

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN-TACNA

Facultad de Ciencias Agropecuarias

Escuela Académico Profesional de Economía Agraria

**ANÁLISIS DEL VOLUMEN DE EXPORTACIONES Y LOS PRECIOS DE LA
ACEITUNA EN LOS PRINCIPALES MERCADOS ATENDIDOS
POR LA PRODUCCIÓN OLIVICOLA DE LA YARADA
DURANTE LOS AÑOS 2010-2012**

TESIS

Presentada por:

Bach. JORGE LUIS UCHASARA PAYE

Para optar el Título Profesional de:

INGENIERO EN ECONOMÍA AGRARIA

TACNA - PERÚ

2013

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN- TACNA

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS

Escuela Académico Profesional de Economía Agraria

ANÁLISIS DEL VOLUMEN DE EXPORTACIONES Y LOS PRECIOS DE
LA ACEITUNA EN LOS PRINCIPALES MERCADOS ATENDIDOS POR
LA PRODUCCIÓN OLIVÍCOLA DE LA YARADA DURANTE LOS
AÑOS 2010-2012

Tesis sustentada y aprobada el 20 de diciembre del 2013; estando el jurado calificador integrado por:

PRESIDENTE:



Dr. Quiterio Valencia Mencola

SECRETARIO:




Msc. Francisco Condori Tintaya

VOCAL:



MSc. Edwin Palza Chambe

ASESOR:



Mgr. Virgilio Vildoso Gonzales

Dedicatoria

Debo agradecerle a mi creador, mi único Dios por haberme permitido tener este momento de vida, en este mundo terrenal y que toda acción y obra que yo haga sea para el, absolutamente para el

A mis padres, que con tanto esfuerzo lucharon para poder encaminarme a lograr un objetivo, una meta y una esperanza para mi familia, mi pueblo y mi país

AGRADECIMIENTO

Por siempre estaré agradecido a mis profesores que con esfuerzo y dedicación, en su labor de enseñanza depositaron todo en el aula con la esperanza que sus alumnos sean algo mejor en el mañana y que esto haya sido una buena siembra para obtener una buena cosecha

Estaré siempre agradecido por el apoyo moral e incondicional del Mgr. Virgilio Vildoso Gonzales.

Agradecer también a mi familiar Sonia Trujillo Paye porque sin su aliento desinteresado no hubiese sido posible lograr este trabajo y objetivo realizado.

ÍNDICE GENERAL

	Página
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
RESUMEN	
ABSTRACT	
INTRODUCCIÓN	
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	
1.1. Planteamiento del problema	04
1.2. Formulación y sistematización del problema	07
1.3. Delimitación de la investigación	08
1.4. Justificación	09
1.5. Limitaciones	11
1.6. Objetivos	12
CAPÍTULO II: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	
2.1. Conceptos generales y definiciones	14

2.2. Enfoques teóricos – técnicos 23

2.3. Marco referencial 32

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis generales y específicas 69

3.2. Indicadores y variables 70

3.3. Operacionalización de variables 71

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Tipo de investigación 72

4.2. Población y muestra 73

4.3. Materiales y métodos 73

CAPÍTULO V: TRATAMIENTO DE LOS RESULTADOS

5.1. Técnicas aplicadas en la recolección de la información 77

5.2. Instrumentos de medición 77

5.3. Resultados	78
5.4. Discusión de resultados	98
CONCLUSIONES	121
RECOMENDACIONES	123
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	124
ANEXOS	127

ÍNDICE DE CUADROS

Tabla 1. Exportaciones de Productos Agrícolas (t) de la Región Tacna, periodo 2001-2010	50
Tabla 2. Tasa de crecimiento promedio anual por cultivo de exportación	52
Tabla 3: Las exportaciones de Tacna, según partidas arancelarias, 2011.	54
Tabla 4. Países de destino de las exportaciones Tacna, 2011	56
Tabla 5. Operacionalización de las variables	71
Tabla 6. Estadísticos descriptivos de volumen acopiado	79
Tabla 7. Estadísticos descriptivos	80
Tabla 8. Porcentajes de acopio según categorías	81
Tabla 9. Cuenta con maquinaria	82
Tabla 10. Capacidad de la planta Estadísticos descriptivos	83
Tabla 11. Propiedad del local	84

Tabla 12. Cuenta con centros de producción de aceituna	85
Tabla13. Estadísticos descriptivos costo de transporte local	85
Tabla 14. Estadísticos descriptivos costo de transporte internacional	86
Tabla 15. Destino del producto	87
Tabla 16. Problemas respecto a la calidad del producto adquirido	88
Tabla 17. Estadísticos descriptivos del precio compra de aceituna	89
Tabla 18. Estadísticos descriptivos	90
Tabla 19. Tipo de venta	91
Tabla 20. Tipo de dinero con el que trabaja	92
Tabla 21. La venta de su producto, lo hace bajo certificación de calidad	92
Tabla 22. Exportaciones	94
Tabla 23. Ha tenido pérdidas económicas	96

Tabla 24. Debido a que se debe la perdida	97
Tabla 25. Para la selección del producto	98
Tabla 26. La Operatividad de planta	99
Tabla 27. La atención de sus pedidos es cumplido en su totalidad	99
Tabla 28. En algún momento, el producto que Ud. ofertó ha sido rechazado y/o asunto de reclamo por parte de sus clientes	99
Tabla 29. Mercado de comercialización	101
Tabla 30. Lleva registros de sus costos de producción	97
Tabla 31. El personal que labora en su empresa, recibe algún tipo de capacitación	102
Tabla 32. Pruebas de chi-cuadrado	103
Tabla 33. Pruebas de chi-cuadrado	106
Tabla 34. Pruebas de chi-cuadrado	108
Tabla 35. Pruebas de chi-cuadrado	109

Tabla 36. Coeficientes	110
Tabla 37. Análisis de varianza	110
Tabla 38. Coeficientes	111
Tabla 39. Análisis de varianza	111
Tabla 40. Coeficientes	114
Tabla 41. Análisis de varianza	115
Tabla 42. Resumen del procesamiento de los casos	118
Tabla 43. Resumen del procesamiento de los casos	119

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Exportaciones mundiales de aceituna de mesas	36
Figura 2. País de destino de la aceituna 2012	57
Figura 3. El volumen acopiado	79
Figura 4. Márgenes de merma	80
Figura 5. Porcentajes de acopio según categorías	82
Figura 6. Capacidad de planta	83
Figura 7. Canales de Comercialización en Tacna	88
Figura 8. Precio compra de aceituna	89
Figura 9. Precio de venta (dólares)	90
Figura 10. Países de destino	95
Figura 11. Mercado de comercialización	101
Figura 12. Volumen de exportación precio FOB 2010	111
Figura 13. Modelo ajustado Volumen de exportación FOB 2011	114
Figura 14. Volumen de exportación precio FOB 2012	116
Figura 15. Precio FOB	118
Figura 16. Volumen de venta TM	120

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta a las empresas exportadoras de aceituna de la Yarada - Tacna	128
Anexo 2. Tabla de contingencia Volumen de venta * Precio de venta	132
Anexo 3. Tabla de contingencia Volumen de venta Tipo de venta	132
Anexo 4. Tabla de contingencia Volúmen de venta Tipo de venta	133
Anexo 5. Tabla de contingencia Volúmen de venta Cuenta con centros de producción de aceituna	133
Anexo 6. Nivel de instrucción del dueño de la empresa	134
Anexo 7. Año del inicio de la actividad empresarial	135
Anexo 8. ¿Ud. trabaja con aceituna procedente de manera anual/mensual?	136
Anexo 9. La adquisición del producto	136
Anexo 10. Precios y volúmenes de exportación de aceituna período 2010-2012	137

RESUMEN

El presente trabajo de tesis titulado "ANÁLISIS DEL VOLUMEN DE EXPORTACIONES Y LOS PRECIOS DE LA ACEITUNA EN LOS PRINCIPALES MERCADOS ATENDIDOS POR LA PRODUCCIÓN OLIVÍCOLA DE LA YARADA DURANTE LOS AÑOS 2010-2012". La investigación es descriptiva, fue de carácter exploratorio de corte longitudinal, se realizó la encuesta a 8 empresas exportadoras de aceituna. Los resultados evidenciaron lo siguiente: Las empresas acopian un promedio anual de 160 TM, siendo el valor mínimo de 30 TM con un valor máximo de 500 TM en cuanto al precio pagado al productor fue de un promedio de 1,52 nuevos soles, siendo el mínimo pagado por la empresa de 1,30 nuevos soles y máximo de 1,80 nuevos soles, en promedio la venta por Kilo de aceituna para la exportación fue de US\$ 1,52, el precio mínimo fue US\$ 1,30 y como máximo llegó a US\$ 1,80.; existió una relación significativa entre el volumen de las exportaciones y los precios de destinos alcanzados durante el periodo 2010-2012 puesto que al aplicar la prueba de chi cuadrado el valor se la sig. Asintótica fue de 0,042 inferior al valor α 0,05 por lo tanto se rechaza la hipótesis nula.

Palabras claves: Análisis, precio, volumen, mercado.

ABSTRACT

The present qualified work of thesis ANALYSIS OF THE VOLUME OF EXPORTS AND THE PRICES OF THE OLIVE ON THE PRINCIPAL MARKETS ATTENDED BY THE PRODUCTION OLIVÍCOLA OF THE YARADA DURING THE YEARS 2010-2012 ". The investigation is descriptive, it was of exploratory character of longitudinal court, the survey was realized to 8 exporting companies of olive. The results demonstrated the following thing: The empres's they gather an annual average of 160 TM, being the minimal value of 30 TM with a maximum value of 500 TM as for the price paid to the producer it was of an average of 1,52 new Suns, being the minimum paid for the company of 1,30 new Suns and maximum of 1,80 new Suns, in average the sale for Kilo of olive for the export was of US\$ 1,52, the minimal price was US\$ 1,30 and at the maximum 1,80 came to US\$.; a significant relation existed between the volume of the exports and the prices of destinations reached during the period 2010-2012 since when the test applied of chi squared the value the sig. Asintótica went of 0,042 low to the value to 0,05 therefore the void hypothesis is rejected.

Keywords : Review, price, volume, market.

INTRODUCCIÓN

La producción de aceituna en la Región de Tacna participa con el 64,4% a la producción nacional. El rendimiento promedio en el 2010 ha sido de 6 mil kg/ha según el Ministerio de Agricultura (2011). Por otro lado, las exportaciones de aceituna han evolucionado positivamente, creciendo a un ritmo anual de 6,7% entre 2009 y 2010, como resultado del incremento de los volúmenes enviados (25,4%), que atenuaron la retracción de los precios de venta. Las exportaciones se han concentrado en una presentación “aceitunas conservadas provisionalmente impropias para la alimentación”, las cuales abarcan más del 90% del total exportado y mantienen un crecimiento anual de 7,5% (Dirección de Estadística Agraria, 2012).

El contenido de este trabajo se encuentra estructurado en 05 capítulos de la siguiente manera: El capítulo I: Está compuesto por el planteamiento y formulación del problema, objetivos (general, específicos), justificación e importancia del problema. Dentro de este capítulo se trata de plantear y formular de una manera correcta el

problema existente, Identificar los objetivos, y demostrar la importancia que tiene el estudio

El capítulo II es la fundamentación teórica; el cual contiene los conceptos referidos a orientaciones teóricas y conceptuales del estudio, conceptos básicos, los enfoques teóricos técnicos y se presenta el marco de referencia de la investigación.

En el capítulo III se plantean la hipótesis general y específica, así como las variables consideradas en el presente estudio y la operacionalización de variables.

La metodología de la investigación se presenta en el capítulo IV dentro del cual se manifiesta los métodos técnicas e instrumentos utilizados para la recolección, procesamiento, análisis e interpretación de la información obtenida de la encuesta.

El capítulo V contiene el tratamiento de los resultados incluyendo las técnicas aplicadas en la recolección de la información, instrumentos de medición, los resultados de la investigación por medio del experimento realizado en el invernadero y la discusión de los resultados.

Finalmente, se dan a conocer las conclusiones de la investigación y las recomendaciones respectivas, seguidas de las referencias bibliográficas y los anexos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según los estudios realizados por PROMPEX (2012), el cual indica que la falta de una organización de productores, excesiva división de unidades de producción, problemas de manejo fitosanitarios, falta de concertación entre agricultores, procesadores y exportadores, poca información de mercados, crédito insuficiente y con altas tasas de interés y carencia de investigación, con un área de 1 000 has (la abreviatura para hectáreas es ha) de olivo y un rendimiento de 5 000 a 6 000 kilos/ha, se tiene serios problemas de comercialización.

Según ADEX (2012) de aceitunas peruanas, indican que existe una excesiva parcelación en las unidades productivas, el mismo que dificulta el transporte de las aceitunas a los centros de acopio, la cosecha no se realiza adecuadamente permitiendo daños físicos de las aceitunas; el procesamiento de las aceitunas en el mismo fundo no garantiza un buen

producto por la falta de capacitación o negligencia de ellos, la misma que afecta la homogeneidad del producto para el mercado internacional.

Por el otro lado el financiamiento al sector agrícola por parte de la banca comercial es limitada con intereses altos, sin embargo el Agrobanco viene estos últimos años apoyando la producción, el mercado es un problema serio. La falta de un adecuado control de calidad adecuada para las aceitunas, los mismos que no tienen una adecuada legislación en el Perú, siendo el HACCP es una alternativa.

En cuanto a las exportaciones de las aceitunas peruanas tenemos una gran dificultad en asumir nuestros compromisos en el mercado internacional, en la homogeneidad del producto, cantidad y continuidad donde es indispensable la necesidad de contar masivamente con una filosofía de gestión y exportadora.

La oferta exportadora con que se cuenta es reducida, la misma que obedece a serias limitaciones tales como: deficiente uso de tecnología, falta de mano de obra especializada en la manipulación del procesamiento de aceitunas, falta de organización de olivicultores y comunicación entre exportadores, no existe un producto estandarizado ni diferenciado, uso de nombre inapropiado exportándose como aceituna Azapa, falta de información de mercados e inseguridad jurídica.

Según estadísticas encontradas en el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en el Perú las regiones productoras de olivo son: La libertad, Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna con una superficie de 10 000 ha. En 2007 y una producción de 58 138 TM y con un rendimiento promedio de 5,3 t/ha, cabe destacar que la región Tacna es la que tiene una mayor producción llegando a producir 6,43 t/ha.

En el escenario internacional la demanda por las aceitunas peruanas son reducidas esto debido a la falta de continuidad en el volumen de exportación. El área instalada en el Perú con relación el área mundial es solamente el 0,07%, y apenas el 20,2% de su producción es exportada.

Todo lo mencionado constituye el problema álgido de los olivicultores exportadores peruanos, y como consecuencia ello, a que el Perú en términos de país tenga menos ventajas competitivas frente al resto de países en este rubro.

En forma concreta la falta de un sistema de información, poco incentivo para incursionar nuevos mercados internacionales, agobian al sector. Es necesario por un lado, analizar la problemática del sistema de producción olivícola en el Perú como base del sostenimiento de las exportaciones. Por otro lado el sistema de exportaciones de las aceitunas peruanas y su relación con las perspectivas que ofrecen el

mercado internacional, la competitividad existente, las posibilidades para un estudio coherente.

Los precios en la exportación y mercado nacional, al nivel de producción es demasiado bajo, de 1,50 a 2,00 nuevos soles, en campo, no llega a cubrir los costos de producción, de ahí que es otra variable importante en ser analizada.

Por lo tanto es indispensable buscar soluciones adecuadas a fin de que la olivicultura en el país tome nuevas perspectivas tanto en el sistema de producción y las exportaciones para el logro de mayores divisas del país; generaciones de empleo y mejoras del nivel de vida.

1.2 FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Problema general

¿Cuál es la vinculación existente entre el volumen de exportaciones y los precios de la aceituna en los principales mercados atendidos por la producción de aceituna durante los años 2010-2012 en la zona de la Yarada?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Cuál es el volumen de las exportaciones de aceituna durante los años 2010 al 2012 en la zona de la Yarada?
- ¿Cuál es el comportamiento de precios de aceitunas del año 2010 al 2012 en la zona de la Yarada?
- ¿Cuál es la relación que existe entre el volumen y el precio de la aceitunas durante el periodo 2010 al 2012?

1.3. DELIMITACION DE LA INVESTIGACIÓN

- Espacio geográfico: la investigación se realizó a las empresas dedicadas a la exportación de aceitunas ubicadas en la zona de la Yarada.
- Sujetos a valuación: El trabajo debe analizar el comportamiento de en precios y las exportaciones a los principales mercados, ya que el mercado local los precios están por debajo de los costos.
- Tiempo: la investigación se realizará en un periodo de tres meses de agosto 2013 a noviembre 2013.

1.4. JUSTIFICACIÓN

La zona costera del territorio nacional es el hábitat del olivo, el mismo que tiene grandes perspectivas en la obtención de divisas para el país por medio de las exportaciones y considerando en el Perú como un producto de exportación no tradicional. En esta época, el escenario en el que ha de desenvolverse esta actividad es de transformación permanente donde los protagonistas, han de responder adaptando sus comportamientos a un nuevo marco de referencia (globalizante, interdependiente, y competitivo).

Los factores primordiales sobre los que gravitan el futuro del sector olivicultora son: el reducido volumen de las exportaciones de aceitunas peruanas, la escasa profesionalización de los olivicultores y la restringida participación en el proceso de exportación, cuestiones de importancia que condicionan el desarrollo dinámico acorde con las nuevas tendencias. Los dos últimos elementos van de la mano de tal manera que la exportación eficiente de aceitunas exige un capital humano eficaz y una filosofía de gestión estratégica.

En el Perú, se produce anualmente un promedio de 25 000 toneladas anuales, pero solo se limita a exportar principalmente a Brasil.

De acuerdo a la teoría, el crecimiento económico puede ocurrir de dos maneras: estas son extensivamente e intensivamente. Cuando ocurre de manera extensiva, implica destinar más recursos como es el capital, trabajo y la tierra; y cuando ocurre de manera intensiva implica hacerlo de modo más productiva; es decir empleando la misma cantidad de recursos pero con mayor eficiencia.

Según el Gobierno Regional de Tacna (2012) señala que una tercera manera de que ocurra el crecimiento económico, esto es adicionar más recursos y ser más eficientes. Es en este sentido que se entiende el rol fundamental que cumple el desarrollo agrario en el crecimiento económico. De los 8 productos que muestran frecuencia en las exportaciones en la región Tacna, consideramos 6, las que reportan mayor significancia en los últimos 16 años.

En cuanto a la superficie el que evolucionó mayormente (29%) fue la cebolla amarilla y el de menor evolución (-4%) fue el zapallo. En lo que concierne al rendimiento el cultivo del olivo presenta mayor tasa (57%) de crecimiento, y el de menor tasa (2%) lo mostro el zapallo. Finalmente en lo que respecta en la producción el olivo reportó la mayor tasa de crecimiento (68%), mientras que el zapallo la menor tasa de crecimiento

(-3%). Este comportamiento nos dice que el olivo sigue siendo un cultivo de gran importancia económica.

Como fortaleza posee una gran diversidad de climas, pero una débil organización de los productores, como oportunidades un alto potencial para expandir su mercado pero amenaza tiene la competencia, por ejemplo; España, que tiene una participación promedio de 35% del mercado mundial.

En conclusión, el Perú tiene el potencial pero no sabe cómo utilizar óptimamente. El presente trabajo de investigación ofrece básicamente el análisis de las exportaciones de las aceitunas peruanas y el comportamiento de precios de los tres últimos años.

