificultades cree usted que se pueden presentar al momento de presentar la documentación para la entidad aduanera en Noruega?

Las dificultades que pueden presentar son los certificados tanto fitosanitario como de origen, así como otra documentación para la entidad fitosanitaria de Noruega.

Entrevistado N° 2: Natalie Chang – Asistente de comercio exterior

Buenos días señorita Natalie Chang, soy Joaquin Salas, egresado de la universidad La Salle de la ciudad de Arequipa, con DNI 73049927. Esta entrevista se realiza únicamente con fines académicos en la elaboración de mi proyecto de tesis titulado Plan de exportación de pitahaya Fresca a Noruega.

1. ¿Está usted al tanto del acuerdo de libre comercio entre Perú y Noruega?

En desacuerdo, no conocía que el Perú contaba con un acuerdo de libre comercio, únicamente sabía de algunos beneficios arancelarios.

2. ¿Ha exportado alguna vez alguna carga fresca o carga seca hacia Noruega?

Nunca, yo en especial trabajo para Estados Unidos y México

3. ¿Conoce usted los requisitos mínimos para poder ser un exportador autorizado para Noruega?

No conozco los requisitos, pero en base a mi conocimiento deben basarse a la calidad y certificaciones.

4. ¿Qué dificultades cree usted que se pueden presentar al momento de presentar la documentación para la entidad aduanera en Noruega?

La validez de los documentos digitales vs los físicos. Los detalles que se deben consignar según lo requerido por la entidad aduanera en Noruega en cuanto a los estándares que establecen.

Entrevistado N° 3: Selene Huamaní – Asistente de comercio exterior

Buenas noches señorita Selene Huamaní, soy Joaquin Salas, egresado de la universidad La Salle de la ciudad de Arequipa, con DNI 73049927. Esta entrevista se realiza únicamente con fines académicos en la elaboración de mi proyecto de tesis titulado Plan de exportación de pitahaya Fresca a Noruega.

1. ¿Está usted al tanto del acuerdo de libre comercio entre Perú y Noruega?

De acuerdo, estoy al tanto de los detalles arancelarios, preferencias y requerimientos.

2. ¿Ha exportado alguna vez alguna carga fresca o carga seca hacia Noruega?

Nunca, actualmente trabajo como asistente para el área de Europa.

3. ¿Conoce usted los requisitos mínimos para poder ser un exportador autorizado para Noruega?

Según lo que recuerdo del tratado, es ser un exportador frecuente y luego aplicar para convertirme en exportador autorizado.

4. ¿Qué dificultades cree usted que se pueden presentar al momento de presentar la documentación para la entidad aduanera en Noruega?

La aprobación rápida de las entidades noruegas, puesto que tengo conocimiento de que es una aduana complicada en general.

Entrevistado N° 4: Daysi Fernández – Asistente de revisión documentaria

Buenas tardes señorita Daysi Fernández, soy Joaquin Salas, egresado de la universidad La Salle de la ciudad de Arequipa, con DNI 73049927. Esta entrevista se realiza únicamente con fines académicos en la elaboración de mi proyecto de tesis titulado Plan de exportación de pitahaya Fresca a Noruega.

1. ¿Está usted al tanto del acuerdo de libre comercio entre Perú y Noruega?

De acuerdo, he trabajado una importación de Noruega y pude ver el trato preferencial que recibieron las cargas.

2. ¿Ha exportado alguna vez alguna carga fresca o carga seca hacia Noruega?

Nunca, yo la documentación que veo es para algunos destinos europeos como España, Rotterdam y Francia.

3. ¿Conoce usted los requisitos mínimos para poder ser un exportador autorizado para Noruega?

No conozco los requisitos específicos, pero deben estar relacionados a ser un exportador que vaya a realizar envíos con frecuencia y volumen considerable.

4. ¿Qué dificultades cree usted que se pueden presentar al momento de presentar la documentación para la entidad aduanera en Noruega?

Creo que al tratarse de un país con estándares de calidad tan altos, la dificultad sería la presentación de información o documentos adicionales a lo tradicional en otros países.

