



Análisis de la comercialización y exportación de alcachofa producida en Junín a Estados Unidos, periodo (2011-2013)

Analysis of the marketing and exportation of artichoke produced in Junín to the United States, between the year 2012 to 2013

Ernesto Altamirano flores^{1*}; Luis Espinoza Villanueva¹

¹Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima, Perú. Email: ernes707@hotmail.com; lespinoza@lamolina.edu.pe

Recepción: 29/08/2017; Aceptación: 05/06/2019

Resumen

El objetivo principal de esta investigación fue analizar la comercialización y exportación de alcachofa en la provincia de Concepción, departamento de Junín, en el periodo 2012-2013, con la finalidad de incrementar las ventas, posicionar el producto en el mercado internacional y hacerlo rentable en el desarrollo de la actividad. El mercado objetivo fue el consumidor del estado de New York, en Estados Unidos. La metodología utilizada fue descriptivo-exploratoria y se realizó bajo un diseño No Experimental, teniendo como instrumentos de colecta de datos a encuestas y entrevistas aplicadas a los agricultores de Concepción. Antes de establecer la estrategia de mercado se han desarrollado cuatro fases de análisis de resultados, que buscan obtener respuesta a estas variables: ventas, posicionamiento y rentabilidad. Los resultados obtenidos en las cuatro fases de estudio permiten tener las herramientas necesarias para la generación de la propuesta de estrategia de mercado para ingresar a Estados Unidos, donde la principal estrategia para el ingreso al mercado externo, es la genérica de liderazgo en costos.

Palabras clave: comercialización; exportación; estrategias; marketing.

Abstract

The objective of this research was to analyze the marketing and export of artichoke in the province of Concepción in the Junín region in the period 2012-2013, in order to increase sales, position the product in the international market and develop a profitable economic activity. The target market was the consumer of the state of New York, in the United States. The methodology used was descriptive-exploratory and was carried out under a Non - Experimental design, having as instruments of data collection surveys and interviews applied to the farmers of Concepción. Before establishing the market strategy, four phases of results analysis were developed, seeking to obtain a response to these variables: sales, positioning and

Forma de citar el artículo: Altamirano, E.; Espinoza, L. 2019. Análisis de la comercialización y exportación de alcachofa producida en Junín a Estados Unidos, periodo (2011-2013). Anales Científicos 80(2):328- 342 (2019).

DOI: <http://dx.doi.org/10.21704/ac.v80i2.1447>

Autor de correspondencia (*): Altamirano, E. Email: ernes707@hotmail.com

© Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima, Perú.

profitability. The results obtained in the four phases of the study allow having the necessary tools for the generation of the proposed market strategy, to enter the United States market, where the main strategy for entering the foreign market is to generate a leadership in costs.

Keywords: marketing; export; strategies; marketing.

1. Introducción

Origen de la alcachofa: [Portis et al. \(2005\)](#) concluye que la alcachofa (*Cynara scolymus*) es una planta herbácea originaria de la región del Mediterráneo (Asia menor y norte de África) y el sur de Europa y que se fueron cultivando las diversas variedades locales en diferentes partes del globo terráqueo.

La *Taxonomía de la alcachofa*, según [Sonnante et al. \(2008\)](#) refiere la siguiente división taxonómica: Reino (Plantae), Sinonimias (Alcaucil), Familia (Compuestas), Género (Cynara), Especie (*Cynara scolymus*, L.).

Los Nombres comunes: en su investigación, [Paolis \(2008\)](#) considera que la alcachofa puede recibir diversos nombres según el país o región donde se cultiva: alcachofa, alcaucil, morrilla, alcachofera, alcachofra, alcaucí, artichoke.

Principales variedades o ecotipos en el Perú

[Sonnante \(2007\)](#) indica que las variedades y ecotipos de alcachofas son las siguientes:

Alcachofa sin espina: Green Globe, Imperial Star, Blanca de Tudela, Lorca, A – 106
Alcachofa con espina y Criolla.

Tabla 1. Valor nutricional de la alcachofa

| Valor nutricional de la alcachofa en 100 g de producto comestible | |
|---|------|
| Proteínas (g) | 2,59 |
| Glúcidos (g) | 6,72 |
| Vitamina A (U.I.) | 270 |
| Calcio (mg) | 50 |
| Fósforo (mg) | 90 |
| Hierro (mg) | 0,5 |

Fuente: Prompex

2. Materiales y métodos

Para la realización del proyecto de tesis, se requirieron los siguientes materiales: documentos de la organización, cuestionarios de estimación, reportes de las empresas procesadoras.

La metodología utilizada para la investigación estuvo definida por el periodo de tiempo indicado, fue descriptivo-exploratoria, donde se indagó la incidencia y los valores que se manifiestan en una o más variables. Por no existir investigaciones previas sobre el objeto de estudio fue indispensable explorar e indagar su funcionamiento dentro del mercado, con el fin de alcanzar el objetivo planteado. La metodología utilizada en la presente investigación tiene relación con la utilizada por los autores [Mayorga & Araujo \(2010\)](#). El ámbito de estudio de esta investigación está dada por las principales zonas de producción de alcachofa que son las provincias de Huancayo, Jauja y, principalmente, Concepción, que están ubicadas en el valle del Mantaro, en Junín. El diseño utilizado en el estudio fue No Experimental-Transversal, por cuanto no se modifica deliberadamente variables y se realiza dentro de un tiempo determinado.