1.5. LIMITACIONES

El presente trabajo puede las limitaciones, en que los exportadores no dieran información en su defecto dar información sesgada, lo cual no permitiría un análisis real, y los agricultores también tienen recelos en dar información, para ello debe emplearse técnicas y prácticas que den mayor confianza al agricultor.

- Limitaciones teóricas: existe de escasa importación, el acceso a la información es limitada

- Limitaciones prácticas: Los exportadores no dieron información en su defecto dar información sesgada, lo cual no permitiría un análisis real, y los agricultores también tienen recelos en dar información, para ello debe emplearse técnicas y prácticas que den mayor confianza al agricultor.
- Limitaciones económicas: la investigación se realizará en varios sectores de la irrigación de la Yarada la cual va hacer asumida por el investigador.

1.6 OBJETIVOS

1.6.1 Objetivo general

Analizar la vinculación que existe entre el volumen de exportaciones y los precios de la aceituna en los principales mercados atendidos por la producción de aceituna durante los años 2010-2012?

1.6.2 Objetivos específicos

- Determinar los volúmenes de exportación de la aceituna a los principales mercados de destino

- Analizar el comportamiento de los precios a nivel del agricultor y exportadores de la Yarada
- Determinar la relación que existe entre el volumen de las exportaciones y los precios percibidos durante el periodo 2010-2012.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 CONCEPTOS GENERALES Y DEFINICIONES

2.1.1 Exportación

De acuerdo a KOTLER, (1996) las Salida legal del país de cualquier mercadería nacional o nacionalizada con destino extranjero, los sistemas de exportación que se tiene conocimiento son:

a) **Exportación directa**

La exportación directa permite al exportador tener un mayor control sobre la estrategia de mercadeo en el exterior, una rápida retroalimentación del mercado extranjero y mejor protección de la propiedad industrial que en la exportación indirecta y los mecanismos de exportación son el consorcio, el distribuidor, el agente extranjero, la subsidiaria de la venta extranjera y la venta directa al consumidor final. (KOTLER, 1996).

b) Exportación indirecta

La empresa vende sus productos en el mercado nacional para que sean exportados posteriormente por otras organizaciones, muchas empresas utilizan este mecanismo de entrada en los negocios internacional es como una alternativa que permite mantener sus recursos y refuerzos aprovechar indirectamente las oportunidades que presentan los mercados externos. Se puede realizar a través de trading company, agente exportador, representante de una compañía exportadora o la empresa manufacturada. (KOTLER, 1996).

c) Partida Arancelaria

Se define como código de 10 dígitos, mediante el cual se identifican los productos en el arancel de aduanas del Perú. (Superintendencia Nacional de Aduanas) (KOTLER, 1996).

d) Drawback

Régimen aduanero que permite con motivo de la exportación de las mercaderías obtener la restitución total o parcial de los gravámenes a la importación que haya pagado, sea por esas mercaderías, sea por los productos obtenidos en las mercaderías exportadas o consumidas durante su producción, comercio exterior agrario. (KOTLER, 1996).

Es el régimen aduanero que permite, como consecuencia de las exportaciones de mercancías, obtener la restitución total o parcial de los derechos arancelarios que hayan gravado la importación de las mercancías contenidas en los bienes exportados o consumidos durante su producción (Art. 76 DL 809,19/04/96). (KOTLER, 1996).

La restitución de los derechos arancelarios ad-valorem será otorgada por un monto equivalente al cinco por ciento FDB del producto exportado (Art. 3 DS 104-95 EF; 23/06/95).

e) Oferta

Es la cantidad de bienes y servicios puesto a disposición de los productores o vendedores a todos los precios alternativos durante cierto lapso de tiempo permaneciendo constantemente los demás factores; cuya ley fundamental de la cantidad y precio ofrecida varían en razón directa esto indica a mayor precio mayor cantidad ofrecida y a menor precio menor cantidad ofrecida.

La oferta es el conjunto de precios que se hacen en el mercado para la venta de bienes y servicios. En el lenguaje de comercio, se emplea la expresión estar en oferta para indicar que durante un cierto tiempo una serie de productos tiene un precio más bajo de normal, para así estimular su demanda. (ROBBINS et al. 2000).

f) Oferta exportable.

Es el bien o servicio nacional o nacionalizado y que está en condiciones de ser exportada, considerando todas sus características considerables; en nuestro caso la oferta exportable de las aceitunas peruanas deben estar en condiciones de serio y cuyas características obedecen tanto a sus cualidades organolépticas, características físicas y el nivel del contenido de materias extrañas al producto. (ROBBINS et al. 2000).

g) Acopio

Es una función física que se le lleva a cabo en los lugares de producción, se entiende por acopiar el proceso de recolección de pequeños lotes de productos lo que no presentan homogeneidad en cuanto al tamaño, peso, color, etc. Esta actividad la realiza una persona o un grupo de personas que tienen como características contar con los medios de transporte para las operaciones. (ROBBINS et al. 2000).

El acopio consiste en contar con abundancia, con el objeto de disponer de reservas, de tal modo que en el futuro haya un flujo constante de los bienes en particular. (ROBBINS et al. 2000).

h) Valor agregado

Es la diferencia existente entre el valor total de los bienes producidos y el valor de los insumos importados y representa la cantidad de dinero pagado a los factores de producción locales: mano de obra, capital, gestión empresarial, infraestructura, financiamiento, entre otros. (ROBBINS et al. 2000).

2.1.2. Concepto de mercados

En sentido económico teórico, el mercado es la confrontación de fuerzas oferentes y demandantes que intervienen en la formación de los precios.

En sentido físico, un mercado es un centro de contratación, donde vendedores y compradores se encuentran para realizar sus operaciones en un determinado lugar y momento.

Se suele utilizar el término “mercado” para referirse a todo lo que concierne al mismo desde la producción hasta el consumo.

Esta es en parte una derivación del concepto anteriormente expuesto, debido a que en la actualidad no existen límites físicos al mercado, gracias al avance de las comunicaciones. (STEINER, 1998)

Por último, podemos situarnos en la perspectiva del empresario que produce y/o vende un producto o servicio, para el cual el mercado es el total de individuos y organizaciones que son clientes actuales o potenciales de ese producto o servicio. (STEINER, 1998)

En este sentido suele aceptarse 5 tipos de mercado

Hay que mencionar que en el comercio internacional el sistema de análisis de peligros y puntos críticos de control, conocidos internacionalmente como HACCP siendo este un sistema de moderno de calidad, y las legislaciones nacionales y comunitarias, que prácticamente todos los países compradores tienden a basarse en su integridad en el HACCP, lo cual significa que en poco tiempo se adoptara a nivel mundial este sistema, como base filosófica y metodológica de los programas de garantía de inocuidad de los alimentos en este caso para las aceitunas de mesa. (HUARCAYA, 1993).

2.1.3. Los tipos de cambio en el comercio internacional

Todos estamos familiarizados con el comercio interior, porque lo podemos adquirir cualquier producto en moneda nacional, donde las transacciones se constituyen relativamente sencillas. Sin embargo un importador necesita dinero extranjero para pagar el valor de la mercancía, tal es así que si las empresas quieren comprar pueden

comprarlas en el mercado de divisas. En este mercado se determina el precio de una unidad de moneda extranjera en la moneda nacional y ese precio se denomina tipo de cambio. (TERRY, 2003).

2.1.4. Precios internacionales o cotización internacional

Son valores asignados por los INCOTERMS son reglas internacionales que tienen por objetivo ofrecer una interpretación precisa sobre los términos de entrega. Así como las obligaciones y derechos del comprador en los contratos de compra y venta internacional, comercio exterior agrario. (TERRY, 2003).

a) Costo y flete (CYF)

Se emplea en el transporte marítimo. El vendedor se encarga de los trámites de exportación, paga los gastos de transporte y entrega mercaderías a bordo del buque. Se traspa el riesgo al comprador cuando entran las mercancías en el buque en el puerto de carga.

Es una variante del CIF y equivale al costo de mercadería en el puerto de destino más el flete de transporte, es decir sin considerar seguros. (TERRY, 2003).

b) Libre a bordo de (valor FOB)

Cláusula de compra-venta que considera el valor de la mercadería puesta a bordo del vehículo en el país de procedencia, excluyendo seguro y flete. (Pineda Blanca). Que equivale al costo de la mercadería a bordo del barco y en el puerto de embarque. (TERRY, 2003).

c) Costo Flete y Seguro. (valor CIF)

Precio de la mercadería en el puerto de destino, incluyéndose el costo, seguro y flete. CIF, es el equivalente al costo de producto en el puerto de destino es decir, considerando los costos de los fletes de transporte y los seguros. (TERRY, 2003).

d) Intervención del estado en el comercio internacional.

Las políticas agrícolas de un determinado país pueden tener impactos significativos sobre los precios de las cantidades ofertadas y demandadas en otros países. Es posible simular algunos escenarios con el marco de análisis de Laissez Faire, asimismo nos puede ilustrar, como cambios internos en el mercado de un país afectan a otro mediante sus efectos en los precios internacionales. Las políticas más comunes son: los subsidios a la exportación. (TERRY, 2003).

e) Proteccionismo y subsidio

Conjunto de medidas estatales que favorecen el desarrollo o conservación de la riqueza general de un país y de sus actividades internas de variado orden, Comercio Exterior Agrario. Según Cramer, los argumentos como: industria incipiente de su poca intervención en el mercado internacional, y la exportación de sus economías a escala en la que se puede ser competitiva. (TERRY, 2003).

f) Barreras arancelarias en el comercio internacional.

Arancel, es un impuesto, o gravamen, que se impone sobre un bien cuando una frontera es nacional. Asimismo se puede distinguir hasta cinco efectos claros de la aplicación de un arancel como, efecto en el consumo, producción, comercio, ingreso, redistribución,

El propósito principal de una barrera comercial es reducir el volumen de las importaciones de un país. En el mundo hay dos tipos generales que se usan ampliamente, los aranceles y las cuotas de importación, (VERA, 2007).

2.2. ENFOQUES TEÓRICOS – TÉCNICOS

2.2.1. Mercadotecnia en la empresa.

La mercadotecnia se define como “el proceso mediante el cual una organización se relaciona de manera creativa, productiva y rentable con el mercado”. Es el arte de generar y satisfacer necesidades de los clientes obteniendo una utilidad (VERA, 2007).

KOTLER (1996), define mercadotecnia como “una actividad humana que está relacionada con los mercados, significa trabajar con ellos para actualizar los intercambios potenciales con el objeto de satisfacer necesidades y deseos humanos

La mercadotecnia posee cuatro pilares fundamentales, que son el mercado meta, las necesidades del consumidor, la mercadotecnia coordinada y las utilidades mediante la satisfacción del consumidor. La manera de entregar valor y satisfacción al consumidor se compone de actividades primarias y de apoyo. Las actividades primarias comprenden logística interna, operaciones, logística externa, mercadotecnia y ventas y finalmente servicios. Por otra parte, las actividades de apoyo abarcan la infraestructura, el desarrollo tecnológico, la administración de recursos humanos y el abastecimiento, de esta forma se genera una cadena de valor, la cual produce el margen o utilidad del producto (VERA, 2007).

Según (KOTLER, 1996), la mercadotecnia se compone del mercadólogo y del comprador potencial, se entiende como mercadólogo a “aquel que busca un recurso de alguien más y está dispuesto a ofrecer algo de valor a cambio”. En otras palabras, el mercadólogo puede ser comprador o vendedor. Por esta razón, un mercadólogo que vende debe conocer todo sobre el comprador potencial, para esto se hace necesario un sistema de información de mercadotecnia, el cual “consta de personal, equipo y procedimientos para reunir, clasificar, analizar, evaluar y distribuir información necesaria, oportuna y exacta para aquellos que toman decisiones de mercadotecnia”.

(KOTLER, 1996), señala que el concepto de ciclo de vida del producto se emplea para interpretar la dinámica del producto y del mercado. Este concepto es una eficiente herramienta de planeación, ya que representa los principales retos de mercadotecnia en cada etapa y las estrategias alternas más importantes. Además, es una importante herramienta de control, ya que permite que la empresa mida el desempeño de éste contra otros bienes similares que se lanzaron al mercado anteriormente. Por otra parte, puede ser utilizado como herramienta de pronóstico, pero en este caso presenta menos utilidad, debido a que las historias de ventas exhiben patrones diferentes, y las etapas varían en su duración.

2.2.2. Organización de los mercados.

Según lo señalado por MARTINEZ (2005), la organización de un mercado influye en el comportamiento de los agentes que la forman. En esta organización participan compradores y vendedores que se relacionan entre sí, transando un mismo bien. No existe un límite geográfico, de tiempo, como tampoco de forma. Se observan en la organización tres elementos, que son la estructura, la conducta y el resultado.

Como regla general se asume que la estructura determina la conducta y esta última determina el resultado de una industria. No obstante, en ocasiones la causalidad puede ser inversa, en otras palabras, el resultado y la conducta de las empresas pueden determinar la estructura de la industria.

2.2.3. Estructura del mercado.

Según (MARTINEZ, 2005), agrupa aquellas características de organización que establecen las relaciones entre compradores y vendedores que participan del mercado. Estas características influyen en la naturaleza de la competencia y en los precios del mercado. Las variables que definen la estructura de mercado se desglosan a continuación:

a) Grado de concentración

Se refiere al grado en que un número pequeño de empresas controla una gran proporción de la venta o de la compra de un bien. Es de gran utilidad medir el grado de concentración industrial, porque permite identificar la conducta esperable de un sector. Permite, a su vez, examinar el comportamiento monopólico o monosópnico de la industria y sus consecuencias en el nivel productivo, en los precios y las utilidades (MARTÍNEZ, 2005).

b) Diferenciación del producto

La diferenciación del producto puede impactar en la naturaleza de la competencia entre los agentes vendedores, reflejándose esto en el precio de venta. El objetivo de las empresas al diferenciar sus productos es ganarse la lealtad del consumidor (MARTINEZ, 2005).

c) Barreras para entrar al mercado

Son las complicaciones con que se encuentra una empresa al tratar de entrar a un mercado, es decir, son las ventajas que poseen los vendedores establecidos frente a vendedores potenciales. Ejemplos de barreras son las restricciones legales, nivel de inversión, patentes y otras (MARTINEZ, 2005).

d) Grado de integración vertical y horizontal

La estructura del mercado puede estar condicionada por la existencia de niveles significativos de integración (MARTINEZ, 2005).

e) Tamaño del mercado

Un mercado que posee un bajo volumen de transacciones permite que actúen un número limitado de firmas. Un número limitado de empresas pueden funcionar en un mercado en el caso de que existan economías de escala en los costos de producción y distribución (MARTINEZ, 2005).

2.2.4. Conducta del mercado.

MARTÍNEZ (2005), señala que este concepto se refiere a las formas de comportamiento que muestran las empresas al ajustarse a las condiciones de mercado. Tienen relación con las políticas que utilizan los agentes en los mercados donde compran o venden. Estas políticas se detallan a continuación:

a) Políticas de precio.

Se definen los precios y las condiciones comerciales en la venta de los productos. Adicionalmente, se busca la eficiencia del costo mínimo

de producción. En el caso de que exista monopolio, busca aumentar el precio de venta, reduciendo la cantidad de producto, con el objetivo de maximizar utilidad.

b) Política de producto

Se refiere a la calidad y variedad de los productos que se ofrecen en el mercado. En situación de competencia existe variedad e innovación en los productos ofrecidos, con la finalidad de satisfacer los deseos y necesidades de los consumidores.

c) Política de promoción

Acuerdos comerciales que se establecen con los agentes que participan en los distintos niveles del mercado.

d) Política de plaza

Persigue llevar al mínimo los gastos, en beneficio de la eficiencia del proceso. Por otra parte, el control de la distribución puede utilizarse para obtener el poder del mercado.

2.2.5. Definición de aceitunas de mesa

De acuerdo al consejo oleícola internacional se denomina “aceituna de mesa” al fruto de determinadas variedades de olivo cultivado (olea

Europea sativa Hottg, Link) sano, cogido en el estado de madurez adecuado y de calidad. Las variedades en mención son: sevillana, ascolana, coratina, grasosa di Spagna, Manzanilla y Cerignola. (COI, 2010)

Según INTICTEC (2011), como el producto preparado a partir del fruto 83110, limpio y con el conveniente grado de madurez, el olivo cultivado, (olea Europea Saliva Hoffg, link), para ser sometida a los tratamientos adecuados, que garanticen la calidad y cobertura. (Norma Técnica Peruana, ITINTEC).

Asimismo se menciona las variedades de las aceitunas de mesa tenemos 3: Sevillana, Ascolana, Gordal Sevillana.

Las aceitunas de mesa para el consumo se clasifican de acuerdo a la madurez de los frutos recolectados, de los tratamientos aplicados y de su forma de presentación.

2.2.6. El comercio internacional

Es el intercambio de bienes, servicios y capitales entre los diferentes países. Por el mismo propone: "...el intercambio de los bienes de capital y de consumo así como de los servicios, entre estados políticamente independientes o residentes de los mismos.." , señalado

por intercambio de bienes y servicios entre residentes de diferentes países”. (VERA, 2007).

El comercio internacional es el intercambio de artículos y servicios entre países. El resultado del comercio es un incremento del nivel de vida de un país. (KRUGMAN,1994).

Presentándose algunas diferencias tales como: monedas, sistemas monetarios, lenguaje, espacio y políticas nacionales, siendo la posición fundamental el beneficio de los consumidores, en donde los precios determinan la producción y el consumo. (KRUGMAN,1994).

Es fácil de dar por sentado el funcionamiento de las economías. Cuando vamos al supermercado, tenemos lo que queremos, aceitunas, pan o plátano en los estantes. (KRUGMAN, 1994).

Sin embargo, pagamos por ellos, nos lo llevamos a casa y nos lo comemos. Es posible que los alimentos hayan pasado por cinco o diez eslabones antes de llegar a nosotros, viajando días, meses, por distintos países y rincones del planeta a medida que van pasando los escalones y hasta llegar en un buen estado a nuestra mesa “Samuelson y Nordhaus, define al comercio internacional como, “ el procesos por el que los países importan y exportan bienes, servicios y capital financiero. (KRUGMAN, 1994)

Los negocios internacionales consisten en una serie de acciones llevadas a cabo fuera de las fronteras nacionales a fin de satisfacer los objetivos de los individuos u organizaciones involucradas. (VERA, 2007).

Asimismo en la actualidad, el dinamismo de la economía mundial según Mayorga y Arango, es posible apreciar la presencia de algunos acontecimientos importantes. La formación de la triada, las nuevas oportunidades que se presentan para los países de la cuenca del pacífico y el fenómeno de la globalización de mercados, constituyen algunos de ellos algunos autores como Jiro Tokuyama ; señala “el siglo XXI será el siglo del Pacífico”. Por lo tanto se puede afirmar que la estrategia de las empresas internacionales, para tratar de obtener la mayor participación en los mercados, se viene formulando cada vez con mayor énfasis en la globalización. (VERA, 2007)

Canokc y Gonzales, se refiere, al Comercio Internacional de Alimentos que se caracterizan por estar influenciado por la elevada intervención de los gobiernos a través de programas de apoyo a sus agricultores. Es difícil estimar costos de programas. Asimismo la balanza comercial agropecuaria se ha deteriorado paulatinamente con la

influencia de factores como crecimiento de la demanda de alimentos y la influencia de las políticas macro-económicas. (CORNEJO, 1996)

A nuestro juicio “el comercio internacional es el conjunto de operaciones comerciales de intercambio y viceversa a las vez, donde sus principales actores determinan por medio de la oferta y la demanda del bien o servicio a consumirse a fin de satisfacer múltiples necesidades” (CORNEJO, 1996).

