



UNIVERSIDAD
**SAN IGNACIO
DE LOYOLA**

FACULTAD DE INGENIERÍA

Carrera de Ingeniería Agroindustrial y Agronegocios

OPORTUNIDAD DE EXPORTACIÓN DE CAQUI (*Diospyros kaki*) AL MERCADO DE ESPAÑA

**Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título
Profesional de Ingeniero Agroindustrial y Agronegocios**

JUAN MARTIN SAAVEDRA QUEZADA

**Asesor:
Fernando Hurtado Pascual**

**Lima - Perú
2019**

INDICE

INTRODUCCION

CAPÍTULO 1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA..... 2

1.1	Datos Generales	2
1.2	Nombre o razón social de la Empresa	3
1.3	Ubicación de la empresa.....	3
1.4	Giro de la empresa.....	3
1.5	Tamaño de la Empresa.....	3
1.6	Breve reseña historica de la empresa	4
1.7	Organigrama de la empresa	5
1.8	Misión, Visión y Política.....	6
1.9	Productos y clientes	7
1.10	Premios y Certificaciones.....	11
1.11	Relación de la empresa con la sociedad	11

CAPÍTULO 2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 12

2.1	Caracterización del área en que se participó	12
2.2	Antecedentes y definición del problema	12
2.3	Objetivos: general y esepecifico	16
2.4	Justificación	16
2.5	Alcances y limitaciones	168

CAPÍTULO 3. MARCO TEORICO..... 19

3.1	Generalidades del caqui.....	19
3.2	Los mercados mas importantes.....	24
3.3	Precios y canales de comercialización	27

3.4	Rentabilidad del caqui	29
CAPÍTULO 4. DESARROLLO DEL PROYECTO.....		31
4.1	Análisis de la oportunidad de demanda.....	31
4.1.1.	PBI per capita de España.....	26
4.1.2.	Consumo de frutas y hortalizas en España	27
4.1.3.	Exportaciones de Caqui de España	29
4.2	Análisis de la oportunidad de oferta.....	30
4.2.1.	Producción nacional	30
4.2.2.	Acceso al mercado de España.....	34
4.3	Elaboración del plan de acción	36
CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES		46
CAPÍTULO 6. RECOMENDACIONES		46
BIBLIOGRAFIA.....		47

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Principales países importadores de caqui</i>	14
Tabla 2 <i>Ranking de países exportadores de caqui</i>	15
Tabla 3 <i>Principales países exportadores de caqui</i>	17
Tabla 4 <i>Ranking de factores de determinación de país</i>	25
Tabla 5 <i>Flujo Comercial agrupado por zonas</i>	25
Tabla 6 <i>Consumo per capita de caqui por regiones</i>	26
Tabla 7 <i>Consumo per capita de frutas en España</i>	26
Tabla 8 <i>PBI per capita de España</i>	31
Tabla 9 <i>Consumo de frutas y hortalizas en España</i>	32
Tabla 10 <i>Exportaciones de caqui en España</i>	35

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Frontis de la empresa	2
<i>Figura 2.</i> Ubicación de la empresa.....	3
<i>Figura 3.</i> Infografía de la empresa	4
<i>Figura 4.</i> Organigrama de la empresa	5
<i>Figura 5.</i> Noticia sobre el arandano	13
<i>Figura 6.</i> Noticia sobre la palta.....	13
<i>Figura 7.</i> Fruto entero de caqui.	20
<i>Figura 8.</i> Fruto seccionado de caqui	20
<i>Figura 9.</i> Clasificación según tipo de astringencia	21
<i>Figura 10.</i> Diagrama de flujo de la post cosecha	22
<i>Figura 11.</i> Precio de caqui en mercados internacionales.....	27
<i>Figura 12.</i> Comparativo costos de caqui y mandarina	30
<i>Figura 13.</i> PBI per cápita de España	32
<i>Figura 14.</i> Consumo de frutas y hortalizas en España.....	33
<i>Figura 15.</i> Evolución de consumo de caqui en España	34
<i>Figura 16.</i> Exportaciones de caqui en España	35
<i>Figura 17.</i> Producción de caqui en Perú.....	36
<i>Figura 18.</i> Plantaciones de caqui en Ica	37
<i>Figura 19.</i> Plantaciones de caqui en Pisco.....	38
<i>Figura 20.</i> Requisitos fitosanitarios para exportar a España.....	40
<i>Figura 21.</i> Modelo Canvas.	42
<i>Figura 22.</i> Programa del seminario internacional de caqui	43
<i>Figura 23.</i> Expositores del seminario internacional de caqui	44

INTRODUCCIÓN

El siguiente informe de suficiencia profesional tiene como objetivo analizar y determinar, si existe la oportunidad de exportación del caqui (*Diospyros kaki*) peruano al mercado español.

En los últimos diez años el sector agroexportador no tradicional peruano viene teniendo gran crecimiento, lo que contribuye como segunda fuente de divisas en las exportaciones, luego de la minería; así como también generadora de empleo formal, y promoción de nuestra oferta exportable agrícola. Este crecimiento de nuestras exportaciones no tradicionales se viene dando en gran medida gracias a las exportaciones de frutas y hortalizas frescas, siendo en el año 2018 productos como la palta, uva, arándano, esparrago y mango los cinco principales productos frescos con mayor demanda en los mercados internacionales.

El incremento de nuestras exportaciones no tradicionales se debe en gran medida a la continuidad de la ley de promoción agraria ratificada en el congreso por 10 años más, la apertura de nuevos mercados y el inicio de los nuevos proyectos de irrigación como Olmos II, Majes Siguanas II, Chavimochic III, Alto Piura, Chivichas entre otros; estas nuevas áreas proyectadas por el gobierno para aumentar la frontera agrícola, logrará incorporar alrededor de 350,000 hectáreas las cuales preocupa definir cuáles son los nuevos cultivos que se instalaran en esas nuevas áreas.

En esa línea el caqui es un cultivo provisorio de sabor dulce que tiene mucha demanda en los países del hemisferio norte. El caqui (*Diospyros kaki*) es una especie frutal que tiene gran importancia en los países asiáticos como China, Japón y Corea; en el siglo pasado se expandió por los países del mediterráneo europeo. Las corrientes migratorias llevaron desde los países asiáticos a Norteamérica, introduciendo el cultivo del caqui en EEUU y en Sudamérica (Brasil).

CAPÍTULO 1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

1.1 Datos Generales

La Asociación de Exportadores – ADEX, es el principal gremio empresarial privado peruano que fomenta la promoción de las exportaciones y el desarrollo del comercio internacional, generando competitividad y una cultura exportadora.

Cuenta además de instituciones educativas como ADEX Escuela y el Instituto Superior de Comercio Exterior ADEX, unidades académicas que brindan asesoría y capacitaciones formando nuevos profesionales orientadas a la especialización de los negocios internacionales.

ADEX agrupa alrededor de 1,000 asociados pertenecientes a las pequeñas, medianas y grandes empresas peruanas, todas exportadoras que representan alrededor del 40% de las exportaciones no tradicionales, están debidamente agrupadas en cuatro gerencias sectoriales y veintitrés comités según la naturaleza del producto que comercializan y exportan.



Figura 1. Frontis de la institución.

1.2 Nombre o razón social de la Empresa

La razón social es Asociación de Exportadores S.A (ADEX) con RUC N° 20423285029.

1.3 Ubicación de la empresa (dirección, teléfono y mapa de Ubicación)

Dirección: Avenida Javier Prado 2875, San Borja

Teléfono: (01) 618 3333

Mapa de Ubicación:

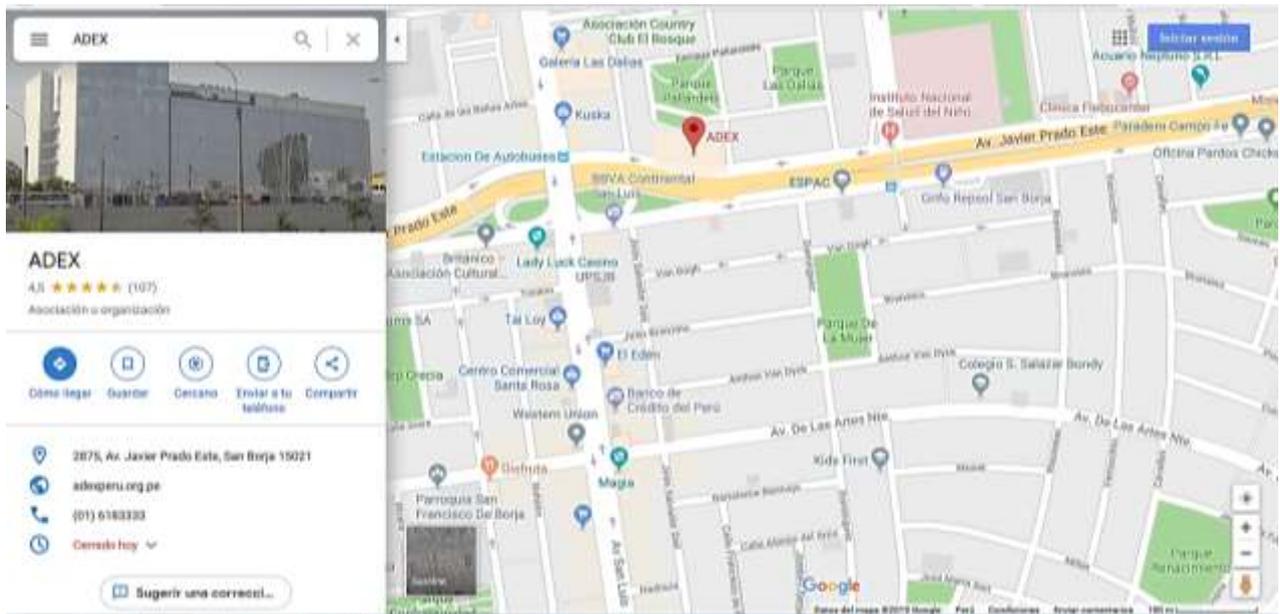


Figura 2. Ubicación de la empresa.

1.4 Giro de la Empresa

ADEX como gremio de exportadores tiene como actividad comercial como Actividad Organizaciones Empresariales y el CIUU: 91114

1.5 Tamaño de la Empresa

ADEX cuenta con 130 colaboradores distribuidos en sus cinco sedes: San Borja, Callao, San Miguel, y dos sedes descentralizadas que se ubican en Chiclayo y Arequipa

1.6 Breve reseña histórica

ADEX como gremio empresarial fue fundada en el año de 1973 con el objetivo de ser una asociación representativa y desarrollar servicios a los exportadores, importadores y empresas prestadoras de servicio del comercio internacional.

Hace 46 años un ese grupo de empresarios formó la Asociación de Exportadores (ADEX), hoy en día es una institución que impulsa al sector exportador desde distintos frentes, promoviendo un entorno amigable en el que se desarrollen las inversiones, brindando asesorías y capacitaciones a sus asociados y formando nuevos profesionales, a través de ADEX Escuela y el Instituto Superior de Comercio Exterior ADEX, unidades académicas orientadas a la especialización de los negocios internacionales.

La escuela tiene alrededor de 6 mil estudiantes al año y del instituto ADEX egresan anualmente profesionales en comercio exterior que buscan aportar al crecimiento del sector. Adicional ADEX ofrece a sus socios y público en general servicios que ha sido diseñados para mejorar el comercio internacional de una empresa.

La innovación ha hecho de ADEX, el gremio empresarial peruano más representativa, de esa forma siga apostando en fomentar los conocimientos de comercio internacional y de esa forma por seguir como líder de los gremio del comercio exterior.



Figura 3. Infografía de ADEX

1.7 Organigrama de la empresa



Figura 4. Organigrama de ADEX.

Fuente: Elaboración propia

1.8 Misión, visión y política de la empresa

MISIÓN

Contribuir al desarrollo sostenible de las exportaciones peruanas, impulsando la innovación, competitividad e internacionalización de las empresas asociadas; promoviendo con énfasis la generación de valor agregado, el desarrollo de competencias y capacidades profesionales, sin dejar de lado la responsabilidad social y ambiental.

VISIÓN

Ser el gremio empresarial peruano líder en las exportaciones, principal referente técnico y políticos en la formulación de propuestas de desarrollo innovador. Formador de especialistas de comercio internacional de excelencia, contribuyendo al desarrollo exportador nacional.

POLÍTICAS DE CALIDAD

En ADEX representamos y prestamos servicios a nuestros asociados, vinculados a los aspectos de la gestión de comercio exterior, asegurando la mejor orientación para el éxito de los negocios.

Convencidos de que la calidad de nuestros servicios es el factor fundamental para el desarrollo de nuestras estrategias y para el logro de nuestros objetivos estratégicos, nos comprometemos a:

1. Cumplir con los requerimientos de nuestros asociados (clientes) y buscar ofrecer un servicio de calidad total a través de nuestra vocación de servicio, profesionalismo y dedicación de nuestros colaboradores.
2. Mantener un sistema de mejoramiento continuo de la eficiencia y eficacia de nuestro Sistema de Gestión de Calidad y de su desempeño.
3. Cumplir con el compromiso en el País, el sector exportador y la normatividad legal vigente y otros compromisos suscritos.

Para el cumplimiento de estos compromisos revisamos y actualizamos periódicamente esta Política de Calidad de manera sistemática, comunicándola en forma adecuada a todos los niveles de la organización y demás partes interesadas.

1.9 Productos y Clientes

ADEX como gremio empresarial brinda los siguientes servicios a sus socios (clientes).

1. Adex Data Trade :

- Acceso a la estadística de comercio exterior más detallada y actualizada del mercado
- Se puede realizar búsqueda por volúmenes y montos de exportación o importación según por producto, sector económico, partida arancelaria o descripción comercial.
- También puedes acceder al comercio exterior por países de destino, bloques comerciales, regiones y continentes.
- La información es muy fácil de entender, incluye rankings automatizados que permite un análisis y prospección de los mercados de interés.
- Puedes acceder a los reportes, publicaciones y boletines sectoriales con las últimas novedades y análisis del comercio internacional.

2. Certificado de Origen:

ADEX es uno de los centros donde puede gestionar los certificados necesarios para que acredite sus exportaciones con total seguridad

- Certificados de origen preferenciales (SGPC, CAN, ALADI, EFTA).
- Certificados de origen no preferenciales (países sin acuerdo comercial).
- Constancia del exportador.
- Certificaciones de origen para los diferentes países con TLC's : China, Chile, Tailandia, Corea del Sur, México, Panamá, Japón, EFTA, Unión Europea, entre otros.

3. Tarjeta ABTC

- Es un tipo de visa de negocios que te exonera para viajar a los países miembros del APEC.
- Atención exclusiva y preferencial en las ventanillas de migraciones del aeropuerto.
- Solo te permite una permanencia de 30 días como máximo en los países del APEC.
- Tarjeta válida por 5 años o el tiempo de validez de su pasaporte.
- Permite viajes de corta duración a la región APEC hasta por 90 días.
- Con este tipo de visa tendrás acceso a los siguientes países como : Australia, Brunei, Chile, China, Corea del Sur, Darussalam, Filipinas, Hong Kong, Indonesia, Japón, Malasia, México, Nueva Zelanda, Papúa Nueva Guinea, Rusia, Singapur, Tailandia, Taiwán, Vietnam.

4. Promoción Comercial

ADEX ofrece la oportunidad para que las pequeñas, medianas y grandes empresas exportadoras de diversos sectores puedan participar en ferias y misiones internacionales, generando oportunidades de negocio.

- Más de 30 ferias internacionales especializadas, misiones y agendas comerciales en el extranjero.
- Participación internacional donde existe una demanda en aumentos de los productos peruanos.
- Contacto directo con empresarios internacionales y mercados potenciales.
- Conocedores de la demandad actual de los principales mercados, nuevas oportunidades de negocio y potenciales clientes.

5. Centro Jurídico

El centro jurídico de ADEX brinda a sus asociados asesoría personalizada y orientación legal especializada en:

COMERCIO EXTERIOR E INTERNACIONAL

- Contratos de compra – venta internacional.
- INCOTERMS

- Medios de pago internacional.

TRIBUTACIÓN

- Impuesto a la renta.
- Impuesto general a las ventas.
- Procedimientos de fiscalización parcial y total de la SUNAT.
- Recursos impugnatorios ante la SUNAT y el Tribunal Fiscal.
- Procedimiento de cobranza coactiva.
- Tributos municipales y contribuciones (ESSALUD y ONP).

ADUANERO

- Regímenes aduaneros (exportación, importación, entre otros).
- DRAWBACK y saldo a favor del exportador.
- Despachos de importación, exportación y demás regímenes aduaneros.
- Despacho anticipado y garantías previas.
- Inmovilización, incautación, comiso y abandono legal de mercancías.
- Recursos impugnatorios (Reclamación y Apelación).

LABORAL

- Contratos laborales.
- Contratos laborales bajo el régimen de exportación no tradicional.
- Ley de seguridad y salud en el trabajo.
- Vacaciones, gratificaciones, asignación familiar, CTS.