Se ha considerado un universo representado por los de productores de alcachofa en Junín, los cuales están identificados por asociaciones organizativas, alcanzando un total de 284 para la campaña 2011-2012.

La población está representada por todos los productores de alcachofa de la provincia de Concepción, participantes de las campañas 2011-2012, llegando a un total de 71.

La muestra (n) se obtiene de una población finita, utilizando la fórmula siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n = Muestra = ¿?

N = Población = 71

Z² = Nivel de confianza (95% - 1,96)

e² = Error permitido (5%) o (0,05)

p = Proporción de que el evento ocurra en un 0,5 (50%)

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 71}{(0,05)^2(71 - 1) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = 68,1884/1,1354 = 61$$

La cantidad de encuestados fue de 61 productores.

3. Resultados y discusión

Análisis de la demanda

Estados Unidos, España y Francia han sido, durante los últimos años, los mercados prioritarios para las exportaciones de hortalizas frescas y procesadas.

Las exportaciones de hortalizas frescas y en conserva que incluyen a la alcachofa, están consideradas dentro las partidas arancelarias, las que se muestran en la [Tabla 2](#).

Tabla 2. Código arancelario para la alcachofa fresca y en conserva

| Código | Descripción |
|------------|--|
| 2005991000 | Sección IV. Cap. 20. Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar (excepto los productos de la partida 2006): Las demás hortalizas y las mezclas de hortalizas: Las demás: alcachofas (alcauciles). |
| 0710809000 | Sección II. Cap. 7. Hortalizas (incluso silvestres), aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas. |

Fuente: Código Arancelario Sunat (2012)

Principales mercados importadores de alcachofas frescas y en conserva

El dinamismo del mercado de Estados Unidos, España y Francia, está familiarizado con productos nutracéuticos importados de Perú, lo que representa una serie de oportunidades en el desarrollo de mercado para el país.

En la [Figura 1](#) se muestran las exportaciones del mercado de frutos frescos que incluye las demás hortalizas frescas, a vapor o congeladas. En el año 2011, Estados Unidos ha sido el principal importador, teniendo una variación superior al 14% con relación al 2010, seguido de Italia y España.

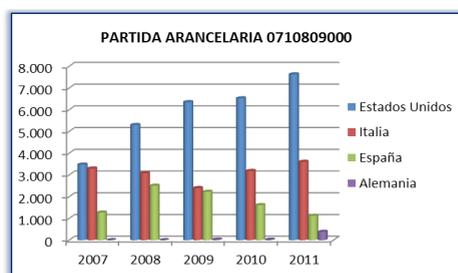


Figura 1. Hortalizas frescas, a vapor y congeladas

Fuente: Valores Trade Map

En la [Figura 2](#) se observa que Estados Unidos posee una participación en las exportaciones peruanas del 56%, en el año 2011, seguido por España con 27% e Italia con 8%, representando, estos tres mercados, el 95% de las exportaciones de alcachofas en el mundo.

En la [Figura 3](#) se muestran las exportaciones peruanas de la partida **2005991000**, que incluyen las hortalizas preparadas y conservadas cuyo principal comprador es el mercado de Estados Unidos, el que ha tenido una variación porcentual de 16% en el año 2011 en relación al 2010, seguido de España, Francia y Alemania.



Figura 2. Participación año 2011-partida 0710809000

Fuente: Valores Trade Map

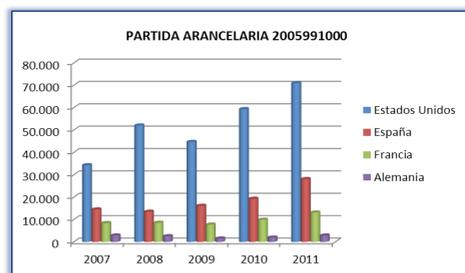


Figura 3. Las demás hortalizas preparadas o en conservas. Las demás: alcachofas (alcauciles)

Fuente: Valores Trade Map

Estados Unidos cuenta con una participación en el último año de 58%, seguido por España con 23% y Francia con 11% entre los principales, tal como se muestra en la [Figura 4](#).



Figura 4. Participación año 2011- partida 2005991000

Fuente: Valores Trade Map

Análisis de la oferta

Producción Nacional

La producción de alcachofa se realiza en la costa peruana (La Libertad, Lima e Ica) y en la sierra (Ancash, Junín y Apurímac) con diferentes condiciones de cultivo. En la sierra el cultivo lo realizan pequeños productores con un sistema de riego por surcos, utilizando una alta densidad de producción, mientras que en la costa el cultivo lo realizan grandes empresas con un sistema de riego por surcos, en los valles de los ríos o localizado en las arenas del desierto, empleando una menor densidad de plantación. La producción nacional de alcachofa entre los años 2000-2010 se presenta en la [Figura 5](#).



Figura 5. Producción nacional de alcachofa (2000 - 2010)

Fuente: FAO. Elaboración: Prompex

En la [Figura 5](#) se observa que la mayor producción de alcachofas fue en el año 2007, con un aproximado de 134 000 Tm. Posteriormente, tuvo una dinámica descendente hasta el 2009, producto de la crisis mundial, y el año 2010 se llegó a obtener 127,5 Tm; a partir de ahí se pronostica una tendencia de producción ascendente. Referente a la superficie del cultivo nacional, entre los años 2000-2010, se aprecia un crecimiento sostenible desde el primer año, teniendo el área de mayor producción el año 2007 con 7800 ha aprox. Posteriormente, después de un declive en los dos siguientes años, se obtuvo en el 2010 la superficie de 6,8 ha y, a partir de ahí, se prevé

una tendencia creciente. La superficie de producción en los años antes mencionados se observa en la [Figura 6](#).