2.2.7. Negocios internacionales

Existen diversas definiciones del concepto de negocios internacionales. Cinkota, Rivoli y ronkainen, mencionan que los negocios internacionales internacionales consisten en una serie de transacciones llevados a cabo fuera de las fronteras nacionales a fin de satisfacer los objetivos de los individuos y organizaciones involucradas. Son transacciones de negocios que ocurren entre personas, empresas o gobiernos de dos o más países.

2.3. MARCO REFERENCIAL

2.3.1. Antecedentes

La producción de aceitunas ha venido creciendo a un ritmo anual de 3,8% entre 1990 y 2010, tras el incremento de las plantaciones

orientadas al mercado externo, aunado a la expansión del rendimiento promedio por hectárea (1,6%) ante el mejor manejo técnico del cultivo. En el 2003 el valor de la producción de aceituna alcanzó los S/. 89 millones, mayor en 17,1% respecto al año anterior, participando del 0,56% del PBI agropecuario.

Alrededor del 5% de la producción peruana de olivo se destina a la elaboración de aceite y el resto se procesa en forma de aceituna entera (negras y verdes). (NAVAS, 2010)

La oferta nacional se concentra sobretodo en la aceituna negra, de color morado intenso, conocida popularmente como “botija”, cuya calidad es superior a las europeas y de otros competidores del hemisferio sur, dado que el Perú es uno de los pocos países en el mundo en donde las aceitunas se pueden dejar madurar totalmente en el árbol, antes de ser cosechadas, obteniéndose una aceituna negra natural de delicioso sabor y jugosa pulpa. (NAVAS, 2010)

La producción nacional de aceituna se caracteriza por la presencia mayoritaria de pequeños agricultores que tienen como máximo 3 hectáreas por agricultor, los cuales utilizan un bajo nivel tecnológico, disminuyendo su poder de negociación frente a las empresas compradoras y reduciendo la rentabilidad del cultivo. (NAVAS, 2010)

El fenómeno de la alternancia de producción, conocido también como "vecería", (tendencia por la cual una planta que produce abundantemente en un año, no produce o reduce su producción al año siguiente), es muy acentuado en el cultivo del olivo y se presenta con mayor intensidad en el cultivo bajo lluvia que en las zonas irrigadas, afectando principalmente a los pequeños agricultores que no realizan adecuadas prácticas agrícolas como podas anuales, tratamiento sanitario, abonamiento balanceado, riego oportuno y cosecha rápida de la aceituna.

La producción de aceituna se concentra principalmente en Tacna, que abarca más del 60% de la producción nacional, y en donde se registra el mayor rendimiento de olivo a nivel nacional (6,4 TM/ha), dada la eficiente conducción técnica del cultivo, aplicando buenas prácticas agrícolas como podas, fertilización, deshierbes, riego, tratamiento de plagas y enfermedades, para la obtención de una cosecha de aceitunas uniformes en tamaño y maduración.

En contraste, Arequipa, segundo departamento productor, viene reduciendo su producción de olivo afectada por la ocurrencia de las plagas Queresia y Margaronia en Yauca y la Bella Unión, lo cual ha

provocado una merma en los ingresos de los productores y el reemplazo del olivo por otros cultivos de mayor rentabilidad. (NAVAS, 2010)

Sin embargo, el manejo técnico del cultivo en el país es muy variado; observándose plantaciones con un buen manejo y en otras en cambio es deficiente, llegando hasta el abandono de las prácticas agrícolas, principalmente en los valles olivaveros antiguos afectados fuertemente por la "vecería". (NAVAS, 2010).

2.3.2. Exportaciones de aceituna al mercado mundial

Las exportación de aceituna al mercado mundial se encuentra en constante crecimiento, es así que a partir del 2008 se dinamiza en términos FOB como “aceitunas preparadas o conservadas provisionalmente, aceitunas frescas o refrigeradas y aceites de olivo”, El valor FOB de enero a noviembre del 2012 es de 31 229 miles de US\$ correspondiendo a Tacna 16 274 miles de US\$ superior en 3,2% al mismo periodo del 2011.

Las exportaciones de aceituna de Tacna, representa entre el 50 % al 70 %, esto se explica por el incremento de plantaciones de olivo en las extensas áreas de la irrigación La Yarada, aprovechando las condiciones agroclimáticas favorables como la acumulación óptima de horas frío

antes y durante la fructificación del olivo, que condiciona que el fruto madure en árbol, de ahí nace su agradable sabor.

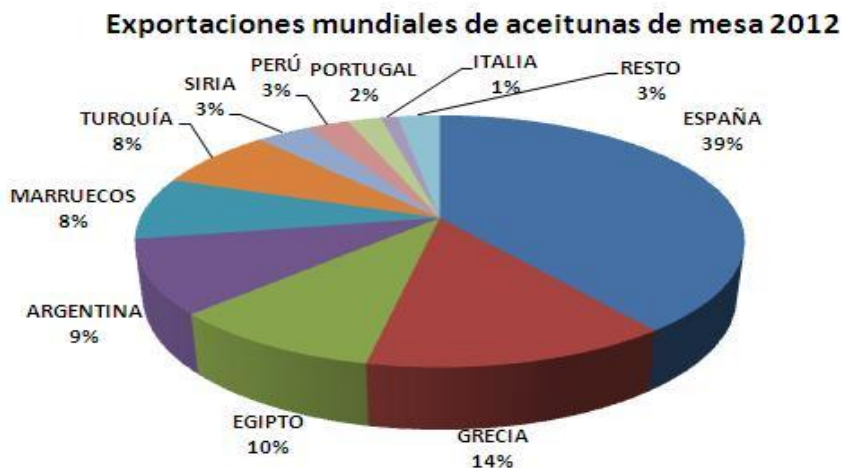


Figura 1. Exportaciones mundiales de aceituna de mesas

Fuente: Consejo Olivícola Internacional COI – 2012

2.3.2. Producción mundial aceite de oliva y aceituna de mesa

El olivo se desarrolla y fructifica en una gran diversidad de climas, suelos y condiciones ambientales. Es por ello que su presencia está dada en todos los continentes y latitudes, constituyendo un cultivo que arraiga a los agricultores a su tierra. A pesar de los diferentes problemas que presenta, su actividad agronómica e industrial tiene una excelente aceptación por las diferentes actividades conexas que genera en la producción anual. Los principales países productores, en términos de

superficie, cosecha, rendimiento medio y consumo per-cápita mundial, no tienen un comportamiento uniforme dado la gran diferencia de climas, técnicas de cultivo, capacidad empresarial, recursos económicos y otros factores determinan estas situaciones sean diferentes.

Respecto a la producción mundial, según las últimas estimaciones de organismos especializados llegan alrededor de 2 371 000 toneladas, de las cuales su totalidad se procesa a nivel industrial generando actividad comercial de importación y exportación de este preciado fruto. El valor de la producción mundial de aceitunas de mesa en su relación con su volumen es casi tres veces menor a la destinada a la producción de aceite. Ella está sustentada principalmente, por las producciones de España, Turquía, Estado Unidos, Marruecos, Siria, Italia, Grecia, Argelia, Argentina y Libia. En Sudamérica destacan Argentina, Perú y Chile, (ADEX, 2012).

Según el COI (2013) Manifiesta que al igual que ocurre con el aceite de oliva, la producción de la aceituna de mesa también va a experimentar un recorte en sus cifras en la campaña 2012/2013. Según datos del Consejo Oleícola Internacional (COI) la producción mundial alcanzará 2.315.000 de toneladas, lo que supone un 8,3% menos, mientras que el consumo global repuntará un 2,9%, hasta los 2,5

millones de toneladas. En el caso de España, el COI sitúa la producción en 450.000 toneladas, un 13,5% menos. Como consecuencia de la última sequía. En su conjunto, la Unión Europea obtendrá una producción de 666.500 toneladas, lo que supone un descenso del 7,4% respecto al ejercicio anterior, en el que alcanzó las 719.500 toneladas. El segundo productor mundial, por detrás de España, será una vez más Egipto, para el que prevé una producción de 300.000 toneladas este año, muy por debajo de las 500.000 obtenidas el año anterior.

Asimismo, el COI prevé que la producción de aceituna en la campaña 2012/2013 en otros países como Turquía será de 410.000 toneladas, Siria 172.000 toneladas, Argelia 157.000 toneladas, Grecia 130.000 toneladas y Marruecos 100.000 toneladas. Menores cantidades alcanzarán países como Italia, 74.000 toneladas, Argentina 60.000 toneladas, EEUU 85.000, Irán 66.000 y Jordania 38.000 toneladas. España es el primer país productor de aceitunas de mesa del mundo, seguido a mucha distancia de otros países como Egipto, Turquía, Siria, Argelia, Argentina, Grecia, Marruecos. La producción media mundial de las últimas cinco campañas asciende a 2.371.000 toneladas, de las cuales 511.500 se produjeron en España, es decir, un 22% del total.

2.3.3. Mercados de destino y acuerdos comerciales

Brasil continúa manteniéndose en el primer lugar en el destino de las exportaciones de aceituna procedente del Perú, con un 54% del volumen ofertado en el 2012, sin embargo países como EEUU, Australia, Francia, España, Italia, Suecia, Japón, Rusia, entre otros han demostrado su complacencia en el consumo de este producto oleaginoso procedente de cultivares orgánicos.

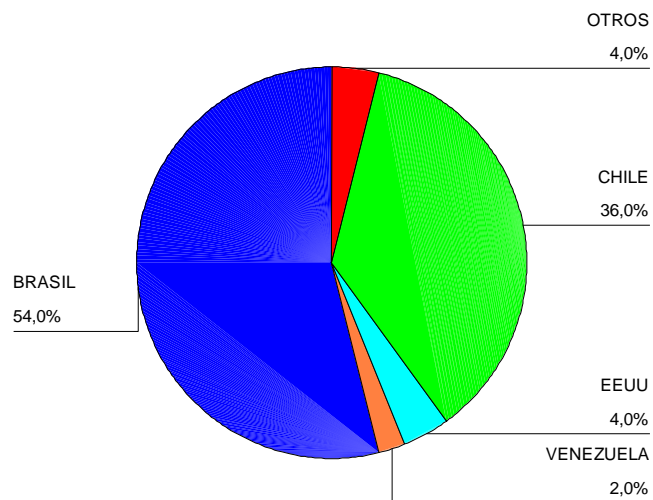


Figura 2. País de destino de la aceituna 2012

Fuente: Minag (2012) Tacna

A lo largo de los próximos cinco años por efecto del Tratado de Libre Comercio, aprobado a favor de Perú con la Unión Europea (UE), las empresas peruanas agroexportadoras podrán elevar sus negociaciones, según cálculos del Ministerio de Agricultura.

Según datos del Consejo Oleícola Internacional (COI) la exportación media mundial de las últimas 5 campañas alcanzó las 860.400 TM (peso neto escurrido). España es el primer país exportador de aceituna de mesa con gran diferencia con 342.300 TM, seguido de Grecia, Egipto, Argentina, Marruecos, Turquía, Siria, Perú, Portugal e Italia.

2.3.4. Comercialización de aceitunas en el Perú

Según PROMPEX el 88% de la producción de aceitunas de mesa se comercializa en el mercado nacional, de acuerdo al estado de frutos, la comercialización de aceitunas se realiza bajo dos modalidades. En el mismo que en el año 2011, las exportaciones de aceitunas peruanas se exportaron el 20,2% del total de la producción nacional. La venta en chacra, esta venta puede ser realizada como fruto en rama, es decir, el procesador se encarga de los gastos de cosecha; o venta como producto cosechado. La venta como aceituna procesada, consiste en la venta de aceitunas de mesa, por los productores a mayoristas o

supermercados. La cadena de comercialización, de las aceitunas de mesa es corta e intervienen pocos participantes el mismo que es de la siguiente manera: en estas condiciones, una distribución promedio actual de los márgenes de ganancia en la comercialización es la siguiente:

Mayorista: 10 – 14 %

Minorista al público: 50-80 %

La infraestructura de transporte no es adecuada para el comercio que garantice las condiciones sanitarias para preservar la calidad de producto. La ausencia de una organización en la comercialización por parte de los productores y/o comerciantes y de normas que regulen el comercio.

2.3.5. Tipos de aceitunas exportadas por el Perú

Según el grado de madurez de los frutos de recolección las normas CODEX/COI distingue tres tipos: entre ellos las aceitunas verdes, de color cambiante y aceitunas negras. De las cuales el Perú exporta básicamente las aceitunas verdes y negras. (HUARCAYA, 1993).

Aceitunas negras, obtenidas de frutos recogidos en plena madurez o poco antes de ella; pudiendo presentar, según la zona de producción y la

época de recolección, color negro rojizo, negro violáceo, violeta oscuro, negro verdoso o castaño oscuro, no solo en la piel sino también en la pulpa, Díaz Rodríguez, su procesamiento es menos compleja que la aceituna verde.

Aceitunas verdes, son las obtenidas de los frutos recogidos durante el ciclo de maduración, antes de envero y cuando han alcanzado su tamaño normal. La coloración del fruto puede variar del verde a amarillo paja. (HUARCAYA, 1993).

2.3.6. Exportaciones de las aceitunas peruanas

2.3.6.1. Participación de las exportaciones de las aceitunas peruanas

Las exportaciones de las aceitunas peruanas se vino incrementando a partir de 1995, en el que alcanzó 2 703 TM; en el año 2007 ascendió a 4 573,4 t suma tres veces a la obtenida en el año 2004, a los países principalmente Brasil, Chile, Venezuela y Estados Unidos. El Perú, se ubica en este panorama con 1.2 % de las exportaciones mundiales, (DÍAZ RODRÍGUEZ).

Nuestras exportaciones de aceitunas alcanzaron en 1993 por una cantidad de 1 118 t a distintos países pero cabe mencionar que los principales países a donde se destinaron nuestras exportaciones son a

Brasil, Estados Unidos y Venezuela con 728 t, 115 t, y 184 t respectivamente, que representan el 91,8 % de las exportaciones de las aceitunas, por un valor FOB de US\$ 15 310 00 dólares. Sin embargo en los últimos años esta tendencia se ha acentuado en forma sistemática en donde en 1997 ha alcanzado 3 1138 t de una superficie de 5 848 has con un rendimiento promedio de 5 0325,0 Kg ha, (INEI). Nuestras exportaciones alcanzaron en 6 294,9 t. por un valor de US\$ 88 160 00, logrando así un incremento constantemente. (MINAG, 2012)

2.3.6.2. Exportaciones de las aceitunas según países de destino

En los últimos cinco años exportaciones de las aceitunas peruanas se han realizados cada vez extensivo de tal manera que en 1993 a los países que se ha exportado son Brasil, Venezuela, Estados Unidos, Chile, Colombia los mismos que fueron los principales países consumidores de nuestro producto, el volumen exportado fue de 7 281, 184 t, 11,5 t, 40 t, 32 t respectivamente y Francia 19 t.

En el año de 1994 nuestro principal comprador fue Brasil el mismo que representa con un volumen de 906 t con el 73,5 % del volumen total de nuestras exportaciones, sin embargo de 1995, nuestras exportaciones se han expandido paulatinamente a algunos países como Japón, Arabia Saudita con 10 t y 58 t respectivamente. (MINAG, 2012).

2.3.6.3 Ranking de los exportadores de aceitunas peruanas

El ranking de exportadores de aceitunas peruanas es como sigue: Tanto empresa con personería Jurídica, con personería natural, como empresas públicas encargadas de fomentar las exportaciones de productos de origen vegetal.

2.3.6.4 Procedimiento de exportación de aceitunas peruanas

Una empresa exportadora determinada o un exportador cualquiera de “aceitunas peruanas”, a fin de concretar sus ventas en el mercado exterior, realiza el siguiente procedimiento:

Primer paso: contacto con el importador

Se decide contactar con el importador o un agente que nos represente en el mercado al que se desea exportar. Al agente se le remite vía fax una carta de oferta del producto, las especificaciones para que pueda tener un amplio conocimiento donde se les da a conocer todas las características del producto a exportar.

Segundo paso: formalización del acuerdo

El agente confirma el pedido a través de una carta de confirmación de pedido y las características del importador y las condiciones de pago, solicitando una factura de proforma y luego se le envía.

Tercer paso: preparación de un documento de embarque

- a) Conectarse con una agencia de aduana, para que le puedan hacer el trámite de exportación aduanera.
- b) Confeccionar la factura de exportación, para el inicio del trámite de exportación.
- c) Coordinar con la empresa de transporte terrestre.
- d) Coordinar con la agencia naviera para el transporte e ingreso del contenedor.

Cuarto paso: confección de la factura comercial

La factura comercial es un documento principal e importante para inicio del trámite de exportación de aceitunas peruanas. Debe incluirse todas las características del exportador.

Quinto paso: trámite de autorizaciones y certificaciones

Se efectúan los siguientes trámites:

- a) Trámite del certificado de origen
- b) Trámite de certificado fitosanitario. Todo producto agrícola y agropecuario de exportación debe obtener el certificado de exportación.
- c) Trámite de certificado de sanitario.

Sexto paso: trámite aduanero para el embarque de mercadería

Orden de embarque

Conocimiento terrestre

Conocimiento de embarque

Séptimo paso: trámite aduanero posterior al embarque

Estos trámites los realiza el agente de aduanas.

Octavo paso: trámite bancario

Cumplido las seis y siete, el agente de aduana y el agente naviero, entrega al exportador los documentos de embarque para su negociación ante el banco exportador.

Noveno paso: trámite de recuperación de draw back

Para la restitución de los derechos arancelarios ante el área de recaudación de cualquier intendencia de aduanas de la república, acompañado por los siguientes documentos:

- a) Solicitud de restitución en original, con carácter de declaración jurada.
- b) Fotocopia autenticada por el agente de aduanas de la declaración única de exportación.
- c) Copia de las facturas del proveedor nacional correspondientes a las compras internas de insumos importados por terceros.

2.3.6.6. Principales documentos utilizados para la exportación

Los principales documentos publicados por PROMEX utilizados en la exportación son:

- a) Factura comercial.
- b) Orden de embarque.
- c) Cargo de entrega de documento.
- d) Declaración única de exportación.
- e) Conocimiento de embarque.

- f) Lista de empaque.
- g) Póliza de seguro de transporte.

Pasos para la exportación

Los pasos para la exportación publicada por ADEX son:

- a) Identificación del producto de exportación.
- b) Registro unificado.
- c) Celebración del contrato comercial.
- d) Incoterms.
- e) Autorizaciones o visaciones.
- f) Embarque de la mercadería.
- g) Operaciones varias
- h) Devoluciones del impuesto general a las ventas.

2.3.7. Identificación de los productos agroexportables en la Región Tacna, periodo 1995 – 2010

En la tabla 1 se observan los productos que tuvieron protagonismo en las exportaciones de los últimos 16 años (desde 1995 hasta 2010).

Según la serie histórica sistematizada por la Dirección de Estadística Agraria – Tacna, en base del cual se elaboró el Cuadro posterior mostrado en el presente; son 20 el número de presentaciones de productos agrícolas exportables, sin embargo estas corresponde solamente a 9 especies agrícolas, debido a que la especie del olivo, deriva para la exportación 4 presentaciones: aceituna deshidratada, aceite de oliva, aceituna en salmuera, y aceituna verde en salmuera. Para el caso del ají, esta fue exportada también no diremos presentaciones sino variedades: ají panca, y ají verde amarillo (escabeche); de igual modo para el caso de la especie cebolla también se exportó: cebolla amarilla dulce, cebolla roja y cebolla en vinagre. En el caso de la especie páprika, se exportó en presentaciones de páprika deshidratada y páprika en polvo. (MINAG, 2012).

Tabla 1. Exportaciones de Productos Agrícolas (t) de la Región Tacna, periodo 2001-2010.