TALLERES, CAPACITACIÓN Y EVENTOS

- Materia Laboral
- Materia Tributaria
- Materia Aduanera

6. Asesoría Jurídica

- Representación gremial ante entidades públicas y privadas.
- Elaboración de propuestas para proponer cambios estructurales en el sector y eliminar obstáculos al comercio exterior.
- Participación activa en las negociaciones con el gobierno.
- Promoción de medidas de facilitación del comercio.

- Resolución de casos específicos.
- Atención de consultas de manera personalizada.
- Operatividad de exportaciones.
- Identificación de oportunidades comerciales.
- Información de mercados y productos de interés.
- Precios referenciales.
- Requisitos de acceso.
- Acuerdos comerciales

7. Defensoría del Exportador

La Defensoría del Exportador ADEX actúa de forma rápida y directa en la solución de problemas de nuestros asociados.

Asesoría personalizada al asociado:

- Trabas, demoras, reclamos en puertos, aeropuertos, aduanas, almacenes y demás agentes que participan del comercio exterior.
- Problemática con autoridades sanitarias y de control (DIGESA, DIGEMID, SENASA, SERFOR, SUCAMEC, entre otros).

8. Servicios Empresariales

Ofrece servicios de acuerdo a las necesidades empresariales de nuestros socios con el fin de facilitar sus actividades en la gestión de comercio exterior de la empresa.

- Herramientas para la gestión de la empresa en comercio exterior.
- Análisis del sector exportador, panorama económico nacional e internacional.
- Estudios de mercado, fichas técnicas.
- Directorio de exportadores y empresas de servicios al comercio exterior.
- Revista y Boletín Perú Exporta
- Boletines Sectoriales.
- Rankings de exportación.
- Guías de drawback, exportación e importación.

- Salas de reuniones empresariales.
- Alquiler de salas y ambientes

1.10 Certificaciones

ADEX como gremio empresarial se encuentra certificado por la firma de la ICONTEC la cual nos acredita la debida aplicación de la norma ISO 9001:2008 en la organización para el proceso de captación y atención a los asociados, con esta certificación nos orienta a brindad un servicio de calidad a los socios y público en general.

Es el compromiso de ADEX contar de forma permanente con un sistema de mejoramiento del sistema de eficacia y eficiencia de la calidad a sus asociados; así como también cumplir la normatividad legal vigente y otros compromisos suscritos..



1.11 Relación de la empresa con la sociedad

ADEX mediante sus centros académicos como el instituto y la escuela viene desarrollando cursos, diplomados y talleres de emprendimiento con la finalidad de desarrollar un plan de negocio que finalice en la elaboración de un proyecto de exportación o importaciones de algún bien o servicio.

Estas acciones se vienen replicando en las regiones como Lambayeque (Chiclayo) en el norte y Arequipa al sur, en donde ADEX tiene sus sedes descentralizadas, ubicadas estratégicamente en el norte y sur del Perú.

CAPITULO 2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Caracterización del área en que se participó

Me desempeñé como coordinador de agro exportaciones en el área de la Gerencia de Agro exportaciones de ADEX. Dentro de mis principales funciones destaco:

- Atender y responder eficazmente las consultas de los asociados investigando previamente sobre lo solicitado.
- Elaborar agendas de trabajo, en base a las investigaciones realizadas del sector, identificando las problemáticas del sector asignado y coordinando con entidades del estado peruano vinculadas al sector de agroexportador como Senasa, Minagri, Mincetur, Promperu entre otros.
- Planificar las actividades comerciales del año a favor del asociado, coordinando participaciones en ferias, foros, viajes comerciales, entre otros.
- Colaborar con la promoción de la oferta exportable de los asociados mediante ferias y misiones comerciales.
- Capacitar a los socios en aspectos de inteligencia comercial y gestiones de representación y defensa gremial.
- Preparar información estratégica para los asociados (incluye la elaboración de boletines sectoriales y estadísticas con el análisis correspondiente; así como también reportes y notas de prensa sobre el sector.

2.2 Antecedentes y definición del problema

En el año 2018 nuestras agroexportaciones llegaron a los US\$ 7,030 millones; siendo los principales productos de exportación las frutas frescas como: la palta, uva, arándanos,

mangos y espárrago. Los cinco productos con mayor demanda en los mercados internacionales.

Este record histórico se debe en gran parte a la diversificación de nuestra oferta agrícola exportable, la ley agraria y la apertura de nuevos mercados.

Se sabe que en los próximos años, se incrementará nuestra frontera agrícola sustancialmente, con los proyectos de irrigación como Chavimochic III, Alto Piura, Olmos II, Majes – Siguanilla II entre otros, que incrementaran en 350 mil hectáreas, y con ello trae la gran preocupación de definir cuáles serán los cultivos provisorios que se instalaran en esas nuevas áreas.

Algunas noticias nos dan luces que se debe de buscar nuevos cultivos agrícolas para estos nuevos proyectos de irrigación.

Precios de arándanos en EE.UU. caen por "sobreoferta" peruana, según representante de industria argentina

Publicado el: 24/01/19 12:42 PM Número de visitas: 216
Categorías: Economía & Negocios



Argentina cerró su temporada de arándanos a fines de diciembre, con una disminución en exportaciones cercana al 16% respecto ...

Figura 5. Noticias sobre arándano.

Fuente: Agraria.pe

La caída del precio de la palta en la UE este verano no ha sido una excepción

Publicado el: 23/01/19 11:34 AM Número de visitas: 286
Categorías: Economía & Negocios



En el verano de 2018, el mercado de la UE tuvo algunas dificultades para absorber un gran aumento de los volúmenes de aguacate ...

Figura 6. Noticias sobre la palta

Fuente: Agraria.pe

La demanda creciente por el caqui, especialmente en Europa y Asia, impulsa el interés de empresas peruanas de producirla y comercializarla.

Tabla 01

Países importadores de caqui a nivel mundial

N°	Importadores	Valor (Miles USD)					Participación %
		2014	2015	2016	2017	2018	
1	Rusia	107.036	95.746	87.337	112.165	131.207	24.2%
2	Alemania	56.735	48.589	47.559	58.438	64.224	11.8%
3	Viet Nam	1.939	2.612	2.51	2.333	61.491	11.3%
4	Francia	23.819	22.495	22.732	30.811	35.822	6.6%
5	Belarús	40.07	42.659	34.742	48.678	27.463	5.1%
6	Italia	18.362	22.755	20.174	23.808	24.008	4.4%
7	Kazajstán	21.974	14.244	29.708	31.909	22.912	4.2%
8	Ucrania	24.772	15.709	12.681	17.624	19.027	3.5%
9	Canadá	13.118	13.361	10.818	13.575	13.838	2.6%
10	Lituania	17.058	14.09	9.031	16.018	13.815	2.5%
11	Reino Unido	11.205	12.161	10.966	11.173	11.756	2.2%
12	Tailandia	5.19	7.14	8.922	11.845	9.483	1.7%
13	Suiza	11.105	10.854	9.766	9.904	9.32	1.7%
14	Polonia	10.06	7.059	8.034	9.803	8.374	1.5%
15	Hong Kong, China	3.674	4.879	6.328	9.566	6.242	1.2%
	Otros países	68.687	72.773	79.259	91.673	83.2	15.3%
	Mundo	434.804	407.126	400.567	499.323	542.182	100%

Fuentes: COMTRADE del ITC

Tabla 02

Ranking de países exportadores de Caqui.

Exportadores	Valor (Miles USD)					Participación	Cantidad exportada, Toneladas				
	2014	2015	2016	2017	2018		2014	2015	2016	2017	2018
España	206.83	192.5	203.57	216.46	204.5	37.4%	157587	185024	193321	214904	168341
Azerbaián	62.664	77.838	68.76	90.891	114.54	20.9%	69311	95631	94202	118305	150913
China	45.981	83.973	87.984	112.07	85.977	15.7%	38826	56395	55642	66621	58673
Uzbekistán	16.753	10.453	35.48	41.678	33.126	6.1%	38826	46340	65345	73006	55023
Países Bajos	16.285	14.316	9.987	9.577	10.865	2.0%	17426	17750	12464	19517	15078
Lituania	15.468	10.218	6.29	10.56	10.7	2.0%	11398	10538	12093	16467	9669
Polonia	12.932	9.005	9.03	12.638	8.053	1.5%	9495	11221	7591	11959	6219
Estados Unidos	9.153	8.471	7.245	6.544	7.767	1.4%	8470	8612	6840	7085	5736
Corea	12.905	11.229	8.635	8.149	7.639	1.4%	7687	7600	5726	5826	5436
Francia	9.278	7.865	7.429	8.033	6.957	1.3%	5577	5189	5309	5586	4222
Israel	26.135	10.831	7.478	10.616	6.668	1.2%	3436	5447	4404	5574	4218
Italia	5.612	6.097	5.461	6.717	6.173	1.1%	3159	4816	4131	3328	4081
Nueva Zelandia	7.242	5.018	6.034	6.322	5.462	1.0%	5555	5153	4380	3527	3970
Sudáfrica	11.102	12.474	9.3	7.96	5.105	0.9%	860	460	482	342	2525
Japón	2.586	2.495	2.289	3.027	3.492	0.6%	5049	5835	4440	4138	2428
Resto	18.334	21.268	22.624	36.724	30.146	5.5%	7385	-3521	22212	47450	27248
Mundo	479.26	484.05	497.6	587.97	547.17	100%	390047	462490	498582	603635	523780

Fuentes: Basado en estadística de COMTRADE del ITC.