Entrevistado N° 5: Miguel García – Coordinador documentación Salix Fruits

Buenos días señor Miguel García, soy Joaquin Salas, egresado de la universidad La Salle de la ciudad de Arequipa, con DNI 73049927. Esta entrevista se realiza únicamente con fines académicos en la elaboración de mi proyecto de tesis titulado Plan de exportación de pitahaya Fresca a Noruega.

1. ¿Está usted al tanto del acuerdo de libre comercio entre Perú y Noruega?

Totalmente en desacuerdo, no conocía el tratado de libre comercio.

2. ¿Ha exportado alguna vez alguna carga fresca o carga seca hacia Noruega?

Nunca, me especializo con exportaciones a Estados Unidos

3. ¿Conoce usted los requisitos mínimos para poder ser un exportador autorizado para Noruega?

No conozco los requisitos específicos, pero supongo que debe ir relacionado al TLC y la exportación que vaya a realizar.

4. ¿Qué dificultades cree usted que se pueden presentar al momento de presentar la documentación para la entidad aduanera en Noruega?

Las mayores dificultades serían las firmas del EUR 1 además de tener validez en las certificaciones adicionales que puedan requerir.

Anexo 5: Validación de cuestionarios

Anexo 5.1: Primera validación

Arequipa, 26 de Diciembre del 2023

Decana

Ligia Cateriano

Presente.-

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para saludarla cordialmente y a la vez manifestarle que, siendo conocedores de su trayectoria académica y profesional, molestamos su atención al elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del instrumento que pretendemos utilizar en la Tesis titulada “*Plan de exportación de pitahaya fresca a Noruega.*”, para optar el grado de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales, por la Facultad de Ciencias Empresariales y de Comunicación de la Universidad La Salle - Arequipa.

Los instrumentos tienen como objetivo identificar el estado actual del cultivo, exportación y posibilidades de desarrollo de la pitahaya fresca en el mercado nacional de cara a la exportación. Con dicha información se busca complementar y ajustar aspectos relacionados a la exportación de con destino a Noruega. En este caso los cuestionarios serán usados para realizar entrevistas de carácter personal a los diferentes implicados.

Con la finalidad de determinar la validez de los instrumentos, solicitamos marcar con una X cada una de las alternativas de las preguntas cerradas, de acuerdo a su amplia experiencia y conocimientos. Se adjuntan cuatro instrumentos. Los cuestionarios serán usados para poder hacer entrevista a diferentes grupos, los cuales son: Agricultores, agroexportadores, operadores logísticos.

Agradecemos anticipadamente su colaboración y estamos seguros que su opinión y criterio de experta servirán para los fines propuestos.

Atentamente,

Joaquin Emmanuel Salas Meza

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del informante (Experto): Cateriano Fonseca, Ligia Narela.
- 1.2 Grado Académico: Magister en Ciencias.
- 1.3 Profesión: Administradora.
- 1.4 Institución donde labora: Universidad La Salle.
- 1.5 Cargo que desempeña: Decana de la Facultad de Ciencias Empresariales y de la Comunicación
- 1.6 Denominación de los cuatro instrumentos:

Cuestionario para conocer la opinión de Agricultores sobre la pitahaya y su cultivo en la región de Arequipa

Cuestionario para conocer la opinión de Ingenieros agrónomos sobre la pitahaya y su cultivo en la región de Arequipa

Cuestionario para conocer la opinión de Expertos en logística internacional sobre la pitahaya y su posibilidad de transporte a Noruega

Cuestionario para conocer la opinión de Especialistas en Comercio Exterior sobre la pitahaya fresca y su ingreso a Noruega

1.7. Autor del instrumento: Joaquin Emmanuel Salas Meza

1.8 Programa de pregrado: Administración y Negocios Internacionales.

II. VALIDACIÓN

Instrumento N°1. Cuestionario para conocer la opinión de Agricultores sobre la pitahaya y su cultivo en la región de Arequipa

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	MM	M	R	B	MB
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL					16	10
SUMATORIA TOTAL (MÁXIMO DE 30 PUNTOS)		26				

MM:MUY MALO - M:MALO - R:REGULAR - B:BUENO - MB: MUY BUENO

2.1 Resultados de la validación:

2.1.1 Valoración total cuantitativa: 26

2.1.2 Opinión:

Favorable: X Debe mejorar.....