Producto	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Aceituna deshidratada	0	0	0	0	0	0	14,37	0	0	0
Ají panca	0	0	0	0	0	37,98	0	0	0	0
Ají verde amarillo	0	0	0	0	0	0	0	0,01	0	0
Ajos frescos	220,65	159,63	1,00	38,00	33,51	425,0	6,21	39,00	3,52	39,40
Cebolla A. dulce	3978,6	3475,03	4331	7877,4						
Haba grano seco	0	0	0	0,34	0,40	0,65	1,31	3,39	4,15	3,48
Higos deshidratados	0	0	0	0	0	0	0	1,03	27,41	0
Orégano seco	1712	1898	1940	2715,1	1603	1803	2793,3	2850	4241	4494
Paprika deshidratada	1167,9	1302,63	1494	1632,1	0	744,3	457,85	206,5	90,46	94,98
Sandía fresca	74,55	75	100	223,04	446,6	1626	403,43	2111	2379,	2192
Zapallito italiano	0	0	0	0	0	0	0	40,36	110,7	289,56
Zapallo fresco	86	224	109	157,49	239,2	89,26	278,65	509,9	1311	652,21

Fuente: Dirección de estadística Agraria – Tacna (2012)

2.3.8. Crecimiento extensivo e intensivo de los cultivos agroexportables en la Región Tacna

De acuerdo a la teoría, el crecimiento económico puede ocurrir de dos maneras: estas son extensivamente e intensivamente. Cuando ocurre de manera extensiva, implica destinar más recursos como es el capital, trabajo y la tierra; y cuando ocurre de manera intensiva implica hacerlo de modo más productiva; es decir empleando la misma cantidad de recursos pero con mayor eficiencia.

Puede haber una tercera manera de que ocurra el crecimiento económico, esto es adicionar más recursos y ser más eficientes. Es en este sentido que se entiende el rol fundamental que cumple el desarrollo agrario en el crecimiento económico

De los 8 productos que muestran frecuencia en las exportaciones, consideramos 6, las que reportan mayor significancia en los últimos 16 años.

En cuanto a la superficie el que evolucionó mayormente (29%) fue la cebolla amarilla y el de menor evolución (-4%) fue el zapallo.

En lo que concierne al rendimiento notamos que el olivo presenta mayor tasa (57%) de crecimiento, y el de menor tasa (2%) lo mostró el zapallo. Finalmente en lo que respecta en la producción el olivo reporto la mayor tasa de crecimiento (68%), mientras que el zapallo la menor tasa de crecimiento (-3%). Este comportamiento nos dice que el olivo sigue siendo un cultivo de gran importancia económica. En la tabla 2 se observa la tasa de crecimiento promedio por cultivo de exportación en la región Tacna:

Tabla 2. Tasa de crecimiento promedio anual por cultivo de exportación

Tasa de crecimiento	Paprika	Sandía	Zapallo	Olivo	Orégano	Cebolla amarilla
Superficie (%)	10	9	-4	8	5	29
Rendimiento (%)	3	3	2	57	8	4
Producción (%)	12	12	-3	68	12	24

Fuente: Dirección de estadística Agraria – Tacna (2012)

De lo descrito anteriormente podemos concluir que la tasa de crecimiento promedio de cultivos intensivos para la exportación de Páprika y Cebolla Amarilla Dulce no han sido sostenibles en el tiempo, dado que han mostrado en el periodo de estudio tasas de crecimiento en el PBI negativas (-18% y -20,37% respectivamente), en cambio los cultivos como Sandía, Zapallo, Olivo y Orégano tienen más sostenibilidad en la contribución al PBI mostrando tasas de crecimiento

positivas (97%, 61%, 83% y 19,75%), destacando entre ellos la sandía y el olivo.

Por otro lado, viendo la oferta exportable, notamos que la cebolla amarilla ha exportado la mayor parte de su producción (83%) mientras que los cultivos de sandía y olivo son los que solo una parte menor de su producción fueron exportadas (15% y 22,65%). Esto hace suponer ahondar estudios sobre cuáles son los factores que influyen negativamente en la colocación de la mayor parte en los mercados internacionales; en la tabla 3 se detalla las exportaciones, según sus partidas arancelarias de la región Tacna (MINAG, 2012)

Tabla 3. Las exportaciones de Tacna, según partidas arancelarias, 2011.

N°	Descripción	P.NETO ton	Porcentaje valor FOB Tacna	VALOR FOB Tacna	VALOR FOB nacional	Porcentaje valor FOB nacional
1	Aceituna preparadas o conservadas	6810,71	10 544,356,70	32,52%	22, 763 347,00	46,32%
2	Aceituna conservadas provisionalmente	6792,19	4 588 734 35	14,15%	5 023 347 00	91,35%
3	Orégano	3065,29	7 490 196 69	23,10%	11 406 853 00	65,66%
4	Jibias	2252,94	3 350 213 65	11,26	230 647 892	1,58
5	Hígados, huevas, lechas congeladas	208,50	1 710 447 00	5,27	11 857 071,00	
6	Anchoas	110,17	696, 673 63	5,27	6 712 640	10,38%
7	Pulpo	79,20	432,238	1,33%	8 752, 267	4,94%
8	Sandías frescas	2329,42	221,542, 95	0,68%	2,254 840	9,83%
9	Demás complementos de vestir	0	202, 438,05	0,62%	790 584 00	25,61%
10	Hongos del genero aricus secos	20,80	193,660	0,60%	247 260 00	78,32%
11	Aceite de oliva virgen	47,96	166,083 00	0,51%	329 466 000	50,41%
12	Minerales de cobre y sus concentrados	5013,18	128 083 00	0,40%	7 796 655 140 0	27,00%
13	Truchas	10,90	120,46	0,18%	120 471,00	10,00%
14	Erizos de mar vivos o frescos	8,78	109,14	0,16%	109 141 00	10,00%
15	Demás pescados salados sin secar	23,20	115 663 60	0,36%	186 476 00	62,03%
16	Paprika triturada	58,60	107 982 86	0,33%	24 025 360,00	0,45%
17	Demás pastas alimenticias sin cocer	154,63	98 355 92	0,30%	48 465 866,00	0,20%
18	Quinua	33,64	89 355 92	0,28%	23 913 663 00	0,37%
19	Preparaciones conservas	6,0	82 200 00	0,25%	4 681 918,00	1,76%
20	Frijoles porotos	875,27	79 928 00	0,25%	1 308 192,00	6,11%
21	Cebolla	555,26	68 025 90	0,21%	42 866 317 ,00	0,16%
22	Otros		572,187 37	2,97%		
	Total		32 428 739,60	100,00		

Fuente: Cámara de comercio, industria y producción de Tacna (2011)

Las aceitunas preparadas o conservadas lideraron las exportaciones el 2011 con US\$ 10,5 millones de dólares FOB que representa el 32,5% de las exportaciones regionales, sumadas a las aceitunas conservadas se alcanzó los 15,1 millones, representando el 46% y 91% de las exportaciones nacionales respectivamente. En relación al orégano se alcanzó los US\$ 7,5 millones que significa el 23,1% de las exportaciones de la región y el 66% de las exportaciones nacionales. Las jibias (*sepia officinalis, rossia*), han pasado a ser el cuarto producto de exportación de Tacna con más de 3,6 millones de dólares FOB el 2011. Es importante el crecimiento de las exportaciones de hígados, huevas y lechas congelados tuvieron un acumulado de 1 710,447 dólares; y anchoas saladas el acumulado de 696 673,63 dólares que representó el 14,43% y 10, 38% de las exportaciones nacionales respectivamente.

2.3.9. Principales mercados de destino de las exportaciones de Tacna

En la tabla 4 se observa los principales mercados de destino de las exportaciones de aceitunas de Tacna.

Tabla 4. Países de destino de las exportaciones Tacna, 2011

País	Valor en US\$	Porcentaje (%)
Brasil	14 076 206,88	43,54
Chile	8 423 831,33	26,06
España	3 540 411,08	10,95
Japón	1 963 633,29	6,07
Italia	1 097 833,66	3,40
Venezuela	853 991,70	2,64
Francia	474 110,00	1,47
Uruguay	449 408,00	1,39
China	447 210,00	1,38
Rep. de Corea	397 560,00	1,23
Colombia	201 468,00	0,62
Singapur	82 200,00	0,25
Ecuador	78 815,00	0,24
Alemania	76 838,40	0,24
Argentina	64 600,00	0,20
Bolivia	61 260,92	0,19
Australia	37 346,40	0,12
Total	32 326 724,60	100,00

Fuente: Cámara de comercio, industria y producción de Tacna (2011)

Brasil fue el principal comprador con 14 millones de dólares americanos lo que representa el 43,54% del total de exportaciones de la región Tacna, seguida por Chile con el 26%, España con el 10,95% y Japón con el 6,07%. Asimismo en el cuadro se indica que las exportaciones de la Región de Tacna estarían representadas por el 75% a mercados latinos y sólo el 25% al mercado europeo y oriente del mercado mundial.

2.3.10. Programa de promoción de inversiones y exportaciones de Tacna

2.3.10.1. Lineamientos de política para la promoción de inversiones y exportaciones.

Según, la Dirección General de Asuntos de Economía Internacional del Ministerio de Economía y Finanzas – MEF, 2007 (Documento de discusión DD/07/01); la dinámica económica de las regiones peruanas han dependido tradicionalmente de la localización de las actividades económicas. Así como por ejemplo: enclaves mineros, corredores económicos naturales, uso de tierras de cultivo y aglomeraciones de comercialización regionales, entre otros; las que han estado organizadas a partir de factores tales como la configuración geográfica, la presencia de economías de escala o variaciones en los precios relativos, sean estas últimos resultado de mecanismos de mercado o debidos a la intervención del gobierno.

En conjunto, todos estos elementos han contribuido a la concentración de la actividad económica y de la población en un determinado espacio geográfico. La promoción del crecimiento económico en las regiones peruanas pasa por favorecer las fuerzas de localización de las actividades económicas y el asentamiento de

inversiones y negocios, mediante la generación de economías de escala crecientes, la creación de condiciones de asignación más eficiente de los recursos y la facilitación de las ventajas comparativas que permitan la explotación del mercado internacional. (GR-TACNA)

Además, buscan reforzar aquellas fuerzas de aglomeración que se hayan establecido de manera sana, reducir las fuerzas de repulsión de dichas actividades, así como minimizar los costos de transacción al comercio interregional. Considerando la no-discrecionalidad y sostenibilidad de dichas políticas, estas deben articularse en función a determinados principios básicos que permitan favorecer un crecimiento económico-regional armónico y viable.

Los principios que se establecen para tal efecto son los siguientes:

Principio 1: Crecimiento sostenible

Las políticas públicas de crecimiento de la región deben garantizar la sostenibilidad de los recursos renovables, tales como bosques, agua, especies animales y vegetales, entre otros. (GR-TACNA)

Principio 2: Rol subsidiario del Estado

Las actividades de apoyo deben cumplir el precepto constitucional que el Estado interviene solo donde no existen agentes privados

dispuestos voluntariamente a producir determinado bien o prestar determinado servicio.

Principio 3: No discriminación

Las actividades de apoyo del Estado deben cumplir los preceptos de no discriminación establecidos tanto en la Constitución Política del Perú; la Ley Marco para el Crecimiento de la Inversión Privada (Decreto Legislativo No. 757) y el Régimen de Estabilidad Jurídica a las Inversiones Extranjeras (Decreto Legislativo No. 662).

Principio 4: Acciones transversales

Las políticas públicas deben de implementar acciones transversales que sean lo más amplias posibles con la finalidad de aprovechar los beneficios de escala que generan. Además, de los argumentos de eficiencia asociados a la aplicación de políticas no discrecionales (reducción de los costos administrativos, por ejemplo), estas permiten avanzar hacia una mayor institucionalidad que progresivamente vayan sentando las bases de una sociedad ordenada.

Principio 5: Rentabilidad social de proyectos

La ejecución de proyectos de inversión con fondos públicos con participación directa o indirecta de estos, deben sujetarse al criterio de

rentabilidad social y a los procedimientos establecidos en la Ley del Sistema Nacional de Inversión Pública (Ley No. 27293), la Ley Marco de Promoción de la Inversión Descentralizada (Ley No. 28059); la Ley de Promoción de la Inversión Privada de las Empresas del Estado (Decreto Legislativo No. 674), la Ley de Promoción de la Inversión Privada en Obras Públicas de Infraestructura y de Servicios Públicos (Decreto Legislativo No. 839) y demás normas aplicables.

Principio 6: Eficiencia económica

El gasto mediante el empleo de instrumentos financieros debe ser priorizado de acuerdo al mejor uso o retorno económico de los recursos. Es indispensable para el mejor empleo de los recursos del Estado, generar la máxima producción de bienes y servicios posible con los menores recursos asociados, manteniendo la calidad de los mismos, en el marco del nuevo paradigma de ejecución del gasto público, que implica una ejecución presupuestaria por objetivos.

Principio 7: Transparencia y la rendición de cuentas

Un insumo importante para promover la eficiencia en el gasto público es la promoción de los mecanismos de transparencia y rendición de cuentas a todo nivel de gobierno con la finalidad de evitar posibles actos de corrupción y malversación de fondos. Al respecto es importante

promover la tarea que realizan los Consejos de Coordinación Regional y Local, así como de las Juntas de los Delegados Vecinales para avanzar hacia su institucionalización. En la misma línea, las labores de la Contraloría General de la República debieran ser complementadas con la finalidad de incluir no solo una evaluación *ex post* del gasto sino también una evaluación *ex ante* del mismo.

Bajo estos principios y los aspectos teóricos señalados, es necesario señalar los lineamientos de política regional para la promoción de crecimiento económico de la región de Tacna:

Lineamiento 1: Provisión y mantenimiento de infraestructura de transporte

El Gobierno Regional y los Gobiernos Locales mediante la inversión pública y la promoción de la inversión privada deben proveer, así como mantener una adecuada infraestructura de transporte (carreteras, puertos, aeropuertos, etc.) que faciliten la conexión entre las zonas de alto potencial productivo con los mercados de destino, en especial con los foráneos; aprovechando las economías de escala existentes o bien creando condiciones para que el sector privado pueda desarrollar actividades económicas en el ámbito de la región. Al respecto, es esencial considerar el trabajo realizado por el Instituto Vial provinciales

existentes, en cuyos planes viales provinciales se expresan las prioridades de las inversiones de infraestructura vial que debieran realizarse.

Lineamiento 2: Provisión, mantenimiento y reducción de costos de la infraestructura de redes

Se deben favorecer, mediante la promoción de la inversión privada o la realización de la inversión pública, la provisión eficiente de redes de energía para la interconexión de los principales centros urbanos y de producción con las fuentes de energía más económicas, lo cual incidirá de manera significativa sobre los costos de operación de las empresas regionales que permitirá obtener una posición competitiva con respecto a otras regiones. De la misma manera, debe de favorecerse la inversión pública y la promoción de la inversión privada en redes de telecomunicaciones y sanidad, dado que representan complementos productivos indispensables para el resto de actividades productivas y para la innovación empresarial.

Lineamiento 3: Sistematización de los derechos de propiedad territoriales

Es indispensable que el Gobierno Regional con el apoyo de los Gobiernos Locales realice un ordenamiento e identificación de las

características geográficas de sus territorios a través del instrumento de Zonificación Ecológica Económica (ZEE), con la finalidad de maximizar la utilización de sus territorios mediante el conocimiento de las diversas zonas productivas y no productivas que poseen. Por su parte, es deseable que los Gobiernos Locales según la normatividad vigente, cuenten con un catastro de sus territorios con lo cual no solamente podrán organizar sus jurisdicciones sino también potenciar la recaudación de ingresos propios mediante la implementación de una política de rentas basada en dicho catastro. En la misma línea, los organismos públicos descentralizados del Gobierno Central, como por ejemplo el Proyecto Especial Titulación de Tierras y Catastro Rural (PETT), el Organismo de Formalización de la Propiedad Informal (COFOPRI) y el Instituto Nacional de Recursos Naturales (INRENA), deben progresivamente avanzar hacia un mecanismo más ágil, sencillo y de mayor credibilidad para el acceso a la propiedad de la tierra y el saneamiento de derechos de propiedad a nivel urbano y rural, lo cual permitirá al productor e inversionista, el acceso al sistema financiero y reducir los costos de transacción para el usufructo de los bienes.

Lineamiento 4: Difusión de los procesos de producción exitosos y de la certificación-acreditación de productos regionales identificados con ventajas locales

El Gobierno Regional de Tacna mediante programas de asistencia técnica debe promover y difundir los sistemas de certificación y acreditación de los estándares de producción para los productos identificados con ventajas comparativas “productos bandera”. Además, deberá difundir los procesos productivos regionales exitosos, como las “buenas prácticas” de almacenamiento, tratamiento, etc., con el fin de facilitar el acceso de los bienes y servicios de la región a los mercados nacional e internacional. El rol del Gobierno Central al respecto deberá consistir en la promoción de la cooperación técnica internacional al respecto.

Lineamiento 5: Promoción y difusión de la innovación mediante la inversión en ciencia y tecnología

El Gobierno Regional debe coordinar y promover la investigación en ciencia y tecnología de actividades económicas que presenten ventajas comparativas en la región, mediante la implementación de programas de asistencia tecnológica, asociatividad de usuarios y fondos concursables, con el objetivo de mejorar la calidad de dichas actividades y el acceso a mercados de destino.

Lineamiento 6: Protección del medio ambiente

El Gobierno Regional y Gobiernos Locales deben garantizar que el desarrollo de las actividades económicas respeten los estándares ambientales establecidos en la legislación vigente y la renovación de los recursos naturales mediante la implementación de mecanismos y programas de adecuación, control y fiscalización.

Lineamiento 7: Definición de competencias, desconcentración de funciones y mejora de los mecanismos de coordinación intergubernamental

En el marco del proceso de descentralización de competencias y funciones a los menores niveles de gobierno, es indispensable que el Gobierno Central desarrolle una definición clara de las competencias y funciones en el ámbito de los 3 niveles de gobierno, para la identificación y la posterior transferencia de las competencias que el Gobierno Regional y Locales requieren para favorecer el desarrollo de las inversiones y la localización de negocios en sus respectivas jurisdicciones, lo cual coadyuvará a potenciar su desarrollo económico.

Por otro lado, con el objetivo de promover un planeamiento de desarrollo concertado regional es conveniente que se continúen elaborando los Planes de Desarrollo Regional Concertado (PDRC) entre

el gobierno Regional, Local y la Sociedad Civil, acorde con lo que establece la normatividad vigente, hasta avanzar a su institucionalización con la finalidad de articular propuestas, programas y acciones de política pública para el desarrollo local y regional.

Lineamiento 8: Generar economías de escala a nivel local y regional mediante la concentración del espacio geográfico

Con el objetivo de aprovechar las economías de escala a nivel local y regional, potenciar los clúster productivos y los corredores económicos, y fortalecer las relaciones comerciales interregionales es preciso el fortalecimiento del proceso y los instrumentos de fusión de municipalidades, así como la conformación de macroregiones, los cuales debieran considerar, entre otros aspectos, la dinámica económica regional y locales, en lugar de las meras demarcaciones fronterizas territoriales convencionales, acorde lo que establece la Ley de Demarcación y Organización Territorial (Ley No. 27795).

Lineamiento 9: Promover la simplificación administrativa en los servicios relacionados con la constitución de empresas

El gobierno Regional y Locales con la finalidad de reducir los costos de transacción para el acceso al mercado de las nuevas iniciativas empresariales deberán implementar programas sistemáticos de

simplificación administrativa, los cuales deben comprender la reducción de tiempos, la eliminación de pasos y papeleos innecesarios, entre otros de similar naturaleza, en el marco de la depuración de los procedimientos establecidos o por establecerse.