Un importante motivo para hacerlo es que en el Perú, por su ubicación, puede cosecharla en contra estación (entre los meses de febrero y setiembre), cuando no se tiene producción en España.

La definición de nuestro problema general sería:

- ¿Existe oportunidades de exportación de caqui (*Diospyros kaki*) al mercado de España?

Y problemas específico sería:

- ¿Existe las oportunidades de demanda del caqui peruano al mercado español?
- ¿Existe las oportunidades de oferta del caqui peruano para el mercado español?

2.3 Objetivos: Generales y Especificos

Objetivo General

Determinar si existe las oportunidades de exportación de caqui peruano al mercado español.

Objetivos Específicos

- Identificar si existen las oportunidades de demanda para la exportación de caqui peruano al mercado español.
- identificar si existen las oportunidades de oferta para la exportación de caqui peruano al mercado español.

2.4 Justificación

Como base para justificar el tema, la gran escasez del caqui en contra estación en el mercado español y la puesta en inicio de nuevos proyectos de irrigación como: Olmos III, Alto Piura, Chavimochic III y Majes Siguanilla II originaría el incremento de nuestra frontera agrícola sustancialmente generando la gran preocupación de definir cuáles son los cultivos provisorios que se instalaran en estas nuevas áreas.

El Perú tiene actualmente un acuerdo comercial (TLC) con países que forman parte de la Unión Europea, uno de ellos es España, el TLC fue suscrito en Bruselas el 26 de Junio del año 2012 y entro en vigencia a partir del 01 de marzo del 2013.

España ocupa el séptimo lugar en destino de las exportaciones peruanas, tan solo en el 2018 se registraron envío por alrededor de 1,803 millones de dólares. Esto genera un comercio dinámico entre ambos países, en especial para productos agrícolas frescos.

Actualmente el Perú cuenta con un protocolo fitosanitario para exportar caqui al mercado de España, que es el requisito principal para que un producto de origen vegetal pueda ingresar a un nuevo mercado.

España es a convertido en el primer exportador de caqui fresco, representa alrededor del 35% del total de la exportación mundial de caqui.

La producción española de caqui se da en los meses de setiembre a febrero, es por ello que buscan en países del hemisferio sur como Perú que tiene producción en los meses de marzo a junio. El Perú tiene la gran oportunidad de implementar una estrategia de producción y comercialización del caqui para el mercado español.

Este proyecto busca fomentar e incentivar la producción y la comercialización en los principales mercados internacionales, diversificando nuestra oferta agrícola exportable.

La apuesta por el cultivo de caqui mejoraría y generaría nuevos puestos de trabajo, mejorando los ingresos económicos de las poblaciones cercanas a los proyectos de irrigación y en especial para las mujeres de interior del país.

A continuación en la tabla 03 se determinó mediante ranking de factores, a España como país de destino de las exportaciones de caqui peruano.

Tabla 03

Ranking de factores para determinar el país

	Ponderación	EE.UU	España	China
Consumo per capita de caqui	10	1	2	3
Exportador de caqui	20	1	3	2
Acuerdo fitosanitario de caqui con el Perú	40	0	3	0
Principal país importador	20	3	2	1
Principal país productor	10	1	2	3
Total	100	1	2.6	1.2

Fuente: Elaboración propia

2.5 Alcance y limitaciones

Alcances:

- El presente trabajo explora el mercado de exportación e importación de caqui en España.
- La investigación abarca a las empresas dedicadas al rubro de alimentos frescos de España en el sector de comercio internacional.

Limitaciones:

- La falta de actualización de la estadística de áreas de producción del caqui en el Perú por parte del SIEA (Sistema Integrado de Estadística Agraria).
- El período de tiempo de recolección de la información comprende un año de duración a partir de marzo de 2019.

CAPÍTULO 3. MARCO TEORICO

En el presente capítulo se analizará las generalidades del caqui, los mercados internacionales más importantes, los precios y canales de distribución y se hará referencia a manera de ejemplo los costos de producción.

El caqui no es una de las grandes frutas de comercio internacional, esto hace que los mercados sean poco explorados y su economía (costos) agrícola sea poco estudiada; en cualquier caso existe un crecimiento que en los últimos años importantes países productores de frutas frescas vean una oportunidad de negocio.

3.1 Generalidades del caqui

El caqui es un fruto perteneciente a la especie *Diospyros Kaki*, esta especie se originó al este de Asia probablemente de China donde el consumo de sus frutos tanto fresco como deshidratado es muy demandado y constituye un importante recurso alimenticio desde hace muchos siglos antes de Cristo. Desde allí se introdujo al Japón en el siglo VII después de Cristo y desde el Japón, ya en el siglo XIV se introdujo en Corea.

Posteriormente en Europa se introdujo en el siglo XVII, durante ese siglo y el siguiente se expandió por toda el área del mediterráneo, debido a que las condiciones agroclimáticas de los países del mediterráneo son muy adecuadas para el caqui. A finales del siglo XIX se introdujo a América, las corrientes migratorias desde los países asiáticos a Norteamérica y Sudamérica hicieron posible la introducción del caqui a nuevos territorios.

Los genotipos que fueron introducidos a Europa en el siglo XVII han evolucionado hacia variedades locales, encontrándose en algunos países como España caqui con denominación de origen.

Alrededor de 400 especies que pertenecen al género *Diospiros*, la más conocida y cultivada es la *Diospiros kaki*, que cuenta con una gran diversidad varietal. Tan solo en

China, Corea y Japón se han descrito cerca de 2,000 variedades lo que demuestra una gran adaptabilidad del caqui en condiciones agroclimáticas favorables.

La planta del caqui es un árbol caducifolio que se caracteriza por desarrollarse en climas subtropicales, pero es capaz de adaptarse a zonas más amplias que los cultivos de cítricos. No obstante, es bastante resistente al frío en la fase de latencia, pero sensible a temperaturas inferiores a 0°C (heladas).

Las exigencias de suelos para el cultivo de caqui se pueden explotar en una gran variedad de ellos, sin embargo se tienen mejores resultados en suelos tipo franco o franco-arcilloso, húmedo y bien drenado. En la región de Ica, se tiene resultados muy favorables a pesar de tener suelo arenosos, alcalinos y con mucha exposición de sol por el día.

Las flores del caqui de las diferentes variedades se originan en yemas situadas en una rama mixta. El árbol de caqui desarrolla 03 tipos de flores diferentes: masculinas o estaminadas, femeninas o pistiladas y hermafroditas es decir, con pistilos y estambres en una misma flor.

El fruto del caqui es una baya (Figura 5 y 6) con una especial característica, ovalada.



Figura 7. Fruto del caqui .



Figura 8. Fruto seccionado.

Las variedades de caqui se clasifican según el tipo de astringencia en la maduración, la astringencia del caqui es causada por la presencia de taninos solubles en el mesocarpio en el momento de la maduración.

A continuación se define los cuatro grupos según la presencia de astringencia en donde se incluye a todas las variedades conocidas, siendo estos:

1. PCA: Polinización constante astringente, los frutos son astringentes con pulpa clara aunque tengan semillas.

2. PCNA: Polinización constante no astringente, los frutos no son astringentes en la maduración.

3. PVNA: Polinización variable no astringente, los frutos no son astringentes, tienen semillas y la pulpa se oxida.

4. PVA: Polinización variable astringente, son frutos astringentes, con semilla y la pulpa alrededor de esta se oscurece.

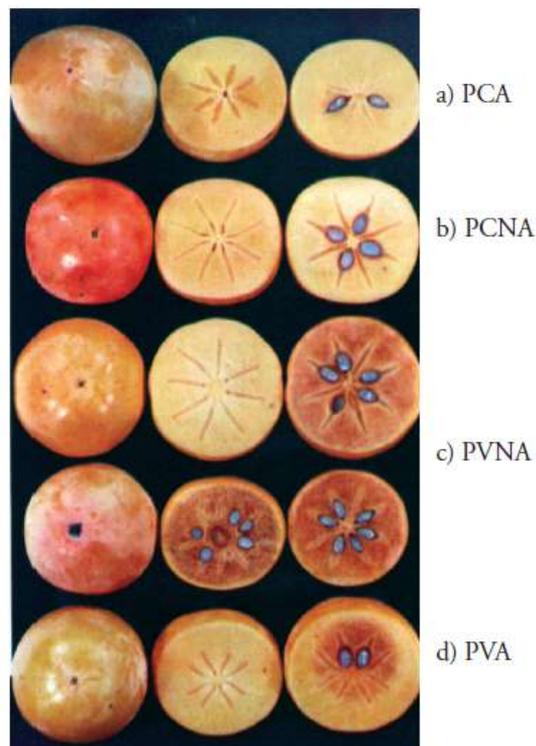


Figura 9. Clasificación de caqui según tipo de astringencia.