Figura 6. Superficie nacional de alcachofa (2000-2010)

Fuente: FAO. Elaboración: Prompex

En cuanto al rendimiento nacional de alcachofa, la mayor cifra de alcachofa se obtuvo en el año 2010 con 18,6 Tm/ha, tal como se muestra en la [Figura 7](#).



Figura 7. Rendimiento nacional de alcachofa (2000-2010)

Fuente: FAO. Elaboración: Prompex

La producción y rendimiento obtenido en el último año ha puesto al Perú en un expectante lugar en el ranking mundial sea de producción que de rendimiento de alcachofa a nivel mundial, que es de 18,6 Tm/ha, obteniendo el cuarto lugar en ambos; en producción se encuentra por detrás

de Italia, Egipto y España. Asimismo, en cuanto al rendimiento, es antecedido por Italia, Argentina y Chipre. De lo anterior, podemos concluir que la productividad debe crecer en algo más de 4 Tm/ha con lo cual su competitividad se incrementaría en el mercado mundial, como muestra la [Tabla 3](#).

Tabla 3. Ranking mundial de producción y rendimiento de alcachofa, 2010

| Producción | | Rendimiento | |
|------------|-------------|-------------|-------|
| País | Miles de Tm | País | Tm/ha |
| Italia | 480,1 | Egipto | 24,2 |
| Egipto | 215,5 | Argentina | 22,9 |
| España | 166,7 | Chipre | 22,8 |
| Perú | 127,5 | Perú | 18,6 |
| Argentina | 84,8 | Irán | 18,2 |
| China | 59,9 | Argelia | 15,5 |
| Marruecos | 45,5 | EE. UU. | 14,0 |
| Francia | 42,2 | Zimbabue | 13,5 |
| EE. UU. | 40,8 | España | 12,6 |
| Argelia | 39,2 | Marruecos | 12,3 |

Fuente: FAO

Empresas exportadoras de alcachofas

En la [Figura 7](#) se muestran las principales empresas exportadoras de alcachofa en el Perú en el año 2011, donde se aprecia que la principal empresa exportadora es Sociedad Agrícola Virú S.A. que tuvo una participación importante, de 34%, seguida de Danper Trujillo S.A.C con 26%, empresas que tuvieron una participación muy por encima de las demás.

Para una mejor observación, se muestra la participación de las principales empresas exportadora de alcachofa en el año 2011, en la [Figura 8](#).

Tabla 4. Principales empresas exportadoras, 2011

| RUC | Razón Social | % Part. 2011 |
|-------------|--|--------------|
| 20373860736 | Final del formulario Sociedad Agrícola Virú S.A. Final del formulario | 34,15% |
| 20170040938 | Final del formulario Danper Trujillo S.A.C. Final del formulario | 25,59 % |
| 20481464499 | Final del formulario Danper Arequipa S.A.C. Final del formulario | 12,10% |
| 20454186002 | Final del formulario Alsur Perú S.A.C. Final del formulario | 10,09% |
| 20498300252 | Final del formulario Open World Export S.A.C.Final del formulario | 4,29% |
| 20518581237 | Final del formulario Cynara Perú S.A.C. Final del formulario | 3,77% |
| 20104420282 | Final del formulario Agroindustrias AIB S.A. Final del formulario | 3,08 % |
| 20340584237 | Final del formulario Camposol S.A. Final del formulario | 1,78% |
| 20486209063 | Final del formulario Agroindustrias del Mantaro S.A.C. Final del formulario | 1,69% |
| 20132365424 | Final del formulario Agroindustrias Josymar S.A.C. Final del formulario | 1,69% |
| 20454289669 | Final del formulario Consorcio Perú - Murcia S.A.C. Final del formulario | 0,65% |
| 20397680038 | Final del formulario Green Perú S.A.Final del formulario | 0,47% |
| 20117751954 | Final del formulario Procesadora S.A.C. Final del formulario | 0,42% |
| 20100032709 | Final del formulario I q f del Perú S.A. Final del formulario | 0,21% |
| 20518449550 | Final del formulario Sociedad Agrícola El Dorado S.A.C. Final del formulario | 0,02% |
| 20101676120 | Final del formulario Productos encurtidos S.A. Final del formulario | 0% |
| 20382970404 | Final del formulario Valle fértil E.I.R.L. Final del formulario | 0% |

Fuente: SIICEX (2012)

**Figura 8.** Participación de las principales empresas exportadoras de alcachofa 2011

Fuente: Siicex (2012)

Se puede concluir que son dos las empresas que manejan las exportaciones de alcachofa en el Perú, las cuales suman el

60% de participación en el mercado y que tienen un gran mérito en el crecimiento de la producción del producto en la tendencia creciente de las exportaciones.

Análisis de la producción y comercialización de la alcachofa en Junín

En los últimos años, la actividad agrícola en Junín se ha convertido en una de las más importantes. Sin embargo, no ha sido atendida adecuadamente, a pesar de ser una fuente de generación de trabajo masivo.