Lineamiento 10: Ejercer un control de calidad en la normativa regional.

El gobierno Regional y Local con la finalidad de reducir los costos de transacción para los regulados deben implementar un esquema institucional para el análisis de impacto regulatorio de la producción normativa regional y local que permita asegurar la calidad en dichas acciones sobre la base de criterios de transparencia normativa, necesidad y efectividad.

Lineamiento 11: Desarrollar mercados de servicios empresariales regionales.

Con la finalidad de mejorar el desempeño de los actores empresariales es indispensable la implementación de servicios de desarrollo empresarial en la región y que se adecuen a las necesidades de mejora de las empresas, especialmente en aquellas de menor escala, los cuales versan sobre mecanismos claros y ágiles para la provisión de información relevante y oportuna de los procesos

productivos, capacitación, asistencia técnica, consultoría, facilitación del acceso a los mercados, entre otros de similar naturaleza.

Lineamiento 12: Racionalizar el uso actual de las exoneraciones tributarias.

Los privilegios tributarios inhiben el aprovechamiento eficiente de las ventajas comparativas regionales por lo que la eliminación de las exoneraciones tributarias en bloque, es decir en conjunto en todas las regiones que cuentan con estas, es necesaria para evitar la propagación de mayores externalidades negativas y un mayor costo social y económico. Para este fin el gobierno Regional en coordinación con el Gobierno Central debe de implementar mecanismos de coordinación que permitan la reducción y eliminación de dichas exoneraciones, así como de cualquier distorsión de índole tributaria que reoriente la iniciativa privada a actividades económicas regionales ficticias o de reducidas ventajas comparativas. (GR-TACNA, 2012)

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

En el proceso de construcción del conocimiento científico en general y en la investigación científica en particular, las hipótesis juegan un papel muy importante y ocupan un lugar clave en la evolución de una investigación concreta. Hay pocas dudas de que las hipótesis son instrumentos importantes e indispensables de la investigación científica. Las hipótesis pueden ser demostradas y demostrarse que pueden ser probablemente ciertos o falsos. Esto es tan importante que nos aventuramos a decir que no habría ciencia en ningún sentido completo sin las hipótesis.

3.1. HIPÓTESIS GENERALES Y ESPECÍFICAS

3.1.1 Hipótesis general

El comportamiento de los precios promedios de la aceituna alcanzados por destino determina el volumen de las exportaciones en la zona de la Yarada durante los periodos 2010-2012.

3.1.2. Hipótesis específicas

El comportamiento de precios, de las aceitunas está determinado por el volumen de producción generada en la zona de la Yarada.

El volumen de las exportaciones está en función directa por los precios alcanzados en la zona de la Yarada

Existe una relación directa entre el volumen de las exportaciones y los precios de destinos alcanzados durante el, periodo 2010-2012.

3.2. INDICADORES Y VARIABLES

Variable dependiente: Y Volumen de exportación

Variables independientes X Precio de destino

X₁ Precios FOB

X₂ Precios por destino

X₃ Precios modalidad de pago

3.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 5. Operacionalización de las variables

Variable	Dimensión	Indicador
Exportaciones por destino (Y)	Volumen Esquema de salida	Volumen exportado total Volumen de exportación TM por destino
Precio de destino (X)	Precio de venta	Precio (FOB) Por destinos Modalidad de pago

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO IV

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es descriptiva, será carácter exploratorio, descriptivo de corte longitudinal ya que el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes en forma tan específica.

Esta investigación posee un diseño no experimental, ya que es imposible manipular las variables. No se construye ninguna situación, solo se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador.

La investigación es longitudinal por que analiza un fenómeno a través de un período largo de tiempo.

4.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población a analizar estará constituida por 08 empresas dedicadas a exportación de aceitunas que fueron las siguientes:

- Yarada SAC
- Baumann Crosby
- Truffa Corporation
- Agroindustrias y Comercializadora Guive E.I.R.L.
- Exportaciones MIRSA EIRL
- Industrias agrícolas Tacna
- Agroindustria Olivarera Perú
- Agroindustrias Nobex S.A.

4.3. MATERIALES Y MÉTODOS

4.3.1. Ubicación geográfica y temporal

El estudio se ubica en la región de Tacna. Provincia de Tacna, en la irrigación de la Yarada

4.3.2. Análisis estadístico

Para el análisis de resultados, se evaluaron los datos obtenidos en el procesamiento de la información refiriéndose a tendencias, frecuencias, dispersiones, etc., se utilizó el programa estadístico SPSS para el análisis de los datos y el programa Excel.

El nivel de dependencia y pruebas de hipótesis entre las variable dependiente e independientes se analizaron utilizando pruebas estadísticas no paramétricas Chi - Cuadrado de Pearson, con un nivel de significancia $\alpha = 0,05$. Se utilizó el análisis de regresión, este método se va utilizar para analizar datos que provienen de experimentos que no fueron diseñados. Este es el caso del estudio de fenómenos no controlados o de registros históricos, en muchos de los cuales existen problemas donde dos o más variables están relacionadas y es muy importante modelar y explorar esta relación.

El objetivo del análisis de regresión es predecir el comportamiento en la variable dependiente a partir de los cambios en las variables independientes, este objetivo se logra a partir del uso de mínimos cuadrados. En el estudio de la relación funcional entre dos variables poblacionales, una variable X, llamada independiente, explicativa o de

predicción y una variable Y , llamada dependiente o variable respuesta, presenta la siguiente notación:

$$Y = a + \beta X + \varepsilon$$

Donde:

a es el valor de la ordenada donde la línea de regresión se intercepta con el eje Y .

β es el coeficiente de regresión poblacional (pendiente de la línea recta)

ε es el error

Luego, la ecuación de regresión muestral estimada es:

$$\hat{Y} = a + b X$$

Que se interpreta como:

a es el estimador de α

Es el valor estimado de la variable Y cuando la variable $X = 0$

b es el estimador de β , es el coeficiente de regresión

Está expresado en las mismas unidades de Y por cada unidad de X .

Indica el número de unidades en que varía Y cuando se produce un cambio, en una unidad, en X (pendiente de la recta de regresión).

Un valor negativo de b sería interpretado como la magnitud del decremento en Y por cada unidad de aumento en X .

CAPÍTULO V

TRATAMIENTO DE LOS RESULTADOS

5.1. TÉCNICAS APLICADAS EN LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Continuando con el proceso secuencial de las etapas de la investigación científica; y, habiendo determinado el tamaño de muestra así como los individuos de las cuales se recogió información, corresponde aplicar los instrumentos que debo utilizar para recolectar información. Los instrumentos de recolección de datos están en relación con el tipo de investigación, es decir que, existen instrumentos que permiten recoger datos para la investigación cualitativa (y, otros para la investigación cuantitativa)

5.2. INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN

Medios que permiten al investigador registrar la información: cuestionario, guía de entrevista, guía de observación, test, etc.

5.3. RESULTADOS

La oferta proveniente de los pequeños agricultores generalmente se destina al mercado nacional, aunque un significativo porcentaje es para abastecer a empresas industrializadoras para la elaboración de aceite de olivo o para su exportación como aceituna de mesa. Las exportaciones de aceituna han evolucionado positivamente, creciendo a un ritmo anual de 6,7% entre 2008 y 2011, como resultado del incremento de los volúmenes enviados (25,4%), que atenuaron la retracción de los precios de venta. Las exportaciones se han concentrado en una presentación “aceitunas conservadas provisionalmente impropias para la alimentación”, las cuales abarcan más del 90% del total exportado y mantienen un crecimiento anual de 7,5%. A continuación se observa los resultados

5.3.1. El volumen acopiado (Y)

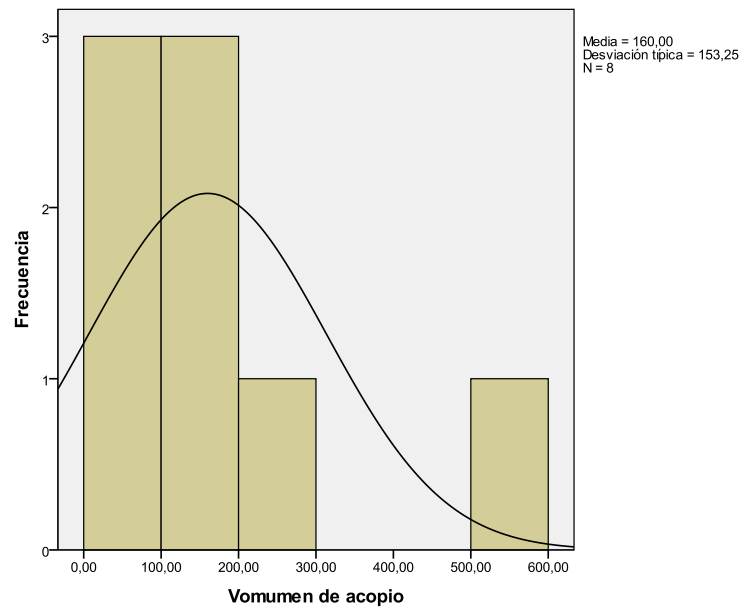
Según el tabla 6 y Figura 3 se observa que en promedio las empresas encuestadas acopian 160 TM, siendo el valor mínimo de 30TM con un valor máximo de 500 TM respectivamente.

Tabla 6. Estadísticos descriptivos de volumen acopiado

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.	Varianza
Volumen de acopio	8	30,00	500,00	160,0000	153,25050	23485,714
N válido (según lista)	8					

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

**Figura 3.** El volumen acopiado

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

5.3.1.1. Los márgenes de merma del producto adquirido es en promedio

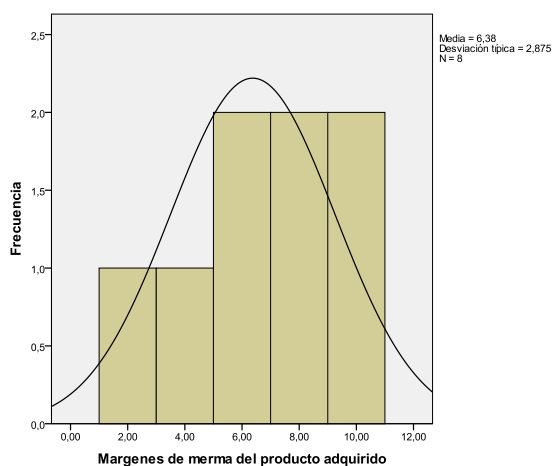
La Tabla 7 y Figura 4 de la encuesta evidencia que en promedio las empresas tienen un 3,37% de mermas de pérdida del producto, con un mínimo de 2,0% y máximo de 10% respectivamente

Tabla 7. Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.	Varianza
Márgenes de merma del producto adquirido	8	2,00	10,00	6,3750	2,87539	8,268
N válido (según lista)	8					

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia.

**Figura 4.** Márgenes de merma

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

5.3.1.2. Porcentaje de acopio según categorías

De la tabla 8 y Figura 5 se desprende que en mayor porcentaje con el 30% de las empresas acopia aceitunas de primera, el 26,67% extra, el 28,33% acopia segunda y un 22,50%v indicó que acopia tercera. Las aceitunas de mesa deberán responder a los criterios mínimos de calidad resultantes de las tolerancias para defectos. Las principales empresas

exportadoras cuentan con sus propias plantas de producción, aunque también acopian materia prima de otros productores, antes de la cosecha. Estas empresas además realizan todo el proceso de calibrado y almacenamiento, destinando sus productos principalmente al mercado externo. A nivel internacional la presentación y comercialización de la aceituna se basa en normativas específicas: “La categoría de las aceitunas se relaciona con la presencia de determinados defectos en las mismas. Estos pueden ser, según los límites establecidos por normativas específicas: de textura (frutos blandos, arrugados o fibrosos) y de la piel (daños en forma de manchas, ya sea afectando o no a la pulpa). Otros defectos hacen referencia a las aceitunas que presentan adherido el rabillo (en los casos no admitidos) o a la presencia de frutos no enteros, frutos sin relleno o de relleno incompleto y, por último, por la presencia de materias extraña.

Tabla 8. Porcentajes de acopio según categorías

Empresa	Categorías			
	Extra %	Primera %	Segunda %	Tercera %
Yarada SAC	40	20	20	20
Baumann Crosby	50	40	10	-
Truffa Corporation	10	20	20	50
Agroindustrias y Comercializadora Guive E.I.R.L.:	20	30	40	10
Exportaciones MIRSA EIRL	50	30	20	0
Industrias agrícolas Tacna	10	40	50	-
Agroindustria Olivarera Perú	20	50	30	-
Agroindustrias Nobex S.A.:	60	20	10	10
Promedio	32,50	31,25	25,00	18,00

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

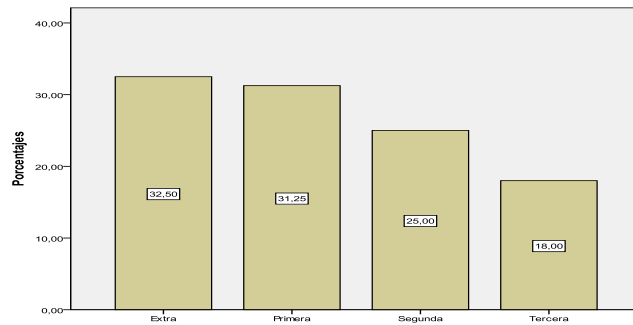


Figura 5. Porcentajes de acopio según categorías

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

5.3.1.3. Con qué maquinaria cuenta Ud. para el procesamiento del aceituna

De acuerdo a la tabla 9 se observa que el 37,50% de las empresas encuestadas cuenta deshuesadora, en un 25% seleccionadora y el resto se distribuye en clasificadoras.

Tabla 9. Cuenta con maquinaria

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Seleccionadora	2	25,0	25,0	25,0
Cosechadora	1	12,5	12,5	37,5
Clasificadora	1	12,5	12,5	50,0
Deshuesadora	3	37,5	37,5	87,5
Seleccionadora y clasificadora	1	12,5	12,5	100,0
Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración Propia

5.3.1.4. Capacidad de planta

Los resultados de la tabla 10 y Figura 6 se evidencia que en promedio la capacidad de las empresas encuestadas es de 842 TM; el rango mínimo es de 60 TM y su máximo de 3500 TM con una desviación estándar de 1175,496 TM

Tabla 10. Capacidad de la planta Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.	Varianza
Capacidad de la planta	8	60,00	3500,00	842,5000	1175,49686	1381792,857
N válido (según lista)	8					

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

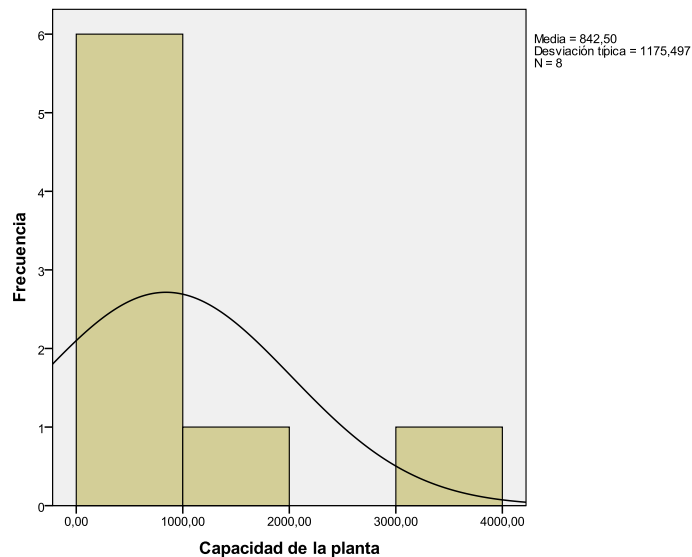


Figura 6. Capacidad de planta

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

5.3.1.5. Propiedad del local donde funciona la empresa

El 75% de los empresarios encuestados manifestó que el local donde funciona su planta es propio, sin embargo el 25,0 % señaló que es alquilado según la tabla 11:

Tabla 11. Propiedad del local

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Propio	6	75,0	75,0	75,0
Alquilado	2	25,0	25,0	100,0
Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

5.3.1.6. Cuenta con centros de producción de aceituna

La tabla 12 manifiesta que 87,50% de la empresas encuestadas indicaron que sí cuentan con centros de producción y solamente 1 (12,50%) indicó que no. Las principales empresas exportadores cuentan con sus propias plantas de producción, y realizan todo el proceso de procesamiento, calibrado y almacenamiento y poseen alta capacidad gerencial.

Tabla 12. Cuenta con centros de producción de aceituna

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	7	87,5	87,5	87,5
	No	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

5.3.1.7. Costo de transporte local

La tabla 13 manifiesta que en promedio la empresa encuestada tiene un gasto anual de transporte local de 14 175,00 nuevos soles, siendo el rango mínimo de 1200 nuevos soles y máximo de 50 000 nuevos soles. Otros factores que afectan el buen desempeño de las exportaciones vienen dados por los costos elevados en el transporte terrestre, sea que provengan de los peajes, el elevado tiempo de tránsito, los gastos en los que se tienen que incurrir debido a la deficiente calidad de las carreteras o la falta de regulaciones mínimas para que la prestación del servicio se realice con niveles de calidad adecuados.

Tabla 13. Estadísticos descriptivos costo de transporte local

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.	Varianza
Costo del transporte local	4	1200,00	50000,00	14175,00	23916,295	5,720E8
N válido (según lista)	4					

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

5.3.1.8. Costo de transporte internacional

Con respecto al transporte internacional, según la tabla 14 manifestaron que en promedio la empresa encuestada tiene un gasto anual de transporte local de 18 850,00 nuevos soles, siendo el rango mínimo de 1200 nuevos soles y máximo de 30000 nuevos soles anuales. El sector exportador, en particular, es uno de los más afectados por el déficit en infraestructura, principalmente en transporte, que genera pérdidas de competitividad respecto de otros países competidores. Igualmente los mercados de servicios que se derivan de la explotación de la infraestructura, a la fecha son imperfectos y provoca que los exportadores e importadores manifiesten un recurrente pago de sobrecostos.

Tabla 14. Estadísticos descriptivos costo de transporte internacional

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.	Varianza
Costo del transporte internacional	4	1200,00	30000,00	18550,0000	13342,03882	1,780E8
N válido (según lista)	4					

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

5.3.2. Destino de su producto (X)

La comercialización es una de las actividades fundamentales para que los socios y las empresas recuperen el capital utilizado en la

producción con ello sustentar la próxima exportación, de acuerdo a la tabla 15 se observa que el 62,50% de la empresas encuestadas desatinan su venta a la exportación y al mercado nacional y un 37,50% señaló que es netamente para la exportación.

Tabla 15. Destino del producto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Exportación	3	37,5	37,5	37,5
	Exportación y mercado nacional	5	62,5	62,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

La figura 7 muestra los canales de comercialización de la aceituna donde se observa que existen acopiadores de aceitunas crudas y acopiadoras de aceituna procesada cuyo mercado se destina al mercado nacional y boliviano, por parte de los productores asociados y empresas se observa que acopian y procesan la aceituna destinada principalmente a los mercados de Brasil, Estados Unidos y Chile, asimismo destinan su producción al mercado nacional.