Por muchos años la explotación a gran escala del cultivo de caqui se ha visto dificultada por el sabor astrigente, esto debido a la presencia de taninos solubles. Pero en países como España una de las principales razones de expansión del cultivo, ha sido la variedad “Rojo Brillante” , esta es agronómicamente superior a otras y con buen comportamiento post cosecha, lo que ha generado su exportación a diferentes países.

El “rojo brillante” es una variedad de origen español, con un buen calibre, el color de la piel del fruto en madurez comercial es naranja y el color de la pulpa es naranja claro. Este tipo de caqui es muy difundida su explotación, así como también es muy aceptable su comercialización en los mercados internacionales.

A continuación se muestra el diagrama de flujo de la post cosecha del caqui.

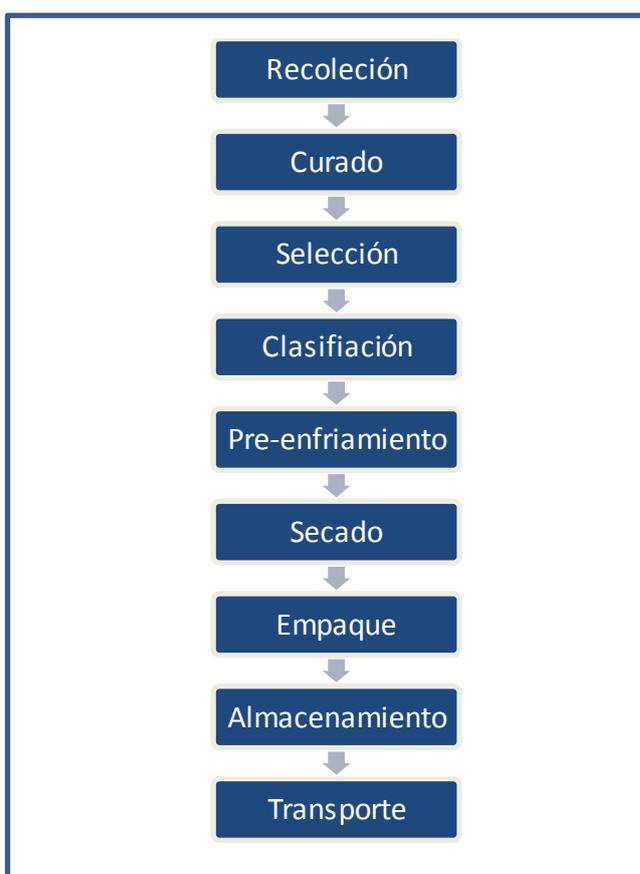


Figura 10. Diagrama de flujo post cosecha caqui.

Fuente: Elaboración propia.

Recolección: la recolección se realiza cuando el fruto se encuentra duro y coloreado, tiene la condición de ser climatérico, quiere decir que se maduran después de la cosecha a temperatura ambiente. Se da de forma manual cortando el pedúnculo lo más cercano al cáliz, sin causar daños a los frutos.

Curado: existen variedades astringentes que se debe tratar pos cosecha la cual consiste en almacenar con etileno por tres días en cámaras herméticas a temperatura que oscila entre 20 y 28°C con una humedad relativa de 80%.

Pesado y selección: se realiza el proceso de pesar el producto para determinar la cantidad y el calibre. Luego se selección y se descarta el producto deteriorado o que no cumple con los requisitos mínimo de calidad para la comercialización.

Limpieza: se caracteriza por eliminar las impurezas, suciedad y materiales extraños, se puede realizar por inmersión. Se debe de cuidar en no dañar el fruto pues repercutiría en la calidad del mismo al momento de la comercialización.

Clasificación: se realiza por tamaño, con la finalidad de una mejor manipulación y empaçado para una presentación adecuada.

Pre enfriamiento: consiste en reducir la temperatura o remover el calor del caqui con la finalidad de retardar el deterioro fisiológico y el crecimiento de microorganismos que ocasiona pudrición del producto. Se realiza por medio de aire o agua.

Secado: se retira el exceso de agua superficial de las frutas para evitar la proliferación de hongos y algunas bacterias en la etapa de almacenamiento. Se suele utilizar aire caliente o según sea el lugar dejándolo al aire libre.

Empaque: para la comercialización se cubre o forra el fruto con bolsa de plástico, de esta forma ayuda a proteger el producto de posibles golpes durante la manipulación, luego estarán en canastillas de plástico o cartón para su transporte o despacho.

Almacenamiento: dependiendo de la manipulación durante la cosecha y post cosecha, se recomienda almacenar el fruto a temperatura que oscile entre 1°C y con una humedad relativa de 85%, no se recomienda almacenar con otras frutas climatéricas, podría acelerar su maduración.

Transporte: es muy importante realizar el transporte en vehículos refrigerados con el control de gases como CO₂ y etileno.

3.2 Los mercados más importantes

La producción mundial de caqui se estima en 7 millones de toneladas, de ellas China representa el 70% de la producción mundial y el 80% de la superficie cultivada.

El cultivo de caqui es básicamente asiático, según datos de la FAO para el año 2000 la producción mundial fue de cerca 2,430,000 toneladas con una superficie cultivada 550, 000 hectareas , y para el año 2018 había pasado una producción de 6.165.624 toneladas con una superficie cultivada de 1.100.989 hectareas, lo que supone un incremento productivo a nivel del 113%.

En España en los últimos años el incremento de la producción de caqui ha sido espectacular, en 20 años ha pasado de ser un cultivo marginal a ser el principal cultivo en determinadas provincias de Valencia y Huelva.

Gran parte de esta expansión se debe a la difusión de la variedad “Rojo Brillante” y al éxito del tratamiento post cosecha para eliminar la astringencia, permitiendo la conservación y comercialización del fruto con textura firme logrando un producto exportable comparable con otras frutas.

Este milagro de éxito de caqui en España lo ha convertido en el primer exportador de caqui, ver (Tabla 04).

Tabla 04

Países exportadores de Caqui.

Exportadores	En Miles USD				
	2014	2015	2016	2017	2018
Mundo	485.884	485.217	499.921	587.164	546.594
España	206.825	192.503	203.570	216.463	204.504
Azerbaiyán	62.664	77.838	68.760	90.891	114.539
China	45.981	83.973	87.984	112.071	85.977
Uzbekistán	16.753	10.453	35.480	41.678	33.126
Países Bajos	16.285	14.316	9.987	9.577	10.865
Lituania	15.468	10.218	6.290	10.560	10.700
Polonia	12.932	9.005	9.030	12.638	8.053
Estados Unidos	9.153	8.471	7.245	6.544	7.767
Corea, República de	12.905	11.229	8.635	8.149	7.639
Francia	9.278	7.865	7.429	8.033	6.957
Israel	26.135	10.831	7.478	10.616	6.668
Italia	5.612	6.097	5.461	6.717	6.173
Nueva Zelanda	7.242	5.018	6.034	6.322	5.462
Sudáfrica	11.102	12.474	9.300	7.960	5.105
Japón	2.586	2.495	2.289	3.027	3.492

Fuentes: Basado en COMTRADE del ITC.

Sin embargo, los países con mayor producción no siempre va asociada a una actividad de mayor exportación. En la Tabla 05 se observa que la mayor producción se concentra en Asia, los mayores importadores son Europa y el mayor exportador también es Europa, específicamente España.

Tabla 05

Flujo comercial según zonas geográficas

Zonas Geográficas	Producción (t)	Importación (t)	Exportación (t)
Unión Europea	358.000	334.000	265.000
URSS	274.000	266.000	95.000
Asia	5.767.000	58.000	68.000
Medio Oriente	54.000	9.000	27.000
América y Sudamérica	358.000	600	19.000

Fuente: Anecoop.

En referencia al consumo per cápita del caqui, en la Tabla 06 se observa que los países asiáticos son los que lideran, seguidos por los de Rusia, caso especial es España con relación a la media de Europa.

Tabla 06.

Consumo per cápita de caqui según región geográfica.