En la actualidad, la agricultura y agroindustria de exportación se han convertido en una posibilidad de incremento de los ingresos del país de los productores, por su efecto dinámico y multiplicador

dentro del mercado. La agro exportación es vista como una de las principales alternativas de desarrollo nacional, especialmente del sector agrícola.

Se observa que la región Junín no exporta alcachofa en presentación fresca, siendo La Libertad la de mayor cifra (99%).

Producción regional

Por otro lado, la producción nacional por regiones o sub regiones, así también como el precio promedio en chacra, se puede apreciar en la [Tabla 5](#).

Principales empresas exportadoras de Junín

Las principales empresas exportadoras de alcachofas de nuestro país, tales como Procesadora S.A., Camposol S.A., Talsa, Agroindustrias del Mantaro, que han

Tabla 5. Producción nacional por regiones/subregiones, 2010

| Región/ Sub Región | Producción TM | Superficie (ha) | Rendimiento (TM/ha) | Chacra (S/ kg) |
|--------------------|---------------|-----------------|---------------------|----------------|
| Ica | 57 705 | 2817 | 20,48 | 1,43 |
| La Libertad | 26 872 | 1430 | 18,79 | 1,21 |
| Arequipa | 26 197 | 1401 | 18,70 | 1,34 |
| Junín | 7171 | 410 | 17,49 | 1,85 |
| Ancash | 7000 | 620 | 11,29 | 1,54 |
| Lima | 2013 | 119 | 16,92 | 1,38 |
| Cusco | 224 | 23 | 9,74 | 2,53 |
| Apurímac | 113 | 26 | 4,35 | 0,88 |
| Andahuaylas | 113 | 26 | 4,35 | 0,88 |
| Huánuco | 29 | 3 | 9,67 | 3,51 |
| Nacional | 127 503 | 6855,00 | 18,60 | 3,51 |

Fuente: Minag

En la [Tabla 5](#) se observa que el departamento de Junín es la cuarta región de mayor producción en el país, después de Ica, La Libertad y Arequipa, con una producción de 7171Tm/ha, así también con una superficie cosechada de 410 ha y un rendimiento de 167,49 Tm/ha.

Exportación regional

En la [Tabla 6](#) se describe el total de exportaciones de Junín en presentación procesada.

Para una mejor observación, se muestra la participación de las principales empresas exportadora de alcachofa en el año 2011, en la [Figura 8](#).

establecido su actividad en Junín, han establecido acuerdos con productores locales, quienes proveen de insumos para la producción, aportan tecnología e, inclusive, avalan créditos que los agricultores solicitan para financiar sus cultivos. Al establecerse estas empresas en Junín, los agricultores pueden tener asistencia técnica permanente, lo que podría generar una mayor productividad y rentabilidad de su cultivo.

La mayoría de los insumos empleados para la siembra, cultivo, cosecha y tratamiento poscosecha de la alcachofa, son provistos desde Lima y parte desde la misma región.

Tabla 6. Exportación de alcachofa procesada - 200599100

| UBIGEO | FOB2011 Mil (US\$) | Pe. Neto 2011 (TN) | FOB 2010 Mil(US\$) | Pe. Neto 2010 (TN) | %Var 2011-2010 | %Cont. 2011 |
|--------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|----------------|
| La Libertad | 67 938 | 17 906 | 4 ,654 | 17 906 | 49% | 55% |
| Arequipa | 32 292 | 8536 | 2 ,002 | 8536 | 54% | 26% |
| Ica | 16 329 | 9778 | 25 317 | ,778 | -36% | 13% |
| Lima | 3878 | 944 | 1770 | 944 | 119% | 3% |
| Junín | 2078 | 492 | 1210 | 492 | 72% | 2% |
| Lambayeque | 536 | 871 | 2115 | 871 | -75% | 0% |
| Callao | 115 | 11 | 26 | 11 | 333% | 0% |
| Total | 123 165 | 40 973 | 97 095 | 38 536 | 27% | 100% |

Fuente: Sunat

Tabla 7. Exportación de alcachofa fresca - 0710809000

| UBIGEO | FOB 2011 Mil (US\$) | Pe. Neto 2011(TN) | FOB2010 Mil (US\$) | Pe. Neto 2010 (TN) | %Var 2011-2010 | %Con.t 2011 |
|-------------|------------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|----------------|
| La Libertad | 76 | 1 | 1 | 1 | 5323% | 99% |
| Lima | 1 | 2 | 4 | 2 | -82% | 1% |
| Ica | 0 | 35 | 99 | 35 | -100% | 0% |
| Total | 76 | 24 | 105 | 37 | -28% | 100% |

Fuente: Sunat

Condiciones de los factores

Factor básico

El valle del Mantaro en Junín tiene adecuadas condiciones para el cultivo de alcachofas y una posición geográfica privilegiada para dicho cultivo. Cuenta con un conjunto de condiciones climáticas que la hace ideal para la producción constante de dicho producto. La alcachofa es un cultivo que se adapta al microclima del valle del Mantaro, rico en recursos hídricos, especialmente en la provincia de Concepción.

a. Factor avanzado

La alcachofa se ha venido desarrollando desde hace muchos años especialmente en la variedad criolla, con espinas, que requiere de mucha agua y fertilización para llegar a un rendimiento adecuado. Junín cuenta con infraestructura de riego que permite su desarrollo.

