

RESUMEN

Autor [Gutarra Romero, S.I.](#)
Autor corporativo [Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima \(Peru\). Facultad de Economía y Planificación](#)
Título **Estrategias de comercialización para la exportación de arándanos (*Vaccinium myrtillus*) de la Región Lambayeque al mercado de Estados Unidos**
Impreso Lima : UNALM, 2017

Copias

Ubicación	Código	Estado
Sala Tesis	E71. G883 - T	USO EN SALA
Descripción	163 p. : 30 fig., 25 tablas, 40 ref. Incluye CD ROM	
Tesis	Tesis (Ing Gestión empresarial)	
Bibliografía	Facultad : Economía y Planificación	
Sumario	Sumarios (En, Es)	
Materia	ARANDANO EXPORTACIONES INVESTIGACION DE MERCADOS TECNICAS DE MERCADEO MERCADEO VENTAS OFERTA Y DEMANDA RENTABILIDAD USA PERU ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION REGION LAMBAYEQUE	
N° estándar	PE2018000256 B / M EUV E71	

Esta investigación tiene por objetivo general analizar las estrategias de comercialización necesarias para la exportación de arándanos de la región Lambayeque a Estados Unidos con el producto de arándanos (*vaccinium myrtillus*) que permita hacer viable la oferta comercial, lograr una mayor rentabilidad y posicionar el producto en el mercado internacional para incrementar el volumen de las exportaciones agrícolas y proponer estrategias de comercialización para el desarrollo de la producción y marketing del arándano peruano (*Vaccinium Spp.*) que permitan el incremento de sus ventas, su posicionamiento en el mercado americano y que asegure su rentabilidad en el desarrollo de la actividad a partir del 2018; consistente de un análisis del arándano en los distritos de Cañaris e Inkahuasi en la provincia de Ferreñafe, región Lambayeque, que ha permitido identificar oportunidades de desarrollo para este cultivo y mejorar la posición de Perú frente a la competencia. El método utilizado en esta investigación fue Descriptivo – Explorativo, porque se seleccionó una serie de cuestiones y fueron medidas independientemente, además se identificó que el tema ha sido poco reconocido siendo necesario explorar e indagar; el diseño fue No Experimental, observando fenómenos tal y como se dieron en su contexto natural para después analizarlos. Los resultados del estudio concluyeron que las ventas de las exportaciones de arándano peruano se incrementaron en promedio de cinco años el 70 %, aplicando las estrategias de comercialización puede incrementarse hasta en 26% más; el posicionamiento del arándano, el aumento de su rentabilidad; adicionalmente, se identificó que Perú actualmente tiene el 5.2% de la cuota del mercado de arándanos en Estados Unidos siendo su potencial deseado de 26,88%. La

ventana comercial es desde agosto a noviembre siendo setiembre y octubre los meses ideales para exportar, los precios van desde 6 a 11 US\$/kg pudiendo ser mayor durante los meses ideales. Los exportadores peruanos deben de trabajar en crear y posicionar marcas dado que su calidad y atributos sensoriales son preferidos por el consumidor americano. El proceso de exportación de arándano a Estados Unidos es complejo y la regulación alimentaria aún más, sin embargo el conocerlo da la oportunidad de maximizar las ganancias; cultivar arándano tiene una rentabilidad en el quinto año de 56% considerando el precio de venta de 5 US\$/kg.

Abstract

The objective of this research is to analyze the commercialization strategies necessary for the export of cranberries from the Lambayeque region to the United States with the blueberry product (*Vaccinium myrtillus*), so as to make the commercial offer viable, to achieve greater profitability and to position the product in The international market to increase the volume of agricultural exports and to propose marketing strategies for the development of the production and marketing of the Peruvian cranberry (*Vaccinium Spp.*) That allow the increase of its sales, its positioning in the American market and to assure its Profitability in the development of the activity from 2018 consisting of a comprehensive analysis of blueberry in Peru and the world and has identified development opportunities for this crop and improve the position of Peru against the competition. The method used in this research was descriptive - explorative, because we selected a number of issues and were measured independently, also was identified that the issue has been little recognized is necessary to explore and inquire; Experimental design No observing phenomena as they were in their natural context for later analysis. The results of the study concluded that sales of Peruvian blueberry exports increased an average of 70% in five years, applying marketing strategies can increase by up to 26% more, positioning blueberry, increased profitability; additionally, it was identified that Peru currently has 5.2% of the market share of blueberries in the United States as their desired potential of 26.88%. The trade window is from August to November September and October being the ideal months to export, prices range from 6 to \$ 11US / kg may be higher for the ideal months. Peruvian exporters must work to create and position brands because their quality and sensory attributes are preferid by the American consumer. The export process blueberry to United States is complex and food regulation even though the know gives you the opportunity to maximize your earnings; blueberry cultivar has a yield in the fifth year of 56% on a sales price of 5 US \$ / kg