Zonas Geográficas	Kilos per cápita
España	0,85
Unión Europea	0,35
Antigua URSS	0,85
Asia	1,67
Medio Oriente	0,05
América y Sudamerica	No registra

Fuente: ANECCOP y C.R.D.O.

Si bien el consumo per cápita de caqui en España esta por encima de la media de Europa, es muy inferior al resto de frutas que consume el español, quiere decir que aun hay oportunidades de crecimiento del consumo interno, pudiendo absorber producciones crecientes como las de Perú. (Tabla 07).

Tabla 07.

Consumo per cápita de frutas en España

Producto	Kilos per cápita
Naranja	20,02
Sandía	14,04
Manzana	11,59
Plátano	11,41
Melón	9,16
Pera	6,68
Melocotón	4,44
Caqui	0,85

Fuente: Anecoop

3.3 Precio y canales de comercialización

El caqui es un producto de precio medio-alto. Como otras frutas consideradas exóticas, como las paltas, mangos, granadas, entre otros se vende generalmente por unidades aunque a veces también en cajas.

Estos son los precios que se han encontrado en algunos de los establecimientos:

H-Mart	4,37 CAD / 1 KG (FUYU)	EEUU	Supermercado asiático en Yonge Street.
	2,99 CAD / ud (HACHIYA)	EEUU	
Lucky Moose Food Mart	8,99 CAD / caja (12 uds)	España	Supermercado asiático en Chinatown.
	0,99 CAD / ud	España	
	1,99 CAD / ud (HACHIYA)	EEUU	
Hua-Sheng Supermarket Limited	1,99 CAD / ud (FUYU)	EEUU	Supermercado <i>convenience store</i> en Spadina Street (Chinatown).
	2,00 CAD / 3 uds (HACHIYA)	España	
Loblaws	2,00 CAD / 7 uds (FUYU)	EEUU	Cadena estandarte del mayor grupo de distribución. Caquis vainilla Persuassion de España.
	5,99 CAD bolsa con 907gr	España	
Longo's	1,69 CAD / ud	España	Supermercado de gama alta. Venden caqui de la marca Persuassion de España (Ribera del Xúquer)
	5,00 CAD / 3 uds (Rojo Brillante)	España	
	5,00 CAD / 3 uds (FUYU)	EEUU	
	5,00 CAD / 3 uds (HACHIYA)	EEUU	

Figura 11. Precio de caqui en mercados internacionales.

Fuente: Departamento Comercial de la embajada de España.

A partir de estos datos y los expuestos sobre importaciones, afirmamos que la presencia del caqui en el mercado es visible, cabe destacar la buena fama de los productos hortofrutícolas peruanos, en parte gracias a promociones exitosas como la palta, arándanos, mangos, uvas, etc.

Por esta razón, desde las Oficina Comerciales en el Exterior (OCEX) y MINCETUR a través de PROMPERU debe de realizar campañas de promoción del caqui peruano.

A nivel del mercado nacional se deben tener eventos y promociones, donde se centre principalmente en educar al público enseñando la versatilidad del producto, facilitando recetas con el caqui como producto estrella y enseñándoles a diferenciar las variedades presentes en el mercado

Con estas promociones, no solo se está consiguiendo crear un mercado que casi no existe, sino que se está cuidando mucho el aspecto didáctico con el objetivo de resaltar todas las características y beneficios derivados de esta fruta.

El mercado español de productos hortofrutícolas frescos se concentra en las cercanías de los principales puertos como Valencia, Algeciras y Barcelona, resulta conveniente tener muy claro en qué ciudades nos interesa concentrar la distribución y la promoción

La distribución puede articularse a través de tres vías:

- “Food Terminal” o mercados de acopio. Es el primer escalón de la distribución, debido a que las cadenas de supermercados mayoristas suministran a través de este canal, cuando se trata de especialidades o productos que no son de consumo masivo. Son empresas acostumbradas a solicitar sus suministros por teléfono o vía correo electrónico a sus suministradores conocidos.
- Supermercados y grandes cadenas de distribución. Constituyen el paso siguiente, cuando el conocimiento del producto ya está generalizado.
- “Food Service” Horeca (hoteles y restauración).

Las tres vías son complementarias. A pesar de que el consumo del caqui no es masivo, sí que se halla presente en los principales supermercados internacionales, Así, se puede diseñar ya un plan de acción de promoción y distribución a través de estas cadenas si el productor agrupa oferta suficiente.

Tras entrevistarnos con algunos importadores de caqui, estos nos han mostrado su gran interés por contactar con nuevos proveedores, especialmente peruanos, siempre y cuando el producto sea de calidad, se entregue y presente de modo adecuado.

3.4 Rentabilidad del caqui

En países como España, gran exportador hortofrutícola, existe una tendencia a la sustitución de la producción de cítricos por el cultivo de caqui, esto obedece a una mayor rentabilidad que deja el caqui por hectárea.

Los costos de producción de una plantación de caqui no es fácil de calcular, así como también la rentabilidad ya que depende en gran medida de factores como área del terreno, sistema de riego, tipo de fertilizante, incluso la elección de la variedad a cultivar. Para casos prácticos tomamos el ejemplo de España con la variedad "Rojo Brillante".

Se ha presentado un cuadro comparativo para determinar las la ventaja del caqui en comparación con el cultivo de la mandarina utilizando dos fuentes de consulta: ECREA del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente de España y los costos de producción de la sección cultivo de CANSO 2016, de esta forma podemos aproximarnos a la fiabilidad de los datos mostrados.

Para el cálculo se estima que en una producción adulta en la que alcanzaría una producción media de 40.000 kg/ha para el caso de la mandarina y 50.000 kg/ha para el caqui. En cuanto a los precios de venta se han tomados por lo regido por CANSO en los años:

- Precios para el año 2013: Mandarinas: 0,20 €/kg y caqui: 0,34 €/kg.
- Precio para el año 2015: Mandarinas: 0,19 €/kg y caqui: 0,33 €/kg.

Concepto	Mandarina		Mandarina		Caqui		Caqui	
	ECREA 2013		CANSO 2015		ECREA 2013		CANSO 2015	
	€/ha	%	€/ha	%	€/ha	%	€/ha	%
I COSTES DIRECTOS								
Fertilizantes	511,6	8,2	464,8	6,3	360,3	5,1	458,1	5,2
Productos Fitosanitarios	331,4	5,3	884,9	12,1	261,0	3,7	753,3	8,5
Agua de Riego, Seguro del Cultivo y	928,5	14,8	1244,0	17,0	1213,8	17,2	2065,0	23,3
Total costes directos	1771,4	28,3	2593,7	35,4	1835,1	26,0	3276,4	37,0
II MAQUINARIA								
Trabajos contratados	266,3	4,2			228,9	3,2		
Carburantes y lubricantes	242,6	3,9			240,2	3,4		
Reparaciones y repuestos	43,9	0,7			32,2	0,5		
Total maquinaria	552,8	8,8	621,0	8,5	501,3	7,1	729,0	8,2
III MANO DE OBRA ASALARIADA								
Total mano de obra asalariada	1009,4	16,1	1073,5	14,7	1009,3	14,3	1082,0	12,2
IV COSTES INDIRECTOS PAGADOS								
Cargas sociales	334,6	5,3	467,1	6,4	414,2	5,9	467,1	5,3
Seguro de capitales propios	21,8	0,3	21,8	0,3	26,1	0,4	26,1	0,3
Canon de arrendamiento	4,9	0,1		0,0				
Contribuciones e impuestos	112,6	1,8	30,3	0,4	110,0	1,6	30,3	0,3
Otros gastos generales	122,0	1,9	180,0	2,5	102,2	1,4	180,0	2,0
Total costes indirectos pagados	595,8	9,5	699,3	9,5	652,5	9,2	703,5	7,9
GASTOS CORRIENTES	3929,4	62,7	4987,5	68,1	3998,1	56,6	5791,0	65,4
V AMORTIZACIONES								
Cultivos permanentes		0,0						
Otras amortizaciones		0,0						
Total amortizaciones	208,6	3,3	208,6	2,8	369,0	5,2	369,0	4,2
SUBTOTAL	4137,9	66,0	5196,0	70,9	4367,0	61,8	6159,9	69,6
VI OTROS COSTES INDIRECTOS								
Renta de la tierra	742,3	11,8	742,3	10,1	750,0	10,6	750,0	8,5
Intereses de otros capitales propios	245,9	3,9	245,9	3,4	304,8	4,3	304,8	3,4
Mano de obra familiar	1143,0	18,2	1143,0	15,6	1640,8	23,2	1640,8	18,5
Total otros costes indirectos	2131,1	34,0	2131,1	29,1	2695,6	38,2	2695,6	30,4
COSTE DE PRODUCCION COMPLETO	6269,1		7327,2		7062,6		8855,5	
INGRESOS POR VENTA	8000		7600		17000		16500	
BENEFICIOS	1730,9		272,8		9937,4		7644,5	

Figura 12. Comparativo costos entre cultivo de mandarina y caqui

Fuente: Datos ECREA (2013) y CANSO (2016).