No favorable.....

2.1.3 Observaciones:

.....

.....

.....

.....

Instrumento N°2. Cuestionario para conocer la opinión de Ingenieros agrónomos sobre la pitahaya y su cultivo en la región de Arequipa

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	MM	M	R	B	MB
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL					16	10
SUMATORIA TOTAL (MÁXIMO DE 30 PUNTOS)		26				

MM:MUY MALO - M:MALO - R:REGULAR - B:BUENO - MB: MUY BUENO

2.1 Resultados de la validación:

2.1.1 Valoración total cuantitativa:.26

2.1.2 Opinión:

Favorable.....**X** Debe mejorar.....

No favorable.....

2.1.3 Observaciones:

.....

.....

.....

Instrumento N°3. Cuestionario para conocer la opinión de Expertos en logística internacional sobre la pitahaya y su posibilidad de transporte a Noruega

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	MM	M	R	B	MB
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL					16	10
SUMATORIA TOTAL (MÁXIMO DE 30 PUNTOS)		26				

MM: MUY MALO - M: MALO - R: REGULAR - B: BUENO - MB: MUY BUENO

2.1 Resultados de la validación:

2.1.1 Valoración total cuantitativa: 26

2.1.2 Opinión:

Favorable: **X** Debe mejorar.....

No favorable.....

2.1.3 Observaciones:

.....

Instrumento N°4. Cuestionario para conocer la opinión de Especialistas en Comercio Exterior sobre la pitahaya fresca y su ingreso a Noruega

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	MM	M	R	B	MB
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					X
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL					16	10
SUMATORIA TOTAL (MÁXIMO DE 30 PUNTOS)		26				

MM:MUY MALO - M:MALO - R:REGULAR - B:BUENO - MB: MUY BUENO

2.1 Resultados de la validación:

2.1.1 Valoración total cuantitativa:..26

2.1.2 Opinión:

Favorable...**X** Debe mejorar.....

No favorable.....

2.1.3 Observaciones:

.....

.....

.....

Anexo 5.2: Segunda validación

Arequipa, 26 de Diciembre del 2023

Profesor

Jafel Granados Garcia

Presente.-

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para saludarlo cordialmente y a la vez manifestarle que, siendo conocedores de su trayectoria académica y profesional, molestamos su atención al elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del instrumento que pretendemos utilizar en la Tesis titulada “*Plan de exportación de pitahaya fresca a Noruega.*”, para optar el grado de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales, por la Facultad de Ciencias Empresariales y de Comunicación de la Universidad La Salle - Arequipa.

Los instrumentos tienen como objetivo identificar el estado actual del cultivo, exportación y posibilidades de desarrollo de la pitahaya fresca en el mercado nacional de cara a la exportación. Con dicha información se busca complementar y ajustar aspectos relacionados a la exportación de con destino a Noruega. En este caso los cuestionarios serán usados para realizar entrevistas de carácter personal a los diferentes implicados.

Con la finalidad de determinar la validez de los instrumentos, solicitamos marcar con una X cada una de las alternativas de las preguntas cerradas, de acuerdo a su amplia experiencia y conocimientos. Se adjuntan cuatro instrumentos. Los cuestionarios serán usados para poder hacer entrevista a diferentes grupos, los cuales son: Agricultores, agroexportadores, operadores logísticos.

Agradecemos anticipadamente su colaboración y estamos seguros que su opinión y criterio de experto servirán para los fines propuestos.

Atentamente,
Joaquin Emmanuel Salas Meza

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Granados Garcia Jafel
- 1.2. Grado Académico: Magister
- 1.3 Profesión: Administrador
- 1.4. Institución donde labora: Universidad La Salle
- 1.5. Cargo que desempeña: Coordinador de la carrera de Ingeniería Comercial
- 1.6 Denominación de los cuatro instrumentos:
Cuestionario para conocer la opinión de Agricultores sobre la pitahaya y su cultivo en la región de Arequipa
Cuestionario para conocer la opinión de Ingenieros agrónomos sobre la pitahaya y su cultivo en la región de Arequipa
Cuestionario para conocer la opinión de Expertos en logística internacional sobre la pitahaya y su posibilidad de transporte a Noruega
Cuestionario para conocer la opinión de Especialistas en Comercio Exterior sobre la pitahaya fresca y su ingreso a Noruega
- 1.7. Autor del instrumento: Joaquin Emmanuel Salas Meza
- 1.8 Programa de pregrado: Administración y Negocios Internacionales.