A pesar de que el valle del Mantaro tiene características especiales que lo hacen adecuado para su siembra y producción, lamentablemente, muestra algunas limitaciones en cuanto a la articulación con el mercado, lo cual no permite el desarrollo tecnológico del productor de la región y mejorar con ello la calidad de sus productos y ser competitivo.

b. Estrategia, estructura y rivalidad

El departamento de Junín se caracteriza por contar con muchos pequeños productores en el sector agrario, la atomización de los predios es uno de los grandes inconvenientes que tienen que afrontar los procesadores y exportadores de alcachofas, pues plantea el reto de uniformizar la producción con fines de conseguir materia prima acorde con las exigencias del mercado. Este escollo se va superando, con gran esfuerzo por parte de

los procesadores y exportadores, apoyando con asistencia técnica y económica a los productores.

Con ello, han logrado cierta normalización de la producción que les permite satisfacer los requerimientos del exterior.

Análisis del Entorno

Demográfico

Estados Unidos es el tercer país más poblado, después de China e India, con una tasa de crecimiento anual de 0,97% y más de 310 millones de habitantes; cerca del 82 de la población vive en zonas urbanas y las mayores concentraciones se ubican en Nueva York, Chicago, Filadelfia y en la costa oeste, en el estado de California, principalmente, en los Ángeles, San Diego y San Francisco. El inglés es la lengua empleada por la mayoría de los habitantes en Estados Unidos; sin embargo, cerca de 32 millones de habitantes hablan un idioma distinto; el idioma español es utilizado por más de 28 millones de personas, asimismo la unidad monetaria es el dólar estadounidense.

Cientes, consumidores

El consumidor de alcachofa fresca y procesada, pertenece a los diversos segmentos de la población. El negocio está orientado a clientes del mercado de Estados Unidos, del estado de New York, específicamente a las distribuidoras, como las cadenas de supermercados de productos orgánicos y otros, tales como *Whole Foods*, *Safe Way*, *Walt Mark*, *Súper Stop & Shop*, *Fred Meyer Stores*, *Publix Súper Markets*, entre otras.

El cliente final son personas y/o familias que demanden alimentos nutritivos, orgánicos y de fácil consumo a los supermercados, estaciones de servicio, tiendas y bodegas. Es habitual su consumo entre las personas de 18 a 45 años de edad, de ambos sexos.

Proveedores

Los proveedores de materia prima son principalmente los productores de Junín, teniendo en cuenta que existe producción durante todo el año. En un largo plazo, con el incremento de demanda del producto, se dispondría de la producción de Ica y La Libertad y se demandaría alcachofa solo de los agricultores que posean certificación orgánica.

Análisis interno

La organización

La organización es una unidad económica de transformación y comercialización, que tiene por finalidad satisfacer necesidades existentes en la sociedad y concretar negocios internacionales de exportación de productos de alcachofa fresca y procesada.

Análisis FODA

Este análisis permite estudiar la situación competitiva de una empresa en su mercado (situación externa) y de las características internas (situación interna) de la misma, a efectos de determinar sus debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas. A continuación, se detalla en la [Figura 9](#).

Estrategia para la exportación de alcachofa

La estrategia genérica. Para crear en el largo plazo esa posición defendible que sobrepasara el desempeño de los competidores en una industria, se estableció en la empresa, como estrategia genérica, el liderazgo en costos, donde la empresa se propone ser un productor eficiente en su sector agroindustrial, con miras al mercado de Nueva York.

La estrategia de entrada. Por considerarse una empresa nueva en el rubro de las exportaciones al mercado de Estados

Unidos, se definió como estrategia de entrada la exportación indirecta o pasiva, donde la compañía exporta a través de intermediarios independientes, quienes son los que conocen los trámites aduaneros, la legislación y los hábitos del sector.

Estrategias de competencia

Para esta estrategia se parte del conocimiento que se tiene de las fortalezas y debilidades de los competidores en Nueva York. Teniendo

en cuenta que la empresa es nueva en el mercado, se opta por utilizar la estrategia de competencia de empresa retadora, con la intención de liderar el mercado en el mediano tiempo, utilizando la estrategia de ataque. Dentro de las cuatros estrategias de ataque mostrados en la [Figura 11](#) (ataque frontal, de flanqueo, de guerrilla y de nuevos mercados) se determina el costo de producción de la alcachofa que se presenta en la [Tabla 8](#).