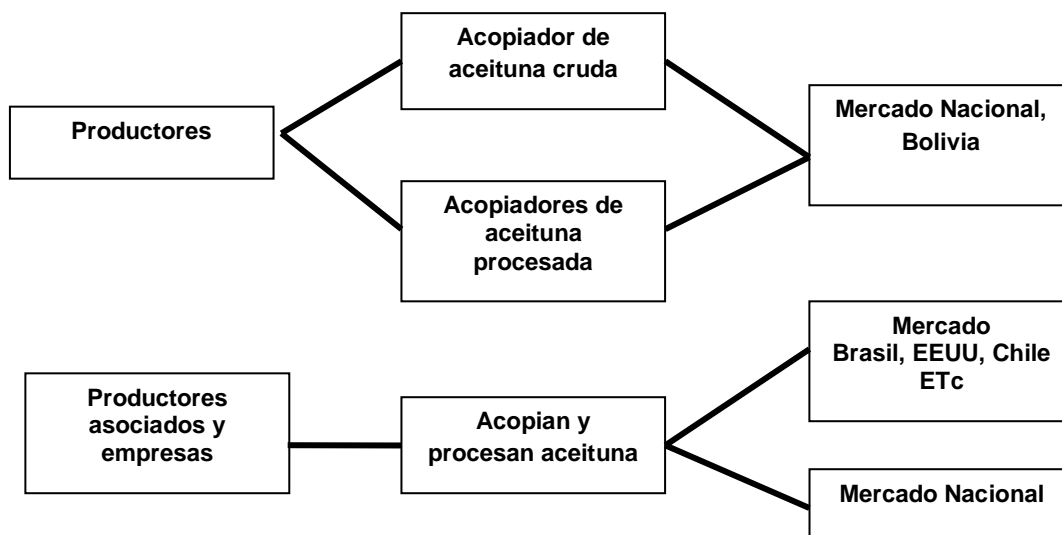


Figura 7. Canales de Comercialización en Tacna

Fuente: Minag (2012)

5.3.2. Ha tenido alguna vez problemas respecto a la calidad del producto adquirido

Según la tabla 16 se observa que el 75 % de las empresas indicaron que no ha tenido ningún problema respecto a la calidad del producto, en tanto que un 25,0% manifestó que sí.

Tabla 16. Problemas respecto a la calidad del producto adquirido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	2	25,0	25,0	25,0
	No	6	75,0	75,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

5.3.3. Cuál es el precio de compra de aceituna, en estos momentos

Según la tabla 17 y figura 8 muestra que el precio promedio de compra de aceituna verde fue 1,520, siendo el mínimo pagado por la empresa de 1,30 nuevos soles y máximo de 1,80 nuevos soles y su desviación estándar de 0,158 nuevos soles.

Tabla 17. Estadísticos descriptivos del precio compra de aceituna

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.	Varianza
Cuál es el precio de compra de aceituna en verde	8	1,30	1,80	1,5250	,15811	,025
N válido (según lista)	8					

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

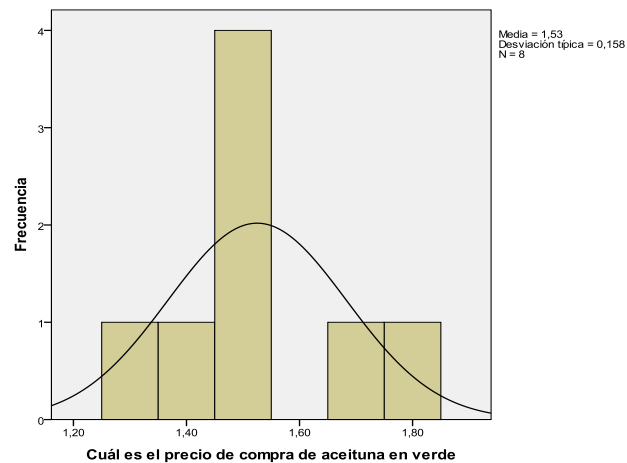


Figura 8. Precio compra de aceituna

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

5.3.4. Precio de venta (dólares)

La tabla 18 y Figura 9 señala que en promedio la venta por Kilo de exportación es de US\$1,525, el precio mínimo fue de US\$ 1,30 y como máximo llegó a US\$ 1,80, al respecto el estudio realizado por Navas, F (2010) refiere que los precios de las aceitunas en chacra se cotizan en US\$0.50 x kg, mientras que las aceitunas en salmuera para exportación oscilan entre US\$1,10 y US\$1,30 x kg, y las aceitunas en botija se venden al consumidor en US\$2,93 x kg.

Tabla 18. Estadísticos descriptivos

	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
A cuánto ud. vende el producto procesado	8	,70	1,20	1,90	1,5500	,23905
N válido (según lista)	8					

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

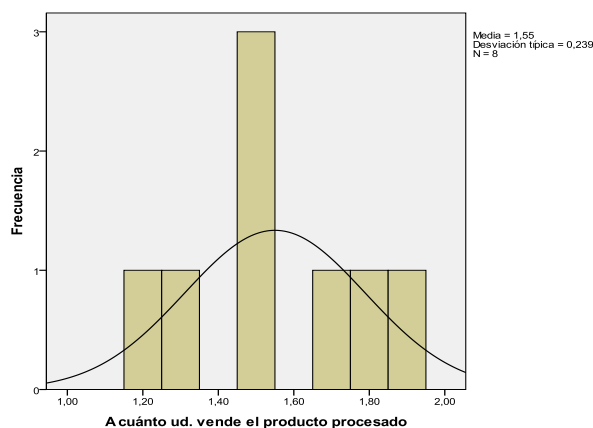


Figura 9. Precio de venta (dólares)

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

5.3.5. Tipo de venta

Los encuestados expresaron que la venta lo realiza en un 37,50% al contado y en esa misma proporción el crédito; mientras que 25,0% lo efectúa en ambas modalidades.

Tabla 19. Tipo de venta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Al contado	3	37,5	37,5	37,5
	A crédito	3	37,5	37,5	75,0
	Ambos	2	25,0	25,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

5.3.6. Tipo de capital con el que trabaja

Es necesario tener en consideración que todo avance en el nivel productivo de los agricultores, tiene como fin principal asegurar la permanencia de la empresa en el tiempo, para lo cual, se necesita tener conocimiento de una serie de variables económicas y financieras, algunas de las cuales se presentan en este estudio como son, el precio recibido por litro, el costo de producción por litro, la rentabilidad (capital propio y capital total), la liquidez, solvencia (tasa de solvencia y grado de endeudamiento), la tabla N° 20 señala que el 50% de la empresas utiliza capital propio y el otro 50% utiliza préstamo bancario

Tabla 20 . Tipo de dinero con el que trabaja

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Propio	4	50,0	50,0	50,0
	Préstamo bancario	4	50,0	50,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

5.3.7. La venta de su producto lo hace bajo certificación de calidad

El 100% de las empresas encuestadas indicaron que su producto lo venden bajo certificación de calidad. Según ADEX (2011) Las exportaciones se han concentrando en una presentación “aceitunas conservadas provisionalmente impropias para la alimentación”, las cuales abarcan más del 90% del total exportado y mantienen un crecimiento anual de 7,5%.

Tabla 21. La venta de su producto, lo hace bajo certificación de calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	8	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

5.3.8. Hacia qué países realiza ud, la exportación directa

La tabla 22 y figura 10 nos muestran que en mayor proporción las empresas desecadas al rubro de la aceituna realizan su exportación

principalmente a los mercados de Brasil, Chile y EEUU. Brasil hoy en día es el mayor importador de aceituna de mesa peruana, debido a que se conoce de la calidad del producto y la comodidad del precio. El exportador puede elegir entre tres caminos para colocar sus productos en Brasil, según las conveniencias comerciales y también las necesidades del mercado consumidor.

El MINAG (2012) refiere que la producción nacional es exportada a diferentes países, siendo los meses entre julio a enero los de más exportación, que coinciden con época postprocesamiento. A nivel nacional en el año 2011 se ha exportado un total de 5,188.28 t., pero en el año 2008, las exportaciones han superado a los años anteriores y registra más de 13,000 t. La referida información obedece al Global Regional en donde se tienen involucrados tanto al Empresariado como a los productores organizados y no organizados. La información corresponde al año 2011 hacia los países de Brasil, Colombia, USA, Israel, Francia, Sudáfrica, Arabia Saudita, Chile, Venezuela, Ecuador, México y Kuwait.

Otro mercado no controlado es la salida de aceituna al departamento de Puno, Arequipa, Cusco y al país vecino Bolivia, volumen que está integrado en lo que en el cuadro anterior se denomina "Local y otros"

Además podemos mencionar que la mayoría de Aceituna Vendida es al país de Brasil con 1250 TM. Y 315 toneladas vendidas al país de EEUU. a nivel de Región despachadas por Arica y producida en nuestra Región.

Tabla 22. Exportaciones

	Países de exportación						
	Brasil	Chile	EEUU	Kuwait	Australia	Venezuela	Israel
Yarada SAC	100%						
Baumann Crosby	80%	20%					
Truffa Corporation	75%	10%	15%				
Agroima	80%	10%	5%	5%			
Exportaciones MIRSA EIRL	70%	15%	10%	5%			
Industrias agrícolas Tacna	50%	20%	10%	5%	5%		
Agroindustria Olivarera Perú	45%	20%	25%	5%		5%	
Agroindustrias Nobex S.A.	20%	45%	5%	10%		10%	10%
Promedio	65%	20%	11,66%	6,0%	5%	7,5%	10%

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

Al respecto el MINAG (2012) señala que las exportaciones de este producto han evolucionado positivamente aunque concentradas en un solo mercado (Brasil) y en una forma de presentación (aceituna en salmuera). A partir del año 2000 otros mercados de destino aparecen en escena destacando Estados Unidos, Italia y Chile. Existe mercados para productos con mayor valor agregado lo cual debe ser una directiva para

apoyar la labor de los agricultores. El rubro aceitunas preparadas o conservadas excepto en vinagre o ácido acético representó el segundo grupo en valor exportado, lo cual señala una tendencia positiva y muy favorable desde la perspectiva del valor agregado y de obtención de mejores precios. Asimismo señala una tendencia que debería alentarse dado que el mercado mundial de aceituna procesada es considerablemente mayor que el de aceituna sin procesar.

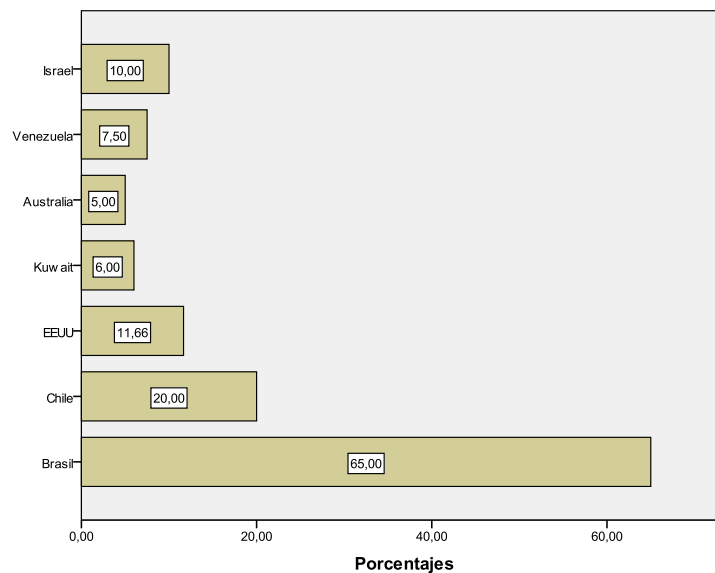


Figura 10. Países de destino

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

5.3.9. Alguna vez ha tenido pérdidas económicas, en la actividad que viene realizando

En la tabla 23 se indica que el 50% de las empresas encuestadas no ha tenido pérdidas económicas y en igual porcentaje no ha evidenciado perdidas económicas

Tabla 23. Ha tenido pérdidas económicas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	4	50,0	50,0	50,0
	No	4	50,0	50,0	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

5.3.10. Debido a qué se deben las pérdidas económicas

En la tabla 24 señala que el 37,50% de las empresas encuestadas manifestaron que la pérdida se debe a que no pagaron el producto y un 12,50% manifestó que se debe al rechazo de su producto, esto sucede porque las empresas en algunos casos desconocen la información del mercado y falta de promoción de las aceitunas peruanas en el mercado internacional.

Tabla 24. Debido a qué se debe la pérdida

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	,00	4	50,0	50,0	50,0
	No pago	3	37,5	37,5	87,5
	Rechazo de su producto	1	12,5	12,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

5.3.11. Para la selección del producto

Con respecto a la selección del producto la tabla N° 25 indica que el 75,0% de las empresas encuestadas indicaron por normas técnicas de calidad, y un 25,0% manifestó que es por normas técnicas de calidad y conocimiento propio. Para la presentación Aceitunas en Salmuera, Chile es el principal importador con casi 4 millones de dólares en valor FOB (TradeMap, 2012). Según cifras del Servicio Agrícola y Ganadero (SAG, 2012) desde el año 2007 han ingresado 21 millones de kilogramos de aceitunas de la categoría indicada, solo en 2011, 7 millones de kilogramos, aumentando en 148% desde el 2007. Esta cantidad es significativa si se considera que el potencial productivo de la Región de Arica y Parinacota (valle de Azapa) se estima en 10 millones de kilogramos anuales sin considerar las fluctuaciones ocurridas por el fenómeno de "El Niño".

Tabla 25. Para la selección del producto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Normas técnica de calidad	6	75,0	75,0	75,0
Normas y conocimiento propio	2	25,0	25,0	100,0
Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

5.3.12. Operatividad de planta

En la tabla 26 se observa que en el 87,50% de las empresas encuestadas la operatividad de la planta es durante todo el año sin embargo el 12,50% indicó que opera por temporadas. Las principales empresas exportadoras cuentan con sus propias plantas de producción, aunque también acopian materia prima de otros productores, antes de la cosecha. Estas empresas además realizan todo el proceso de procesamiento, calibrado y almacenamiento, destinando sus productos principalmente al mercado externo, si bien es cierto en el Perú, el olivo presenta una marcada estacionalidad, entre abril a julio se obtiene el 97% de la producción. La cosecha de aceitunas verdes se inicia a fines de febrero hasta abril; mientras que entre mayo y julio se obtiene la de aceitunas negras.

Tabla 26. La Operatividad de planta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Todo el año	7	87,5	87,5	87,5
	Solo por temporadas	1	12,5	12,5	100,0
Total		8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

5.3.13. La atención de sus pedidos es cumplido en su totalidad

Según tabla 27 se evidencia que el 100,00 de los encuestados señala que ha cumplido con sus pedidos.

Tabla 27. La atención de sus pedidos es cumplido en su totalidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	8	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

5.3.14. En algún momento, el producto que ud. ofertó ha sido rechazado y/o asunto de reclamo por parte de sus clientes?**Tabla 28.** En algún momento, el producto que ud. ofertó ha sido rechazado y/o asunto de reclamo por parte de sus clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	8	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

5.3.15. Porcentaje del producto que vende

La tabla 29 y figura 11 muestra claramente que en promedio las 8 empresas encuestadas indicaron que el 78% destinan su producción al mercado internacional y solamente un 22% destina su producción al mercado nacional. Desde el año 2004 la DRAT brinda el apoyo con respecto a la colocación del producto de Aceituna, primeramente desde un mercado Nacional a las Empresas Bobex, Julio Descalz, Frutos del a Selva (años 2004-2007) en un 100% en aceituna negra, posteriormente en el año 2008, se realiza la exportación hacia el país de Brasil con 365 tn. a la Empresa la Violetera de Sao Paulo Brasi, la venta realizada a este país obedece a gestiones relacionadas con la Gerencia de Desarrollo Económico y las Gestiones y articulaciones de Campo y con el comprador por parte de DRAT, la venta realizada es en un 100% de Aceituna Verde, cambiando de esta manera la forma tradicional de procesamiento del productor olivarero a adaptarse al quemado y la presentación del producto en Barriles tipo zuncho. La oferta nacional se concentra sobre todo en la aceituna negra, de color morado intenso, conocida popularmente como “botija”, cuya calidad es superior a las europeas y de otros competidores del hemisferio sur, dado que el Perú es uno de los pocos países en el mundo en donde las aceitunas se pueden dejar madurar totalmente en el árbol, antes de ser cosechadas,

obteniéndose una aceituna negra natural de delicioso sabor y jugosa pulpa.

Tabla 29 . Mercado de comercialización

EMPRESAS	Países de exportación	
	Mercado nacional	Mercado internacional
Yarada SAC	30	70%
Baumann Crosby	30%	70%
Truffa Corporation	15%	85%
Agroima	-	100%
Exportaciones MIRSA EIRL	1%	99%
Industrias agrícolas Tacna	50%	50%
Agroindustria Olivarera Perú	30%	70%
Agroindustrias Nobex S.A.	20%	80%
Promedio	22%	78 %

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

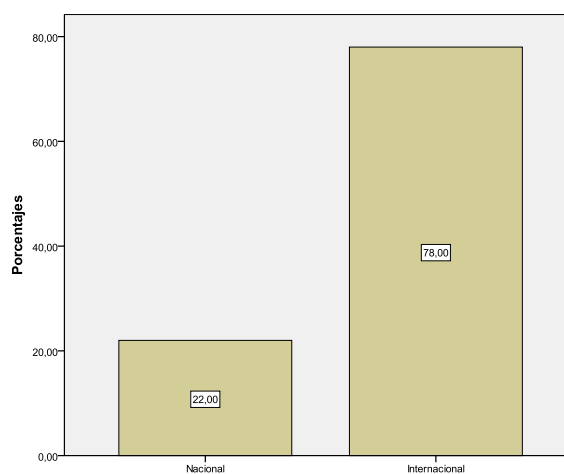


Figura 11. Mercado de comercialización

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

Las aceitunas preparadas o conservadas lideraron las exportaciones el 2011 con US\$ 10.5 millones de dólares FOB que representa el 32.5% de las exportaciones regionales.

5.3.16. Lleva registros de sus costos de producción

Con respecto a que si lleva sus costos de producción la encuesta señala que el 100,00% de las empresas indicó que sí lleva sus costos de producción

Tabla 30. Lleva registros de sus costos de producción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	8	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

5.3.17. El personal que labora en su empresa, ¿recibe algún tipo de capacitación?

La capacitación laboral y empresarial es esencial para motivar el mejor uso de los recursos. Aumentando la productividad del empleado y el empresario, así que según la tabla 31 señala que en 100% de las empresas encuestadas su personal recibe capacitación permanente.

Tabla 31. El personal que labora en su empresa, recibe algún tipo de capacitación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	8	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

5.4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La producción de aceituna en la región Tacna alcanzado un significativo nivel cualitativo y cuantitativo y un fuerte posicionamiento comercial de sus exportaciones , especialmente a Brasil, EEUU Y Chile según los resultados de la encuesta, asimismo los acuerdos comerciales suscritos por el Perú con diferentes países permiten el ingreso de la producción peruana a nuevos mercados y promoviendo la reducción de cuotas de mercados a sus competidores, tales como Chile y Argentina, estas oportunidades se fundamentan principalmente en el bajo costo de la mano de obra, entre otros factores productivos

5.4.1. Contrastación de Hipótesis

Prueba de hipótesis N° 1:

“Volumen asociado al precio de venta”.

H₀: El volumen de venta es independiente al precio de venta

H₁: El volumen de venta es dependiente al precio de venta

Según la tabla 32 se observa como el valor – p (0.042) es menor que el nivel de significancia (0.05); se rechaza H0, y se acepta H1, en consecuencia se concluye que, la variable volumen de venta no son independientes respecto a la variable precio de venta con un nivel de confianza del 95%; por lo tanto estas dos variables analizadas mantienen un nivel de relación o dependencia.

Tabla 32. Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	16,000 ^a	8	,042
Razón de verosimilitudes	14,404	8	,072
Asociación lineal por lineal	3,243	1	,072
N de casos válidos	8		

a. 15 casillas (100,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,13.