Dr. Jafel Granados Garcia
Director de Ingeniería
Comercial

II. VALIDACIÓN

Instrumento N°1. Cuestionario para conocer la opinión de Agricultores sobre la pitahaya y su cultivo en la región de Arequipa

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	MM	M	R	B	MB
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				x	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				x	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				x	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					x
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				x	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					x
SUMATORIA PARCIAL					16	10
SUMATORIA TOTAL (MÁXIMO DE 30 PUNTOS)		26				

MM:MUY MALO - M:MALO - R:REGULAR - B:BUENO - MB: MUY BUENO

2.1 Resultados de la validación:

2.1.1 Valoración total cuantitativa: 26

2.1.2 Opinión:

Favorable: X Debe mejorar.....

No favorable.....

2.1.3 Observaciones:

.....

.....

.....

.....

Instrumento N°2. Cuestionario para conocer la opinión de Ingenieros agrónomos sobre la pitahaya y su cultivo en la región de Arequipa

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	MM	M	R	B	MB
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					X
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL					12	15
SUMATORIA TOTAL (MÁXIMO DE 30 PUNTOS)		27				

MM:MUY MALO - M:MALO - R:REGULAR - B:BUENO - MB: MUY BUENO

2.1 Resultados de la validación:

2.1.1 Valoración total cuantitativa: 27

2.1.2 Opinión:

Favorable X Debe mejorar.....

No favorable.....

2.1.3 Observaciones:

.....

.....

.....

.....

Instrumento N°3. Cuestionario para conocer la opinión de Expertos en logística internacional sobre la pitahaya y su posibilidad de transporte a Noruega

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	MM	M	R	B	MB
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X
SUMATORIA PARCIAL					8	20
SUMATORIA TOTAL (MÁXIMO DE 30 PUNTOS)		28				

MM:MUY MALO - M:MALO - R:REGULAR - B:BUENO - MB: MUY BUENO

2.1 Resultados de la validación:

2.1.1 Valoración total cuantitativa: 28

2.1.2 Opinión:

Favorable X Debe mejorar.....

No favorable.....

2.1.3 Observaciones:

.....

.....

.....

.....

Instrumento N°4. Cuestionario para conocer la opinión de Especialistas en Comercio Exterior sobre la pitahaya fresca y su ingreso a Noruega

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	MM	M	R	B	MB
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X
SUMATORIA PARCIAL					16	10
SUMATORIA TOTAL (MÁXIMO DE 30 PUNTOS)		26				

MM:MUY MALO - M:MALO - R:REGULAR - B:BUENO - MB: MUY BUENO

2.1 Resultados de la validación:

2.1.1 Valoración total cuantitativa: 26

2.1.2 Opinión:

Favorable **X** Debe mejorar.....

No favorable.....

2.1.3 Observaciones:

.....

.....

.....

.....

Anexo 5.3: Tercera validación

Arequipa, 26 de Diciembre del 2023

Profesor

Diego Eliseo Carpio

Presente.-

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., para saludarlo cordialmente y a la vez manifestarle que, siendo conocedores de su trayectoria académica y profesional, molestamos su atención al elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del instrumento que pretendemos utilizar en la Tesis titulada “*Plan de exportación de pitahaya fresca a Noruega.*”, para optar el grado de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales, por la Facultad de Ciencias Empresariales y de Comunicación de la Universidad La Salle - Arequipa.

Los instrumentos tienen como objetivo identificar el estado actual del cultivo, exportación y posibilidades de desarrollo de la pitahaya fresca en el mercado nacional de cara a la exportación. Con dicha información se busca complementar y ajustar aspectos relacionados a la exportación de con destino a Noruega. En este caso los cuestionarios serán usados para realizar entrevistas de carácter personal a los diferentes implicados.