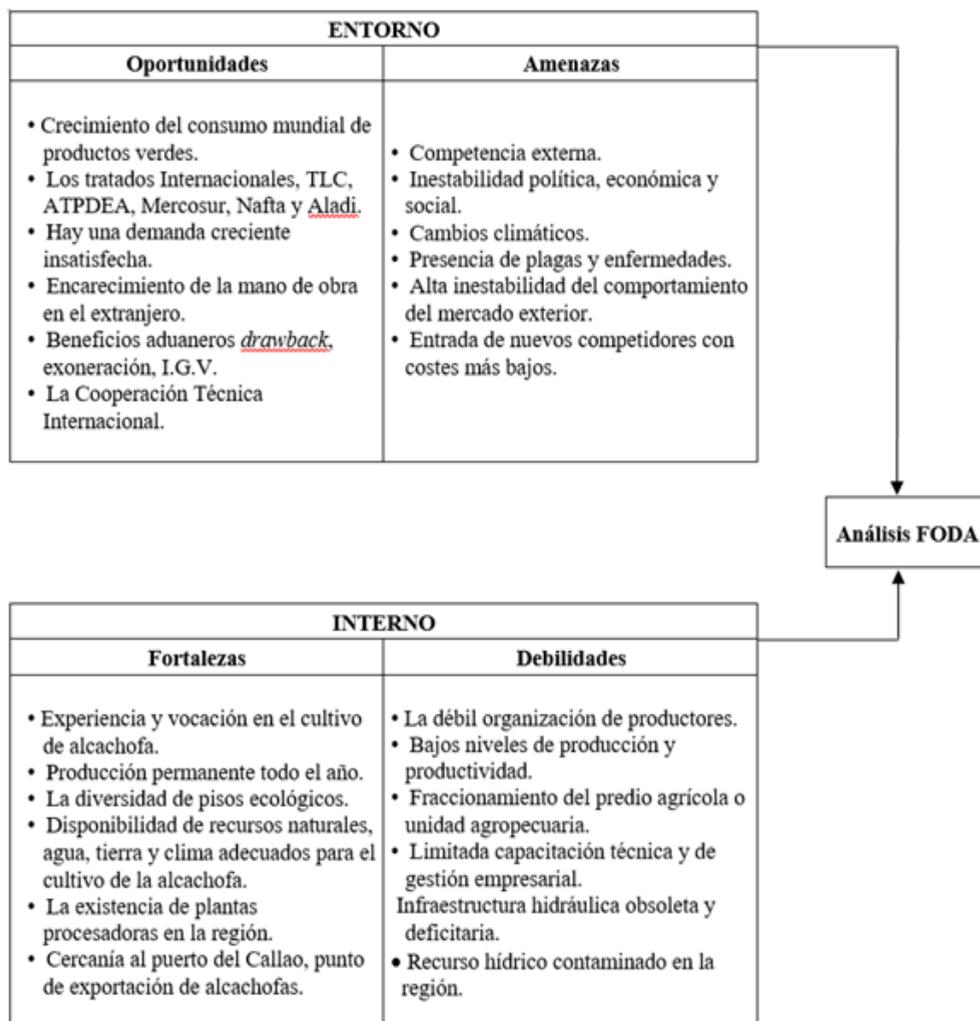


Figura 9. Análisis FODA

Tabla 8. Costos de Producción de la Alcachofa

| Ecotipo | Área Total: 1 ha | | | |
|--------------------------------|------------------|-----------|-----------------------|----------------|
| Fecha de instalación | Octubre | | | |
| Fecha de cosecha | Febrero | | Riego: Complementario | |
| COSTOS DIRECTOS | unidad | cantidad | precio | Monto (S/) |
| <u>Mano de obra</u> | | | | |
| a) Preparación de terreno | | | | |
| Roturación | jornal | 10 | 25,00 | 250,00 |
| Remoción | jornal | 6 | 20,00 | 120,00 |
| b) Plántulas | | | | |
| Plántulas germinadas | almácigos | 150 | 2,00 | 300,00 |
| c) Labores culturales | | | | |
| Plantación | jornal | 10 | 20,00 | 200,00 |
| Abonamiento | jornal | 10 | 25,00 | 250,00 |
| Aporcado | jornal | 6 | 25,00 | 150,00 |
| Riegos | jornal | 2 | 20,00 | 40,00 |
| e) Cosecha | | | | |
| Recojo de frutos | jornal | 10 | 25,00 | 250,00 |
| Clasificación | jornal | 10 | 20,00 | 200,00 |
| Total de mano de obra | | 64 | | 1760,00 |
| <u>Insumos</u> | | | | |
| b) Abono orgánico | | | | |
| Estiércol | Sacos | 10 | 50,00 | 500,00 |
| Guano de gallina | Sacos | 20 | 15,00 | 300,00 |
| f) Otros insumos | | | | |
| Palos | unidades | 200 | 2,00 | 400,00 |
| Rafia | unidades | 50 | 3,00 | 150,00 |
| Agua | m ³ | 400 | 0,04 | 14,00 |
| Total de insumos | | | | 1364,00 |
| TOTAL COSTOS DIRECTOS | | | | 3124,00 |
| COSTO INDIRECTOS | | | | |
| b. Transporte | | | | |
| Transporte de insumos | Sacos | 100 | 0,80 | 80,00 |
| Transporte de cosecha | kilos | 14 000 | 0,01 | 140,00 |
| TOTAL COSTOS INDIRECTOS | | | | 220,00 |
| TOTAL COSTO DE CULTIVO | | | | 3344,00 |

Resultados de la evaluación de las encuestas y de la interrelación de variables propuestas
Análisis de las encuestas

De acuerdo con la operacionabilidad de

variables, cada pregunta fue conducida con el fin de resolver las dudas planteadas que surgían en los diferentes grados de importancia, como se muestra en la [Tabla 9](#).