Elaboración propia

En su estudio PENX (2012) En cuanto a los precios de chacra internos la región Moquegua es la que presenta un precio más elevado tomando como referencia el año 2010. La región Arequipa que es objeto de este estudio presenta un precio de chacra relativamente bajo, 1,99 nuevos soles por kilogramo y se encuentra por debajo del precio al que venden las regiones de Moquegua, Ica y Tacna. Sin embargo, si se considera el precio promedio durante el periodo 2000-2010, la región Arequipa tiene el precio más bajo con 1,285 nuevos soles por kilogramo.

Asimismo Arequipa muestra la cuarta variación acumulada del 2001-2007 más baja de las seis regiones productoras con 28,39%. La región Ica es la región cuyo precio de chacra se ha reducido en una proporción mayor con una variación acumulada de -33,51%, así mismo los departamentos de Lima y La Libertad han disminuido su precio de chacra con variaciones acumuladas de -19,58% y -13,51% respectivamente. Por otro lado la región Moquegua ha sufrido un gran incremento de su precio de chacra presentando una variación acumulada del 2001 al 2007 de 128,5%.

Sin embargo en los últimos años Perú ha tenido un crecimiento importante en el volumen exportado de aceitunas preparadas o conservadas y sin congelar. Durante el periodo 2003-2006 presentó una variación porcentual anual promedio de 153,65%, mientras que Argentina solo tuvo una variación porcentual anual promedio de 13.32%.

Prueba de hipótesis N° 2:

“Volumen de venta asociado a la modalidad de pago”.

H₀: El volumen de venta es independiente a la modalidad de pago

H₁: El volumen de venta es dependiente a la modalidad de pago

Según la tabla N° 33 se observa que el valor – p (0,315) es mayor que el nivel de significancia (0,05); se rechaza H₁, y se acepta H₀, en

consecuencia se concluye que, la variable volumen de venta son independientes respecto a la variable modalidad de pago con un nivel de confianza del 95%; por lo tanto estas dos variables analizadas mantienen un nivel de relación o dependencia.

Tabla 33. Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,333 ^a	8	,315
Razón de verosimilitudes	11,770	8	,162
Asociación lineal por lineal	3,909	1	,048
N de casos válidos	8		

a. 15 casillas (100,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,25.

Elaboración propia

Prueba de hipótesis N° 3:

“Volumen de venta asociado al destino de venta”.

H₀: El volumen de venta es independiente al destino de venta

H₁: El volumen de venta es dependiente al destino de venta

Según la tabla 34 se observa que como el valor – p (0,043) es menor que el nivel de significancia (0,05); se rechaza H₀, y se acepta H₁, en consecuencia se concluye que, la variable volumen de venta no son independientes respecto a la variable destino de venta con un nivel

de confianza del 95%; por lo tanto estas dos variables analizadas mantienen un nivel de relación o dependencia. Al respecto ADEX (2012), el precio de productor del Perú es el más bajo en comparación con el precio de productor de los tres principales productores del mundo (España, Grecia e Italia) y de Argentina, el principal productor Latinoamericano. Así mismo el Perú es el país que más ha reducido su precio de productor presentando una disminución acumulada del 2005 al 2010 de -41,47%. España, principal productor mundial de aceituna, es el que más ha incrementado su precio de productor con un aumento acumulado del 2005 al 2010 de 122,45%. Por otro lado, en el ámbito sudamericano Argentina ha tenido un incremento acumulada del 2005 al 2010 de 80,18% en su precio de productor. Durante los últimos 4 años según ADEX (2012) los principales destinos de las exportaciones de aceitunas han sido 30: Argentina, Australia, Austria, Bahamas, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Francia, Israel, Italia, Japón. Brasil es el principal demandante de aceitunas conservadas en todo el mundo y en el caso de aceitunas peruanas (con más del 73% del total de exportaciones de este producto). El consumo de aceitunas en Brasil no es un consumo masivo, por lo cual únicamente lo que se solicita en este país es un certificado fitosanitario y un certificado de origen, esto permite tener preferencias arancelarias (casi del 100%).

Tabla 34. Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	37,33 ^a	4	,043
Razón de verosimilitudes	5,040	4	,283
Asociación lineal por lineal	1,867	1	,172
N de casos válidos	8		

a. 10 casillas (100,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,38.

Elaboración propia

Prueba de hipótesis N° 4:

“Volumen de venta asociado a si cuenta con centros de producción”.

H₀: El volumen de venta es independiente a si cuenta con centro de producción.

H₁: El volumen de venta es dependiente al a si cuenta con centro de producción.

Según la tabla 35 se observa que el valor – p (0,092) es mayor que el nivel de significancia (0,05); se rechaza H1, y se acepta H0, en consecuencia se concluye que, la variable volumen de venta no son independientes respecto a la variable precio de venta con un nivel de confianza del 95%; por lo tanto estas dos variables analizadas no mantienen un nivel de relación o dependencia. “La producción nacional de aceituna se caracteriza por la presencia mayoritaria de pequeños

agricultores que tienen como máximo 3 hectáreas por agricultor, los cuales utilizan un bajo nivel tecnológico, disminuyendo su poder de negociación frente a las empresas compradoras y reduciendo la rentabilidad del cultivo.

Tabla 35. Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8,000 ^a	4	,092
Razón de verosimilitudes	6,028	4	,197
Asociación lineal por lineal	,444	1	,505
N de casos válidos	8		

a. 10 casillas (100,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,13.

Elaboración Propia

5.4.2. PRUEBA DE REGRESIÓN SIMPLE

5.4.2.1. Regresión Simple - volumen de exportación (t) vs. Precio FOB

U\$\$ /Kg AÑO 2010

Variable dependiente: Volumen de exportación TM 2010

Variable independiente: PRECIO FOB 2010 (U\$\$/kg)

Variable dependiente: Volumen de exportación TM 2010

Variable independiente: PRECIO FOB 2010 (U\$\$/kg)

Lineal: $Y = a + b \cdot X$

Tabla 36. Coeficientes

	<i>Mínimos Cuadrados</i>		<i>Estándar Estadístico</i>	
<i>Parámetro</i>	<i>Estimado</i>	<i>Error</i>	<i>T</i>	<i>Valor-P</i>
Intercepto	107,308	24,1755	4,43872	0,0013
Pendiente	-21,6818	12,657	-1,71304	0,1175

Fuente: elaboración propia

Tabla 37. Análisis de Varianza

<i>Fuente</i>	<i>Suma de Cuadrados</i>	<i>Gl</i>	<i>Cuadrado Medio</i>	<i>Razón-F</i>	<i>Valor-P</i>
Modelo	180,315	1	180,315	2,93	0,1175
Residuo	614,468	10	61,4468		
Total (Corr.)	794,783	11			

Fuente: elaboración propia

Coeficiente de Correlación = -0,476312

R-cuadrada = 22,6873 por ciento

R-cuadrado (ajustado para g.l.) = 14,9561 por ciento

Error estándar del est. = 7,8388

Los resultados muestran que al ajustar un modelo lineal para describir la relación entre volumen de exportación TM 2010 y PRECIO FOB 2010 (U\$/kg). La ecuación del modelo ajustado es

Volumen de exportación TM 2010 = 107,308 - 21,6818*PRECIO
 FOB 2010 (U\$/kg)

Puesto que el valor-P en la tabla ANOVA es mayor o igual a 0,05, no hay una relación estadísticamente significativa entre volumen de exportación TM 2010 y PRECIO FOB 2010 (U\$/kg) con un nivel de confianza del 95,0% o más.

El estadístico R-Cuadrada indica que el modelo ajustado explica 22,6873% de la variabilidad en volumen de exportación TM 2010. El coeficiente de correlación es igual a -0,476312, indicando una relación relativamente débil entre las variables. El error estándar del estimado indica que la desviación estándar de los residuos es 7,8388.

Volumen de exportacion TM 2010 = 107,308 - 21,6818*PRECIO FOB 2010 (U\$/kg)

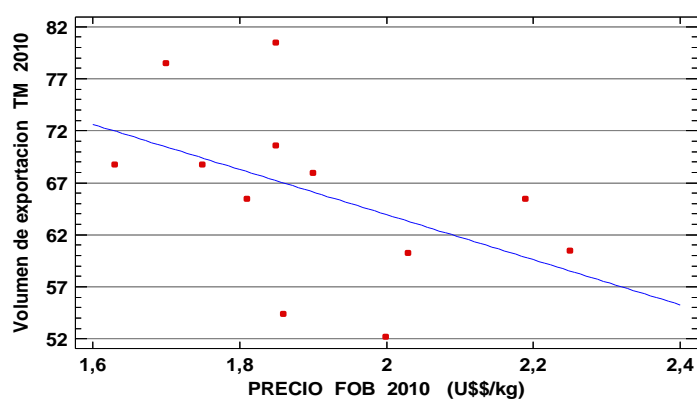


Figura 12. Volumen de exportación precio FOB 2010

Fuente: Encuesta 2013

Elaboración propia

5.4.2.2. Regresión Simple - Volumen de exportación (t) vs. Precio FOB

U\$\$ /Kg AÑO 2011

Variable dependiente: volumen de exportación TM 2010

Variable independiente: PRECIO FOB 2010 (U\$\$/kg)

Lineal: $Y = a + b \cdot X$ **Tabla 38.** Coeficientes

<i>Parámetro Estimado</i>	<i>Mínimos</i>	<i>Estándar Estadístico</i>		
	<i>Cuadrados</i>	<i>Error</i>	<i>T</i>	<i>Valor-P</i>
Intercepto	27,6032	32,9768	0,837051	0,4221
Pendiente	16,4912	18,7192	0,880977	0,3990

Fuente: elaboración propia

Tabla 39. Análisis de Varianza

<i>Fuente</i>	<i>Suma</i>	<i>de Gl</i>	<i>Cuadrado</i>	<i>Razón-F</i>	<i>Valor-P</i>
	<i>Cuadrados</i>		<i>Medio</i>		
Modelo	171,624	1	171,624	0,78	0,3990
Residuo	2211,31	10	221,131		
Total (Corr.)	2382,93	11			

Fuente: elaboración propia

Coeficiente de Correlación = 0,26837

R-cuadrada = 7,20223 por ciento

R-cuadrado (ajustado para g.l.) = -2,07755 por ciento

Error estándar del est. = 14,8705

Los resultados muestran al ajustar un modelo lineal para describir la relación entre volumen de exportación TM 2011 y PRECIO FOB 2011 (U\$\$/kg). La ecuación del modelo ajustado es:

Volumen de exportación TM 2011 = 27,6032 + 16,4912*PRECIO FOB 2011 (U\$\$/kg).

Puesto que el valor-P en la tabla ANOVA es mayor o igual a 0,05, no hay una relación estadísticamente significativa entre volumen de exportación TM 2011 y PRECIO FOB 2011 (U\$\$/kg) con un nivel de confianza del 95,0% o más.

El estadístico R-Cuadrada indica que el modelo ajustado explica 7,20223% de la variabilidad en volumen de exportación TM 2011. El coeficiente de correlación es igual a 0,26837, indicando una relación relativamente débil entre las variables. El error estándar del estimado indica que la desviación estándar de los residuos es 14,8705.

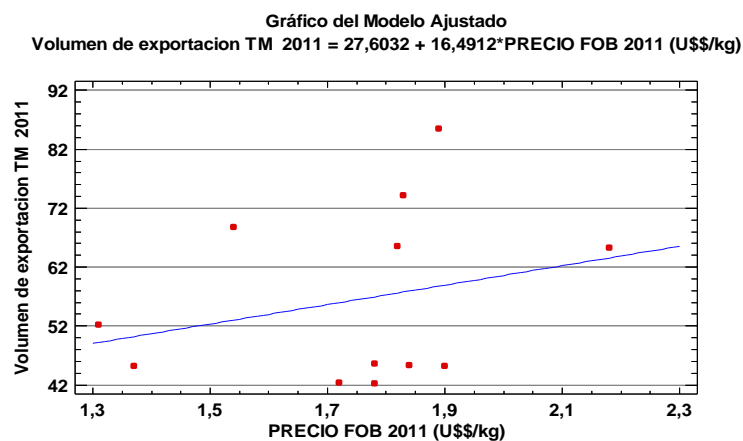


Figura 13. Modelo ajustado, volumen de exportación precio FOB 2011

5.4.2.3. Regresión simple - volumen de exportación (t) vs. precio FOB U\$\$ /Kg AÑO 2012

Variable dependiente: volumen de exportación TM 2012

Variable independiente: PRECIO FOB 2012 (U\$\$/kg)

Lineal: $Y = a + b \cdot X$

Tabla 40. Coeficientes

	<i>Mínimos</i>	<i>Estándar Estadístico</i>		
	<i>Cuadrados</i>			
<i>Parámetro Estimado</i>	<i>Error</i>	<i>T</i>	<i>Valor-P</i>	
Intercepto	26,8643	28,478	0,943336	0,3677
Pendiente	21,2196	13,7028	1,54856	0,1525

Fuente: elaboración propia

Tabla 41 . Análisis de varianza

<i>Fuente</i>	<i>Suma</i>	<i>de Gl</i>	<i>Cuadrado</i>	<i>Razón-F</i>	<i>Valor-P</i>
	<i>Cuadrados</i>		<i>Medio</i>		
Modelo	333,953	1	333,953	2,40	0,1525
Residuo	1392,61	10	139,261		
Total (Corr.)	1726,56	11			

Fuente: elaboración propia

Coeficiente de Correlación = 0,439796

R-cuadrada = 19,3421 por ciento

R-cuadrado (ajustado para g.l.) = 11,2763 por ciento

Error estándar del est. = 11,8009

Los resultados muestran que al ajustar un modelo lineal para describir la relación entre volumen de exportación TM 2012 y PRECIO FOB 2012 (U\$\$/kg). La ecuación del modelo ajustado es:

$$\text{Volumen de exportación TM 2012} = 26,8643 + 21,2196 \cdot \text{PRECIO FOB 2012 (U\$/kg)}$$

Puesto que el valor-P en la tabla ANOVA es mayor o igual a 0,05, no hay una relación estadísticamente significativa entre volumen de exportación TM 2012 y PRECIO FOB 2012 (U\$\$/kg) con un nivel de confianza del 95,0% o más.

El estadístico R-Cuadrada indica que el modelo ajustado explica 19,3421% de la variabilidad en Volumen de exportación TM 2012. El coeficiente de correlación es igual a 0,439796, indicando una relación relativamente débil entre las variables. El error estándar del estimado indica que la desviación estándar de los residuos es 11,8009.

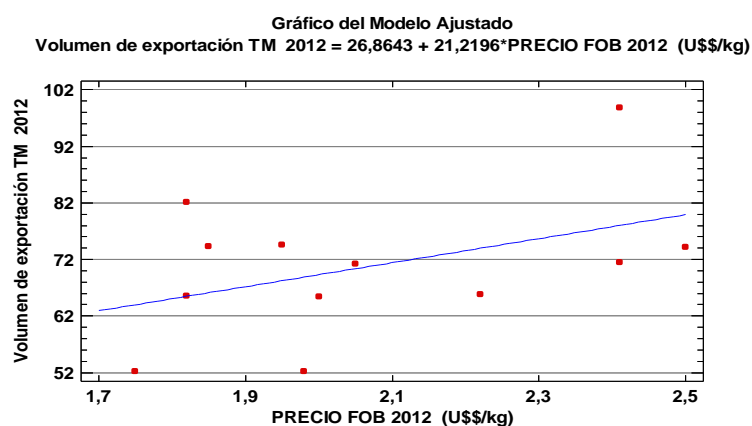


Figura 14. Volumen de exportación precio FOB 2012

Según la serie histórica sistematizada por la Dirección de Estadística Agraria – Tacna, en base del cual se elaboró el Cuadro posterior mostrado en el presente; son 20 el número de presentaciones de productos agrícolas exportables, sin embargo estas corresponde solamente a 9 especies agrícolas, debido a que la especie del olivo, deriva para la exportación 4 presentaciones: aceituna deshidratada, aceite de oliva, aceituna en salmuera y aceituna verde en salmuera. De acuerdo a la teoría, el crecimiento económico puede ocurrir de dos

maneras, éstas son: extensivamente e intensivamente. Cuando ocurre de manera extensiva, implica destinar más recursos como es el capital, trabajo y la tierra; y cuando ocurre de manera intensiva implica hacerlo de modo más productivo; es decir empleando la misma cantidad de recursos pero con mayor eficiencia.

Puede haber una tercera manera de que ocurra el crecimiento económico, esto es adicionar más recursos y ser más eficientes. Es en este sentido que se entiende el rol fundamental que cumple el desarrollo agrario en el crecimiento económico.

En lo que concierne al rendimiento notamos que el olivo presenta mayor tasa (57%) de crecimiento, y el de menor tasa (2%) lo mostró el zapallo. Finalmente, en lo que respecta en la producción el olivo reportó la mayor tasa de crecimiento (68%), mientras que el zapallo la menor tasa de crecimiento (-3%). Este comportamiento nos dice que el olivo sigue siendo un cultivo de gran importancia económica. (Minag 2012).

5.5. Series de tiempo

5.5.1. Precio FOB

La tabla 42 y Figura 14, muestra la serie de tiempo que es el conjunto de datos numéricos que se obtienen en períodos regulares a

través del tiempo, también se conoce como series temporales o series cronológicas del comportamiento del precio durante los 3 años que comprende la investigación:

Tabla 42. Resumen del procesamiento de los casos

		PRECIO FOB 2010 (U\$/kg)	PRECIO FOB 2011 (U\$/kg)	PRECIO FOB 2012 (U\$/kg)
Longitud de la serie o secuencia		12	12	12
Número de valores perdidos en el gráfico	Perdidos definidos por el usuario	0	0	0
	Perdidos del sistema	0	0	0

Fuente: elaboración propia

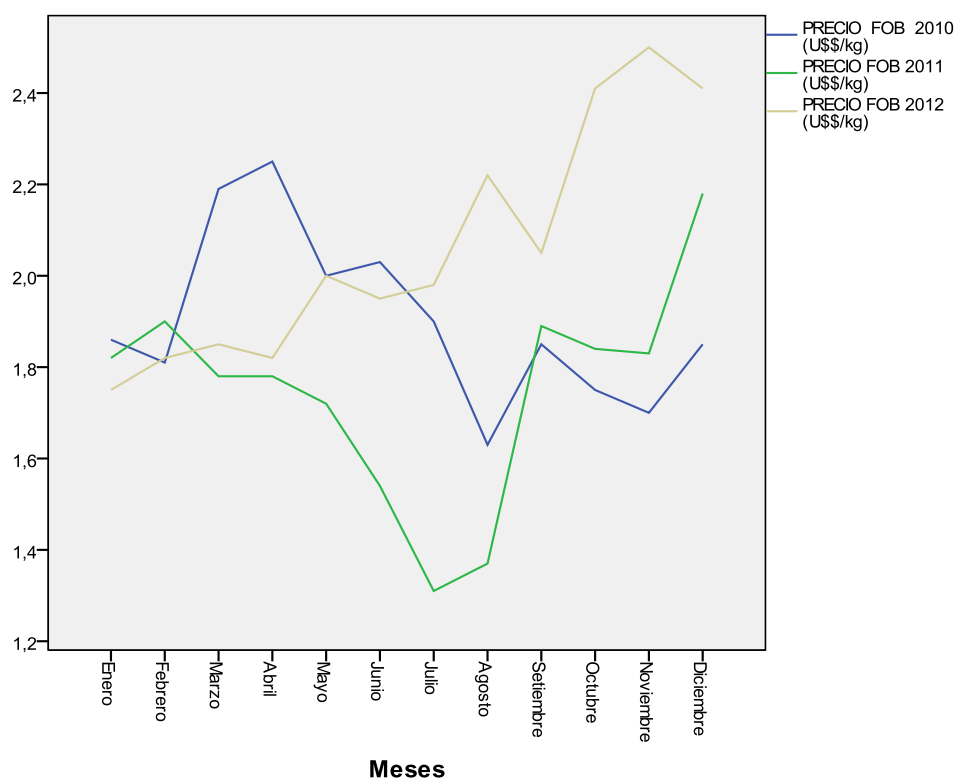


Figura 15. Precio FOB

En el gráfico N° 12 se aprecia que la serie presenta una tendencia negativa durante el período analizado, siendo más pronunciada durante los meses de noviembre y diciembre del 2012, notándose la tendencia baja de precios de abril a julio del año 2011.