CAPÍTULO 4. DESARROLLO DEL PROYECTO

Para determinar si existe las oportunidades de exportación de caqui peruano al mercado de España se consideró dos aspectos importantes, los cuales son: determinar si existe las oportunidades de demandad y determinar si existe las oportunidades de oferta.

4.1 Análisis de la Oportunidad de demanda

Para determinar si existe las oportunidades de demandad se utilizó los siguientes indicadores: PBI per cápita de España, Consumo de frutas y hortalizas en los hogares de España y Exportación de caqui español.

4.1.1 PBI per cápita de España

En la Tabla 08 se observa el PBI per cápita de España, para el periodo 2014 - 2018, expresado en euros.

Tabla 08.

PBI per cápita de *España*.

Fecha	PIB Per Capita	Var. anual PIB Per Capita
2018	25.70 €	3,2%
2017	25.00 €	4,2%
2016	24.00 €	3,4%
2015	23.30 €	2,3%
2014	22.78 €	1,2%

Fuente: <https://datosmacro.expansion.com>

En el cuadro presentado podemos observar que el PBI per cápita de España viene desarrollando un crecimiento positivo, tal como se muestra en la figura 13.

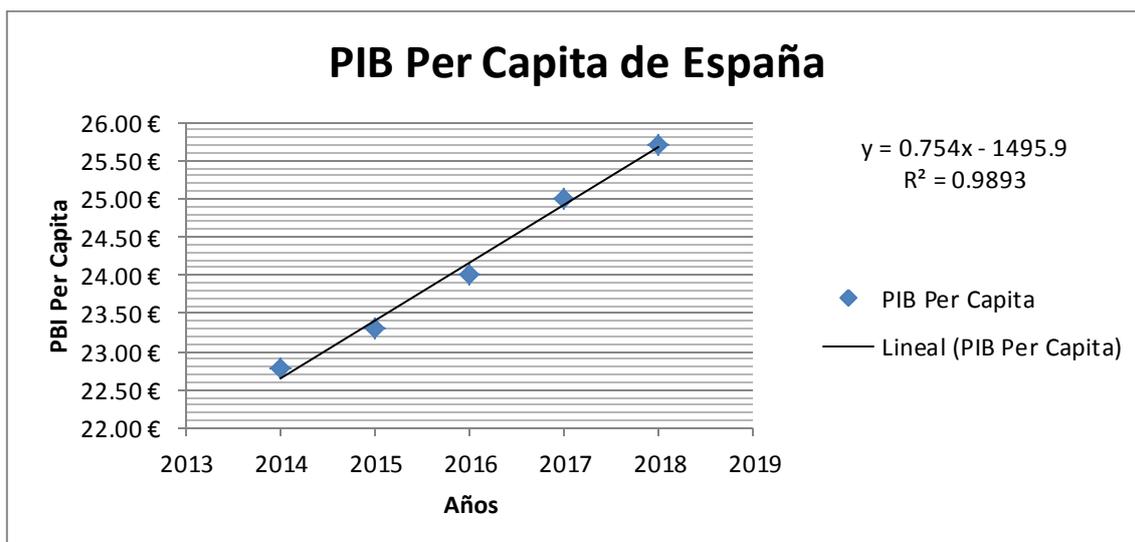


Figura 13. PBI per Cápita de España

Fuente: <https://datosmacro.expansion.com/pib/espana?anio=2018>

4.1.2 Consumo de frutas y hortalizas en España.

El consumo de frutas y hortalizas frescas en los hogares de España en el periodo 2018 ha desarrollado un crecimiento de un 9.6 % con respecto al año 2017 según los datos más actualizados por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España, recogidos en el “Informe del consumo de la Alimentación en España en 2018”.

En la Tabla 09 presentamos el consumo de frutas y hortalizas en hogares de España para el periodo 2014 – 2018, expresado en millones de euros.

Tabla 09.

Consumo de frutas y hortalizas en España.

Año	Consumo de Frutas y hortalizas (Millones de euros)
2014	10.932
2015	11.047
2016	11.408
2017	11.327
2018	11.788

Fuente: FEPEX (Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas,)

En el cuadro elaborado podemos identificar que el consumo de frutas y hortalizas frescas en los hogares de España, durante el periodo 2014-2018, tiene un crecimiento tal como se muestra ilustra en la figura 14.

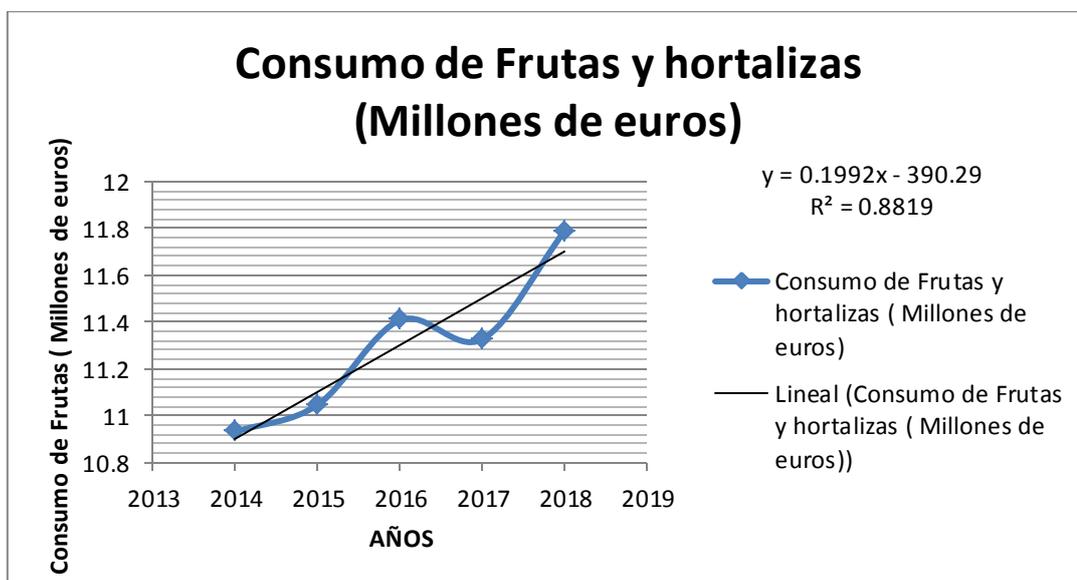


Figura 14. Consumo de Frutas y hortalizas en España.

Fuente: FEPEX

Las frutas y hortalizas frescas son los productos que lideran el consumo en los hogares españoles con 170 kilos por persona año y que representan el 26,7% de la cesta de la compra y el 18,8% del gasto total.

En la figura 15 se observa la evolución de la demanda de caqui en España, se incrementa progresivamente desde el año 1998 con menos de 8.000 toneladas a las más de 120.000 toneladas en 2015.

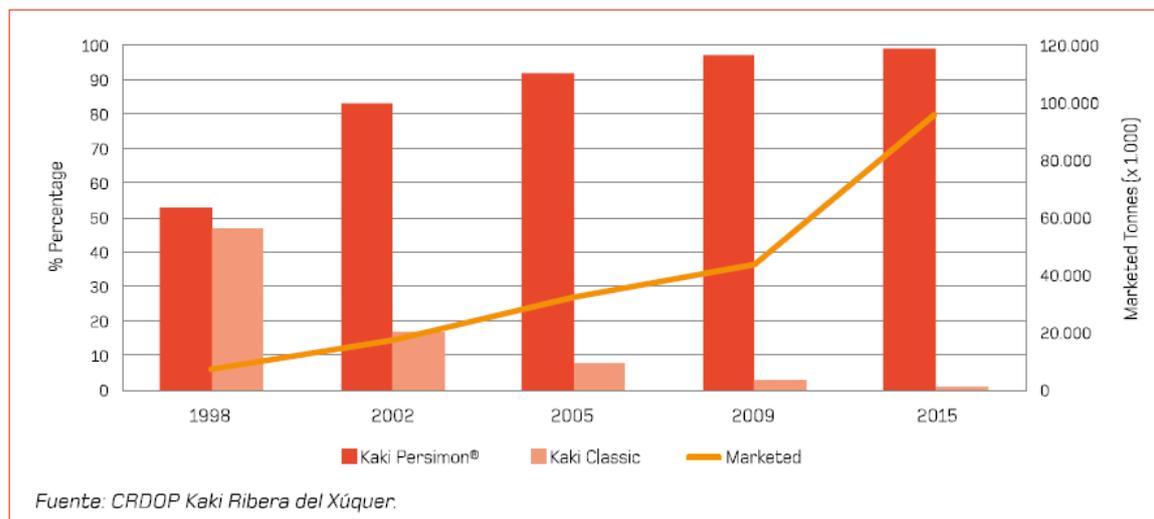


Figura 15. Evolución del consumo de caqui en España

Fuente: CRODP KAKI

4.1.3 Exportaciones de caqui español.

España es el líder en exportación de caqui a nivel mundial y representa el 45 % de las exportaciones mundiales de caqui, esto le hace tener una posición cada vez más sólida en los mercados internacionales.