Tabla 9. Encuesta Realizada

| Pregunta 1: ¿Cuántas hectáreas de alcachofa produce? | | | | | |
|--|-----------------------|-------------------------|---------------------|-------------------------|-----------|
| Alternativas | Menos de 1 | 2 | 3 | 5 | Más de 10 |
| Resultados % | 27 | 28 | 25 | 15 | 5 |
| Pregunta 2: ¿Qué nivel de tecnología utiliza para la producción de su alcachofa? | | | | | |
| Alternativas | Bajo | Intermedio | | Alto | |
| Resultados % | 50 | 30 | | 20 | |
| Pregunta 3: ¿Qué le falta para poder vender su alcachofa en el mercado internacional? | | | | | |
| Alternativas | Fortalecer la empresa | Aumentar la publicidad | Nivel de tecnología | Capacidad de producción | |
| Resultados % | 13 | 15 | 30 | 42 | |
| Pregunta 4: ¿Se siente satisfecho con la cantidad de alcachofa que vende? | | | | | |
| Alternativas | Sí | | | No | |
| Resultados % | 28 | | | 72 | |
| Pregunta 5: ¿Ha exportado alguna vez su alcachofa? | | | | | |
| Alternativas | Sí | | | No | |
| Resultados % | 49 | | | 51 | |
| Pregunta 6: ¿Le gustaría exportar la alcachofa que produce? | | | | | |
| Alternativas | Sí | | | No | |
| Resultados % | 98 | | | 2 | |
| Pregunta 7: ¿Ha participado en cursos de capacitación para la producción de alcachofa? | | | | | |
| Alternativas | Sí | | | No | |
| Resultados % | 33 | | | 67 | |
| Pregunta 8: ¿En qué presentación vende su alcachofa? | | | | | |
| Alternativas | Bolsa | Cajas | | Sacos rafia | |
| Resultados % | 22 | 8 | | 70 | |
| Pregunta 9: ¿Conoce las normas para comercializar alcachofa? | | | | | |
| Alternativas | Sí | | | No | |
| Resultados % | 51 | | | 49 | |
| Pregunta 10: ¿Dónde comercializa su alcachofa? | | | | | |
| Alternativas | Mercado internacional | Mercado de Lima | | En el interior del país | |
| Resultados % | 55 | 35 | | 10 | |
| Pregunta 11: ¿Qué característica le importa más de su alcachofa? | | | | | |
| Alternativas | Sabor | Composición nutricional | | Tamaño | |
| Resultados % | 45 | 40 | | 15 | |

Fuente: Encuesta realizada (2011)

1. Grado de importancia dada al análisis de la situación actual de los productores

En la pregunta uno se obtiene los siguientes resultados: 27% producen menos de una hectárea, 28%, 2 hectáreas, 25% produce 3 hectáreas, 15% produce 5 hectáreas y el 5%

produce más de 10 hectáreas, demostrando que la mayoría de los agricultores producen menos de una hectárea.

2. Nivel de tecnología utilizada

En la pregunta dos se obtienen resultados que

nos indican que el 50% de productores utilizan tecnología baja, el 30% intermedia y el 20% alta, lo que demuestra que falta más tecnología en el Perú.

3. Grado de importancia dada a la misión y visión

En la pregunta tres se analiza la misión y visión, obteniendo el siguiente resultado: el 13% responde que necesita fortalecer la empresa, el 15% aumentar la publicidad, el 30% nivel tecnológico y el 42% capacidad de producción, demostrando que la mayor dificultad es la capacidad de producción.

4. Grado de satisfacción con la cantidad de producto vendido

En la pregunta cuatro se obtienen los siguientes resultados: el 28% dice que se siente satisfecho con la cantidad de producto que vende, pero el 72% no lo está, esto demuestra que falta una buena estrategia de venta.

5. Experiencia exportando

En la pregunta cinco se obtienen los siguientes resultados: 49% dice que sí ha exportado alcachofa alguna vez y el 51% afirma que no lo ha hecho demostrando que la mayoría ha tenido experiencia exportando su producto.

6. Grado de importancia dada a la exportación

En la pregunta seis se obtienen los siguientes resultados: el 98% responde que sí le gustaría exportar mientras el 2% afirma que no, esto demuestra que a la mayoría le gusta exportar.

7. Grado de importancia dada a la capacitación

En la pregunta siete se obtienen los siguientes resultados: el 33% dice que sí hay

capacitación, pero el 67% afirma que no se hace capacitación; esto indica que existe poca capacitación en pequeños empresarios.

8. Presentación final del producto

En la pregunta ocho se obtienen los siguientes resultados: el 22% presenta el producto en bolsa, el 8% en cajas y el 70% en sacos de rafia; esto nos muestra que la alcachofa en la presentación de saco de rafia es más comercial.

9. Conocimiento de normas de comercialización

En la pregunta nueve se obtienen los siguientes resultados: el 51% dice que sí se conocen las normas y el 49% afirma no conocerlas; esto demuestra que hay poco conocimiento de las normas de comercialización.

10. Grado de importancia dada a la plaza

En la pregunta diez se obtienen los siguientes resultados: el 55% comercializa en el mercado internacional, el 35% en el mercado de Lima y el 10% en el mercado nacional interno; esto indica que la exportación de la alcachofa es mínima.

11. Grado de importancia dada a las características de la alcachofa

En la pregunta once se obtienen los siguientes resultados: el 45% responde que el sabor es lo más importante, el 40%, la composición nutricional y el 15%, el tamaño, donde se observa que el sabor es considerado la característica más valiosa.

12. Cálculo del precio de exportación

Se calculó el precio de exportación por tonelada métrica, donde se obtuvo el valor de cada uno de los principales Incoterm (EX Works, FAS, FOB, CIF y DDP), tal como se observa en la [Tabla 10](#).