5.5.2 VOLUMEN

La tabla ,43 y gráfico N° 13, muestra la serie de tiempo que es el conjunto de datos numéricos que se obtienen en períodos regulares a través del tiempo, también se conoce como series temporales o series cronológicas del comportamiento del volumen de venta durante los 3 años que comprende la investigación:

Tabla 43. Resumen del procesamiento de los casos

		Volumen de exportación TM 2010	Volumen de exportación TM 2011	Volumen de exportación TM 2012
Longitud de la serie o secuencia		12	12	12
Número de valores perdidos en el gráfico	Perdidos definidos por el usuario	0	0	0
	Perdidos del sistema	0	0	0

Fuente: Elaboración propia

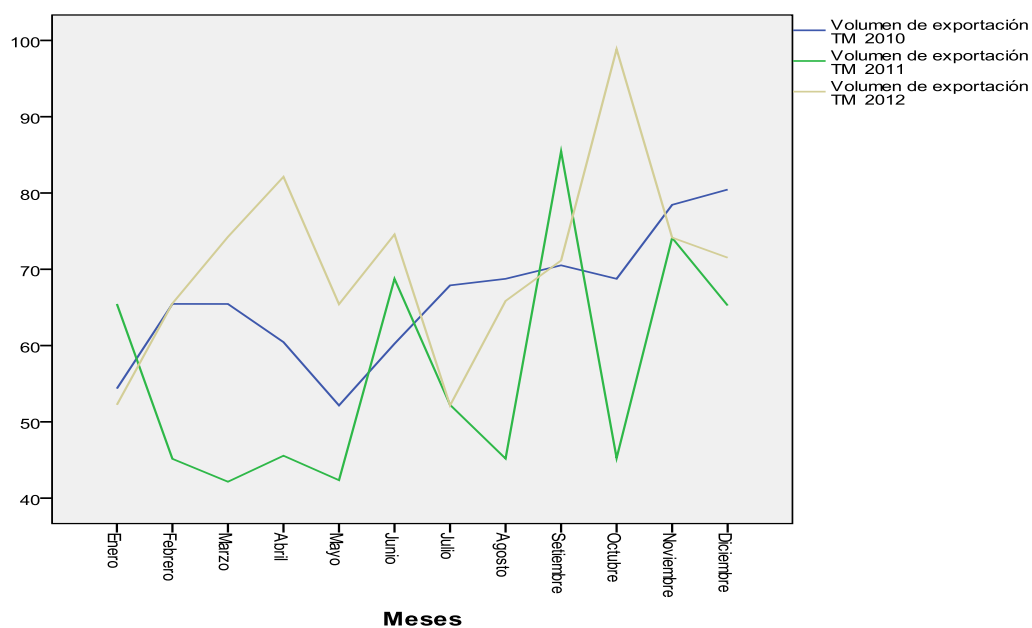


Figura 16. Volumen de venta TM

La figura 16 muestra el volumen de venta de la serie de tiempo de tres años donde se observa que la menor temporada de ventas se registra durante los meses de febrero y mayo del 2011 y el mayor volumen de venta se registra durante los meses de setiembre a octubre del 2012

CONCLUSIONES

1. De acuerdo a la encuesta se evidenció que la empresas acopian un promedio anual de 160, TM, siendo el valor mínimo de 30 TM con un valor máximo de 500 TM
2. Se evidenció que el precio de pagado al productor de un promedio de 1,520 nuevos soles, siendo el mínimo pagado por la empresa de 1,30 nuevos soles y máximo de 1,80 nuevos soles
3. En promedio la venta por Kilo de aceituna en salmuera para la exportación fue de US\$ 1,525, el precio mínimo de venta fue de US\$ 1,30 y como máximo llego a US\$ 1,80.
4. La encuesta evidenció que el principal destino de las exportaciones de la aceituna producida en el Perú es hacia Brasil con el 65% seguido de Chile y estados unidos con 20 % y 11,66% respectivamente.

5. Existe una relación significativa entre el volumen de las exportaciones y los precios de destinos alcanzados durante el periodo 2010-2012 en la irrigación la Yarada, puesto que al aplicar la prueba de chi cuadrado el valor se la sig. Asintótica fue de 0,042 inferior al valor α 0,05 por lo tanto se rechaza la hipótesis nula.

RECOMENDACIONES

1. Innovar nuevas técnicas de procesamiento y buscas nuevos mercados como por ejemplo el del a Aceituna tipo californiana, muy vendida en EEUU a un buen precio.
2. Se debe de ampliar la cobertura del a Cadena Productiva, ya que en la actualidad debido a la falta de presupuesto, para ello se debe de coordinar a nivel del a Región para ampliar el presupuesto, sobre todo en el rubro de combustible.
3. Fomentar la creación a nivel de Proyectos sobre los canales de comercialización sobre todo el de aceituna negra, Ya que esta cubre en un 90% el mercado del C.P.M la Yarada, C.P.M Los Palos y los distritos de Sama e Inclán

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

ADEX, (2012). Asociación de exportadores del Perú, exportaciones de aceitunas. Lima-Perú

CASILLA E. (1997). Rentabilidad de la producción y comercialización de la aceituna en el departamento de Tacna. Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. Tacna, Perú.

COI. (2010). Consejo Oleícola internacional (COI), Producción y exportación de aceitunas

COI. (2013). Consejo Oleícola internacional (COI), Producción y exportación de aceitunas

CORNEJO RAMÍREZ, (1996). Enrique. Comercio Internacional. Hacia una gestión competitiva. Editorial San Marcos.

GOBIERNO REGIONAL DE TACNA (2012) . Gerencia de desarrollo económico

HUARCAYA, G. (1993). Procesamiento industrial de la aceituna de mesa. Instituto Nacional de Investigación Agraria. Lima, Perú.

INTICTEC (2011). Normas Técnicas. Peruanas de calidad

KOTLER, P. (1996). Dirección de mercadotecnia. Análisis, planeación, implementación y control. Octava edición. Prentice Hall. México. 800 p.

KRUGMAN, Paúl; 1994. OBSTFELD, Manrice. Economía Internacional. Mc Graw – Hill Editores Madrid. 2da. Edición

MARTINEZ, F. (2005). Comercialización agropecuaria. Un enfoque económico de las estrategias comerciales. Primera edición. Ediciones Universidad Católica de Chile. Santiago. Chile. 483 p.

MINISTERIO DE AGRICULTURA (2012) Oficina de información agraria, TACNA

MORA, M, MAGNER N. (2007). Cadena de la aceituna de mesa y su relación con la innovación. Universidad de Chile 105 pp

NAVAS, J. (2010) El mercado de la aceituna: producción y exportación (Perú)

PENX (2012) Proyecto de Cooperación UE-Perú en materia de asistencia técnica relativa al comercio

ROBBINS Y EVANS (2000). Fundamentos de Administración. México. Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.

STEINER (1998) Planeación estratégica. México: Compañía Editorial Continental SA.

TERRY, G. (2003). Principios de administración. México: Compañía Editorial Continental SA.

VARGAS L (1994). Percepción y cultura: Un enfoque ecológico. México, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, Ediciones de la Casa Chata. México.

UNIVERSIDAD DE CHILE (2007). Estudio Cadena de la aceituna de mesa y su relación con la Innovación. Santiago Universidad de Chile.

VERA, B. (2007). Apuntes de clases Curso de Comercialización Agropecuaria. Instituto de Economía Agraria. Universidad Austral de Chile. Valdivia. Chile.

ANEXOS

Anexo 1.

ENCUESTA A LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE ACEITUNA DE LA YARADA
TACNA

I ASPECTOS GENERALES

1. Razón Social:.....
2. ¿Nivel de instrucción del dueño de la empresa?
 - a.- Sin estudios
 - b.- Primaria Completo Incompleta
 - c.- Secundaria Completo Incompleto
 - d.- Superior Completo Incompleto
3. Año del inicio de la actividad?
Desde el año.....
4. Cómo dio inicio a su actividad?
.....

II. ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO

5. Ud. trabaja con aceituna procedente de manera anual/mensual?
6. La adquisición del producto, lo realiza a través de:
 - a.- Intermediarios.
 - b.- Productores.
 - c.- Producción propia
 - d.- a y b.
 - e.- Todas las anteriores.

III. ACOPIO

7. El volumen acopiado es:

.....TM/Mensuales

.....TM/Año
8. Los márgenes de merma del producto adquirido es en promedio:
.....%
9. Del producto acopiado, cuanto representa:
 - a. Extra %
 - b. Primera.....%
 - c. Segunda %
10. ¿Con que maquinaria cuenta ud. para el procesamiento del aceituna ?

MAQUINARIA	UNIDAD

11. ¿Cuál es la capacidad de planta?
...../TN.....
12. ¿El local en el que viene laborando es?
a.- Propio.
b.- Alquilado.
13. ¿Cuenta con centros de producción de aceituna?
a.- Si.
b.- No.

III. TRANSPORTE

14. Costo de transporte
a. local _____
b. internacional _____

IV DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO

15. Cuál es el destino de su producto?
a.- Exportación.
b.- A través de Exportador Nacional
c.- Mercado Nacional.
d.- A y B
e.- A y C
f.- Todas las anteriores.
16. Ha tenido alguna vez problemas respecto a la calidad del producto adquirido?
a.-Si
b.-No
A qué se debió? :
a.- Altos niveles de merma.
b.- Rechazo de su producto.
c.- Demasiado manchado.
d.- Adulteración del producto.
e.- Otro.....
17. Cuál es el precio de compra de aceituna, en estos momentos?
S/.....
18. A cuánto ud. vende el producto procesado?
US\$...../kg.
19. La venta que ud. realiza es?
a.- Al contado.
b.- A Crédito.Días
c.- Ambos.

20. El dinero con el que viene trabajando es?
a.- Propio.
b.- Préstamo bancario.
c.- Prestamistas informales.
d.- Familiares.

21. A accedido a algún crédito bancario?
a.- Si.
De que institución
.....
b.- No.

V CLASIFICACION

22. La venta de su producto, lo hace bajo certificación de calidad?
a.- Si.
b.- No.

23. Hacia que países realiza ud, la exportación directa?
.....

24. Alguna vez a tenido pérdidas económicas, en la actividad que viene realizando?
a.- No
b.- Si
Debido a:
a.- No pago, de parte de su cliente.
b.- Rechazo de su producto.
c.- Altos costos de exportación.
d.- Altas tasas tributarias.
e.- Bajos precios.
f.- Otros.....

25. Para la selección del producto, ud. lo hace bajo:
a.- Normas técnicas de calidad.
b.- Conocimiento propio.
c.- Otro.

26. La Operatividad de planta es?
a.- Todo el año.
b.- Solo por temporadas.
Cada cuanto tiempo opera?
.....
.....

27. La atención de sus pedidos es cumplido en su
Totalidad?
a.- Si
b.- No

28. Debido a que razones?
- a.- Escasez de la materia prima.
 - b.- Falta de Capital.
 - c.- Falta de confianza en el cliente.
 - d.- Demasiadas exigencias respecto a la calidad.

VII RELACIÓN CON LOS CLIENTES

29. En algún momento, el producto que ud. oferto ha sido rechazado y/o producto de reclamo por parte de sus clientes?
- a.- Si
 - b.- No

30. Debido a que razones?
-
-

31. Cuanto es el producto que ud. viene comercializando o vendiendo?

Hacia el mercado:

- 1. Internacional%
- 2. Nacional%

32. Lleva registros de sus costos de producción?
- a.- Si
 - b.- No

33. El personal que labora en su empresa, recibe algún tipo de capacitación?

Anexo 2

Tabla de contingencia Volumen de venta * Precio de venta

			Precio de venta			Total
			s/ 1,30 a s/ 1,40	S/ 1,50 a S/ 1,60	S/ 1,70 a S/ 1,80	
Voumen de venta	30 a 60 TM	Recuento	2	0	0	2
		% del total	25,0%	,0%	,0%	25,0%
	70 a 90 TM	Recuento	0	0	1	1
		% del total	,0%	,0%	12,5%	12,5%
	100 a 130 TM	Recuento	0	0	2	2
		% del total	,0%	,0%	25,0%	25,0%
	140 a 170 TM	Recuento	0	1	0	1
		% del total	,0%	12,5%	,0%	12,5%
	170 a más TM	Recuento	0	0	2	2
		% del total	,0%	,0%	25,0%	25,0%
Total		Recuento	2	1	5	8
		% del total	25,0%	12,5%	62,5%	100,0%

Anexo 3

Tabla de contingencia Volumen de venta * Tipo de venta

			Tipo de venta		Total
			Al contado	A crédito	
Voumen de venta	30 a 60 TM	Recuento	1	1	2
		% del total	12,5%	12,5%	25,0%
	70 a 90 TM	Recuento	1	0	1
		% del total	12,5%	,0%	12,5%
	100 a 130 TM	Recuento	1	1	2
		% del total	12,5%	12,5%	25,0%
	140 a 170 TM	Recuento	0	1	1
		% del total	,0%	12,5%	12,5%
	170 a más TM	Recuento	2	0	2
		% del total	25,0%	,0%	25,0%
Total		Recuento	5	3	8
		% del total	62,5%	37,5%	100,0%

Anexo 4.

Tabla de contingencia Volúmen de venta * Tipo de venta

			Tipo de venta			Total
			Al contado	A crédito	Ambos	
Volumen de venta	30 a 60 TM	Recuento	1	1	0	2
		% del total	12,5%	12,5%	,0%	25,0%
	70 a 90 TM	Recuento	0	1	0	1
		% del total	,0%	12,5%	,0%	12,5%
	100 a 130 TM	Recuento	1	1	0	2
		% del total	12,5%	12,5%	,0%	25,0%
	140 a 170 TM	Recuento	1	0	0	1
		% del total	12,5%	,0%	,0%	12,5%
	170 a más TM	Recuento	0	1	1	2
		% del total	,0%	12,5%	12,5%	25,0%
	Total	Recuento	3	4	1	8
		% del total	37,5%	50,0%	12,5%	100,0%

Anexo 5.

Tabla de contingencia Volúmen de venta * Cuenta con centros de producción de aceituna

			Cuenta con centros de producción de aceituna		Total
			Si	No	
Volúmen de venta	30 a 60 TM	Recuento	2	0	2
		% del total	25,0%	,0%	25,0%
	70 a 90 TM	Recuento	1	0	1
		% del total	12,5%	,0%	12,5%
	100 a 130 TM	Recuento	2	0	2
		% del total	25,0%	,0%	25,0%
	140 a 170 TM	Recuento	0	1	1
		% del total	,0%	12,5%	12,5%
	170 a más TM	Recuento	2	0	2
		% del total	25,0%	,0%	25,0%
	Total	Recuento	7	1	8
		% del total	87,5%	12,5%	100,0%

Anexo 6. Nivel de instrucción del dueño de la empresa

El nivel educacional no sólo refleja el grado de conocimiento de las personas, sino que también el nivel de ingresos económicos, la encuesta refleja que el 87,50 de los empresarios encuestados tiene educación superior y uno solo 1 (12,50%) posee educación secundaria. El nivel de dentro de los empresarios abarca un amplio espectro, desde aquellos que tienen educación profesional completa, hasta los que tienen educación parcial o incompleta. (MELLADO, 1995)

Para Figueroa (1993) la educación está relacionada con el incremento de la productividad de los pequeños productores y, por ende, de las empresas, a través de dos efectos: primero, el efecto de la eficiencia, que aumenta la capacidad del productor para manejar con mayor eficiencia técnicas de insumos ya conocidos y en segundo lugar porque está mejor capacitado para realizar cambios tecnológicos, los cuales actualmente son más intensos en la capacidad de manejo numérico y en la lectura-escritura capacidades desarrolladas mediante la educación formal.

Nivel de instrucción del dueño de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Secundaria	1	12,5	12,5	12,5
	Superior	7	87,5	87,5	100,0
	Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2013

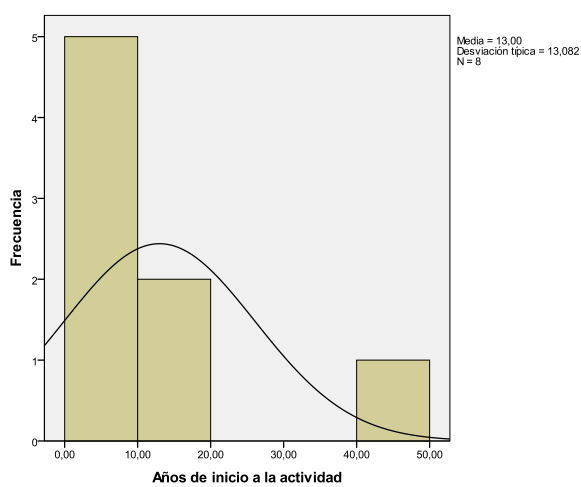
Anexo 7. Año del inicio de la actividad empresarial

El estudio arrojó que en promedio a de los empresarios tiene 13 años y mínimo o dedicado a este rubro de 5 años y máximo la empresa de 44 años, con una desviación estándar de 13,08 años

Estadísticos descriptivos de la actividad empresarial

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.	Varianza
Años de inio a la actividad	8	5,00	44,00	13,0000	13,08216	171,143
N válido (según lista)	8					

Fuente: Encuesta 2012



Años de inicio de la actividad

Anexo 8. ¿Ud. trabaja con aceituna procedente de manera anual/mensual?

En esta investigación, se determinó que el 100,00% de las empresas olivaderas adquieren su producto anualmente.

Adquisición del producto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Anual	8	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta 2013

Anexo 9. La adquisición del producto

De acuerdo al Cuadro 15, la mayor parte con el 50% de empresas adquiere el producto de productores y utiliza su producción propia el resto lo adquiere de intermediarios y producción propia

La adquisición del producto, lo realiza a través de

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Intermediarios	1	12,5	12,5	12,5
Producción propia	1	12,5	12,5	25,0
Productores y producción propia	4	50,0	50,0	75,0
Todas las anteriores	2	25,0	25,0	100,0
Total	8	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta 2013

Anexo 10. Precios y volúmenes de exportación de aceituna periodo 2010-2012

Meses	PRECIO FOB 2010 (U\$\$/kg)	PRECIO FOB 2011 (U\$\$/kg)	PRECIO FOB 2012 (U\$\$/kg)	Volumen de exportación TM 2010	Volumen de exportación TM 2011	Volumen de exportación TM 2012
Enero	1,86	1,82	1,75	54,358	65,452	52,23
Febrero	1,81	1,9	1,82	65,46	45,15	65,52
Marzo	2,19	1,78	1,85	65,45	42,15	74,25
Abril	2,25	1,78	1,82	60,45	45,56	82,12
Mayo	2	1,72	2	52,15	42,35	65,42
Junio	2,03	1,54	1,95	60,241	68,75	74,56
Julio	1,9	1,31	1,98	67,89	52,23	52,15
Agosto	1,63	1,37	2,22	68,75	45,18	65,85
Setiembre	1,85	1,89	2,05	70,52	85,452	71,15
Octubre	1,75	1,84	2,41	68,75	45,25	98,85
Noviembre	1,7	1,83	2,5	78,45	74,12	74,15
Diciembre	1,85	2,18	2,41	80,45	65,25	71,52

Fuente: aduanas