Con la finalidad de determinar la validez de los instrumentos, solicitamos marcar con una X cada una de las alternativas de las preguntas cerradas, de acuerdo a su amplia experiencia y conocimientos. Se adjuntan cuatro instrumentos. Los cuestionarios serán usados para poder hacer entrevista a diferentes grupos, los cuales son: Agricultores, agroexportadores, operadores logísticos.

Agradecemos anticipadamente su colaboración y estamos seguros que su opinión y criterio de experto servirán para los fines propuestos.

Atentamente,

Joaquín Emmanuel Salas Meza

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Diego Eliseo Carpio Segura

1.2. Grado Académico: Magister

1.3 Profesión: Administrador de Empresas

1.4. Institución donde labora: Universidad La Salle

1.5. Cargo que desempeña: Coordinador de la Carrera Profesional de Administración y Negocios Internacionales

1.6 Denominación de los cuatro instrumentos:

Cuestionario para conocer la opinión de Agricultores sobre la pitahaya y su cultivo en la región de Arequipa

Cuestionario para conocer la opinión de Ingenieros agrónomos sobre la pitahaya y su cultivo en la región de Arequipa

Cuestionario para conocer la opinión de Expertos en logística internacional sobre la pitahaya y su posibilidad de transporte a Noruega

Cuestionario para conocer la opinión de Especialistas en Comercio Exterior sobre la pitahaya fresca y su ingreso a Noruega

1.7. Autor del instrumento: Joaquin Emmanuel Salas Meza

1.8 Programa de pregrado: Administración y Negocios Internacionales.



II. VALIDACIÓN

Instrumento N°1. Cuestionario para conocer la opinión de Agricultores sobre la pitahaya y su cultivo en la región de Arequipa

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	MM	M	R	B	MB
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					X
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					x
SUMATORIA PARCIAL						30
SUMATORIA TOTAL (MÁXIMO DE 30 PUNTOS)		28				

MM:MUY MALO - M:MALO - R:REGULAR - B:BUENO - MB: MUY BUENO

2.1 Resultados de la validación:

2.1.1 Valoración total cuantitativa: 26

2.1.2 Opinión:

Favorable: X Debe mejorar.....

No favorable.....

2.1.3 Observaciones:

.....

.....

.....

.....

Instrumento N°2. Cuestionario para conocer la opinión de Ingenieros agrónomos sobre la pitahaya y su cultivo en la región de Arequipa

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	MM	M	R	B	MB
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL					8	20
SUMATORIA TOTAL (MÁXIMO DE 30 PUNTOS)		28				

MM:MUY MALO - M:MALO - R:REGULAR - B:BUENO - MB: MUY BUENO

2.1 Resultados de la validación:

2.1.1 Valoración total cuantitativa: 28

2.1.2 Opinión:

Favorable **X** Debe mejorar.....

No favorable.....

2.1.3 Observaciones:

.....

.....

.....

.....

Instrumento N°3. Cuestionario para conocer la opinión de Expertos en logística internacional sobre la pitahaya y su posibilidad de transporte a Noruega

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	MM	M	R	B	MB
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL					8	20
SUMATORIA TOTAL (MÁXIMO DE 30 PUNTOS)		28				

MM:MUY MALO - M:MALO - R:REGULAR - B:BUENO - MB: MUY BUENO

2.1 Resultados de la validación:

2.1.1 Valoración total cuantitativa: 28

2.1.2 Opinión:

Favorable **X** Debe mejorar.....

No favorable.....

2.1.3 Observaciones:

.....

.....

.....

.....

Instrumento N°4. Cuestionario para conocer la opinión de Especialistas en Comercio Exterior sobre la pitahaya fresca y su ingreso a Noruega

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	MM	M	R	B	MB
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL					8	20
SUMATORIA TOTAL (MÁXIMO DE 30 PUNTOS)		28				

MM:MUY MALO - M:MALO - R:REGULAR - B:BUENO - MB: MUY BUENO

2.1 Resultados de la validación:

2.1.1 Valoración total cuantitativa: 26

2.1.2 Opinión:

Favorable **X** Debe mejorar.....

No favorable.....

2.1.3 Observaciones:

.....

.....

.....

.....