Tabla 10. Cálculo del precio de exportación

| Descripción del elemento | Importe | % | |
|---|------------|----------------|----------------|
| Costo variable Bruto del Producto (CVB) | | | |
| Costo de materiales | 821,43 | 14,37% | |
| Costo de mano de obra directa | 464,29 | 8,12% | |
| Costos directos de producción | 285,71 | 5,00% | |
| Total Costos Variables Bruto | 1571,43 | 27,49% | |
| Costo Variable Neto del producto (CVN) | | | |
| Devolución de impuestos y tasas (Drawbacks) | 0,00 | | |
| Total de Costos Variable Neto | 1571,43 | 27,49% | |
| Margen de Contribución (MC) | | | |
| Margen de contribución | 1321,43 | 2312% | |
| Total de Precio (CVN + MC) | 2892,86 | 50,61% | |
| Valor EX Works (VEW) | | | |
| Costos seguro de cambio | 0,00 | | |
| Costos seguro de crédito | 0,00 | | |
| Gastos financieros aplazamiento de pago | 0,00 | | |
| Comisión de agente | 200,00 | 3,50% | |
| Costos de embalajes | 0,00 | | |
| Costos documentación de exportación | 17,00 | 3,06 % | |
| Costos adecuación producto al mercado destino | 0,00 | | |
| Total Costos Específicos Ex Works | 375,00 | 6,56% | |
| Total Valor Ex Works (CVN + MC + VEW) | 3267,86 | 57,17% | |
| Valor FAS (Franco al Costado) | | | |
| Costos de manipulación | 26,79 | 0,47% | |
| Costos transporte interno | 357,14 | 6,25% | |
| Gastos/trámites aduaneros exportación | 160,71 | 2,81% | |
| Total Valor FAS | 3812,50 | 6670% | |
| Valor FOB/FOT/FOR (Franco a bordo Camión/tren) | | | |
| Costos carga mercancía | 53,57 | 0,94% | |
| Costos tasa puerto de salida | 71,43 | 1,25% | |
| Total Valor FOB Puerto de Origen: | 393 750 | 68,89% | |
| Valor CIF (Costos, Seguro y Flete) | | | |
| Costos transporte internacional | 150,00 | 2,62% | |
| Costos seguro | 70,00 | 1,22% | |
| Total Precio CIF Puerto /Lugar de Desembarque: | 4157,50 | 72,74% | |
| Precio Venta al Importador (DDP) | | | |
| Aranceles y tasas | 10% | 415,75 | 7,27% |
| Gastos portuarios | | 10,00 | 0,17% |
| Gastos transporte en destino | | 200,00 | 3,50% |
| Total Precio Venta Importador (DDP) | | 4783,25 | 83,68% |
| Precio Venta al Minorista | | | |
| Margen Mayorista | Recargo 8% | 382,66 | 6,69% |
| Total Precio Venta al Minorista | | 4783,25 | 83,68% |
| PVP Previo | | | |
| Margen Detallista | Recargo 8% | 382,66 | 6,69% |
| Total PVP Previo | | 5165,91 | 90,38% |
| Precio de Venta Final Público | | | |
| Ajustes de competencia | | 300,00 | 5,25% |
| Margen de maniobra | | 250,00 | 4,37% |
| Total Precio de Venta Final Público USD | | 5715,91 | 100,00% |

Fuente: Elaboración propia (2011)

4. Conclusiones

Del análisis sobre la comercialización para exportar la alcachofa fresca y en conserva a Estados Unidos, se desprende que es necesario incrementar las ventas en el mercado meta establecido, posicionar el producto en el segmento A y B, lo cual lograría un aumento de la rentabilidad en la empresa. Esto, a su vez, supone la identificación de las estrategias y acciones de marketing a lo largo de toda la cadena productiva de la alcachofa.

La alcachofa es un producto con cantidades elevadas de vitaminas A, E y C y orgánico; asimismo, existe una producción de 7000 t TM en la región y la cosecha se realiza durante todo el año, siendo los meses entre setiembre y diciembre los de mayor abundancia; factores que lo hacen un producto competitivo en el mercado.

Al analizar la oferta de los principales países competidores, productores y exportadores de alcachofa en conserva a EE. UU., se tiene que España, Perú y Chile desarrollan comportamientos opuestos: mientras que el primero pierde participación los otros dos están capturando dicho mercado.

5. Literatura citada

Mayorga, D.; Araujo, P. 2010. El plan de Marketing. Centro de investigación. Universidad del pacifico Lima. Lima, Perú. 134 P.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f.). Estadísticas de la producción de la alcachofa. Disponible en <http://www.mincetur.gob.pe>

Prom Perú. s.f. Alcachofas conserva. Disponible en http://www.prompex.gob.pe/stat/pr_part_search.asp (Cifras actualizadas al: 25/7/2010).

Prompex. 2010. Perfil de mercado para la alcachofa. Lima, Perú.

Food and Drug Administration [FDA]. s.f..

Comercialización con Estados Unidos. Disponible en www.fda.gov/furls,

Planes operativos de la alcachofa de la Región Junín. Disponible en <http://www.regionjunin.gob.pe/dirceturjunin/>

Portis, E.; Mauromicale, M.; Barchi, L.; Mauro, R.; Lanteri, S. 2005. Population structure and genetic variation in autochthonous globe artichoke germplasm from Sicily Island.

Sonnante, G.; Carluccio, A.V.; De Paolis A.; Pignone, D. 2008. Identification of artichoke SSR markers: molecular variation and patterns of diversity in genetically cohesive taxa and wild allies. Genet. Res. Crop Evol. 55: 1029-1046.