En la Tabla 10 se observa los valores de exportación de caqui español en el periodo 2014 -2018, expreso en miles de dólares.

Tabla 10.

Exportaciones de españolas de caqui .

Año	Exportaciones de España (Miles de Dólares)	Exportaciones del Mundo (Miles de Dólares)	Participación %
2014	206.825	434.804	48%
2015	192.503	407.126	47%
2016	203.57	400.567	51%
2017	216.463	499.323	43%
2018	204.504	542.182	38%

Fuente: UN COMTRADE e del ITC.

En la figura 16 se observa las tendencias de las exportaciones a nivel mundial y la de España.

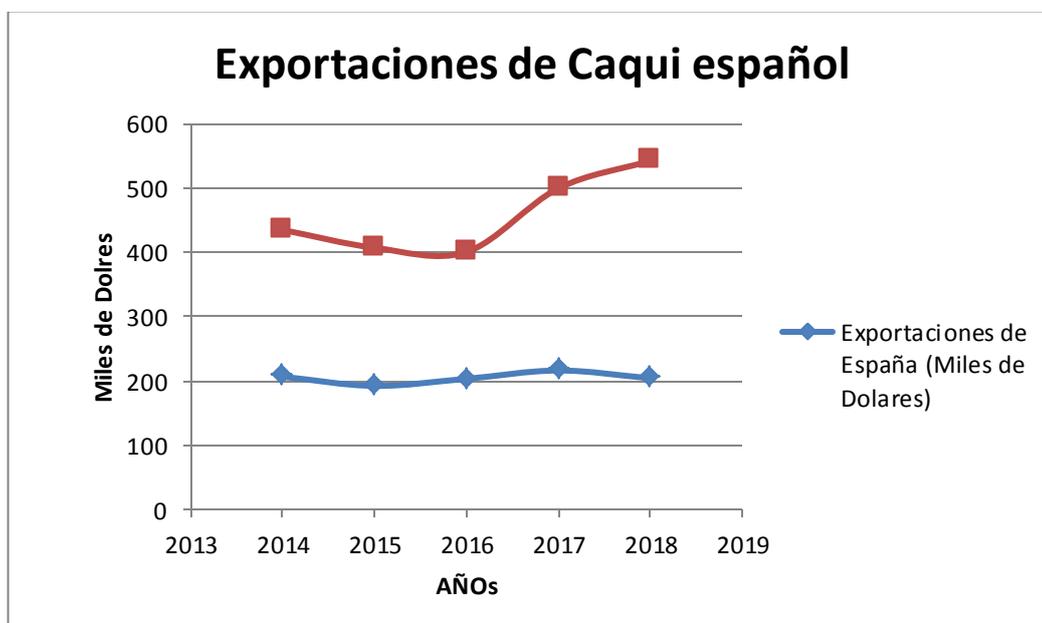


Figura 16. Exportaciones de caqui en España.

Fuente: UN COMTRADE e del ITC.

4.2 Análisis de la Oportunidad de Oferta

Para determinar si existe las oportunidades de oferta de caqui en el Perú, se desarrollaron 03 conceptos importantes, los cuales son: Producción nacional, Acuerdos comerciales, Requisitos fitosanitarios.

4.2.1 Producción Nacional

La producción nacional de caqui en Perú se da de forma local, alrededor del 90% de la producción es absorbida por el mercado interno.

Según investigaciones propias, se tiene actualmente alrededor de 130 hectáreas de caqui en producción repartidos en la costa peruana entre Ica y la Libertad (ver figura 17)

<u>VARIEDAD</u>	<u>REGION</u>	<u>HAS.</u>
ROJO BRILLANTE	LIMA	71.5
	TRUJILLO	2
	ANCASH	1
	ICA	5
	OTROS	30
FUKUDA	20 HAS.	
TOTAL	129.5	

Figura 17. Producción de caqui en Perú.

Fuente: Elaboración propia.



Figura 18. Plantaciones de Caqui en Ica.

Fuente: Elaboración propia



Figura 19. Plantaciones de Caqui en Pisco.

Fuente: Elaboración propia

Los meses de producción de caqui en la costa peruana se dan en los meses de marzo a junio, coincide con la ventana en contra-estación en donde España ya no tiene producción.

4.2.2 Acceso al mercado de España

Aunque existen muchas variedades de caqui, todas se incluyen en la misma partida arancelaria. Hasta 2012, el caqui no contaba con partida arancelaria propia, lo que dificulta mucho la búsqueda y el análisis estadísticos.

Desde que cuenta con partida arancelaria propia, que es la siguiente:

HS 0810.70 – Other fruit, fresh: persimmons

Antiguamente se incluía en una partida más genérica y mucho más amplia, por lo que resulta imposible utilizarla para este estudio:

HS 0810.90 – Other fruit, fresh: others

Actualmente el Perú cuenta con protocolo fitosanitarios para exportar Caqui a España, gracias a las gestiones realizadas por SENASA, organismo competente en regular las exportaciones de especies vegetales.

El único requisito que solicita España para que pueda ingresar el caqui de Perú es contar con un certificado fitosanitario emitido por SENASA. (Ver figura 20).

REQUISITO FITOSANITARIO DE EXPORTACION		
Producto	Nombre Científico	
CAQUI(=KAKI), fruto fresco	Diospyros kaki	
País Destino	País de Origen	
ESPAÑA	PERU (MULTIDEPARTAMENTAL)	
Uso o Destino	Tipo	Estado
COMERCIALIZACION, CONSUMO, MUESTRA EXPORTACION		AUTORIZADO
Requisito(s) fitosanitario(s)		
1. REQUISITOS GENERALES: Certificado Fitosanitario.		
2. PLAGAS REGULADAS:		
3. DECLARACIÓN ADICIONAL: Consignar el número de contenedor.		
4. TRATAMIENTO CUARENTENARIO: No requiere tratamiento.		
5. REQUISITOS DE ETIQUETADO: Ninguno.		
6. CONSIDERACIONES PARA LLENAR EL C.F.: Ninguno.		

Figura 20. Requisito fitosanitario para exportación de caqui a España.

Fuente: SENASA

El certificado fitosanitario es un requisito obligatorio para la comercialización de productos agrícolas, es emitidos por el SENASA, este documentos nos certifica que las plantas procesamiento y el producto agrícola han sido inspeccionados acorde con los protocolos pre establecidos por el mercado de destino.

4.3 Elaboración del Plan de acción.

Luego del análisis de que existe las oportunidades de demanda y las de oferta del caqui peruano para el mercado español, el equipo que lidero dentro de la gerencia de

Agroexportaciones de ADEX en donde laboro, se decide a realizar el primer Seminario: Oportunidades y Perspectivas del cultivo de Caqui en el Perú.

A continuación el modelo Canvas para el proyecto de caqui

<p>1.Socios Claves</p> <ul style="list-style-type: none"> - Empresas de transporte de carga internacional. -Pequeños y medianos productores. -Instituciones del estado como: MINAGRI, SENASA, MINCETUR, INIA, ETC. -Gremios del sector (ADEX, AGAP). -Proveedores de servicios de exportación. 	<p>2.Actividades Claves</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plan de posicionamiento del fruto en el mercado internacional a través de ferias especializadas. - Método y densidad de siembra. - Manejo post cosecha adecuado. - Continuidad de la producción en otros pisos altitudinales. - Producción en contra estación de los países productores (febrero a junio) 	<p>3.Propuesta de Valor</p> <p>Un proyecto para realizar una agremiación PRO CAQUI.</p> <p>El producto tiene calidad de exportación.</p> <p>Se lleva trazabilidad al producto por tanto más confianza y mejor precio</p>	<p>4.Relaciones con Clientes</p> <p>Informar a nuestros clientes de los beneficios del caqui.</p> <p>Despachar un producto de calidad, fresco, rico de sabor con beneficio para la salud.</p>	<p>5.Segmentos de Clientes</p> <p>El pilar central del modelo de negocio, es lograr obtener acuerdos de mercados, con centros de distribución como plazas de mercado, almacenes de cadena y centros de abastos internacionales.</p>
<p>8.Costos</p> <p>Costos logísticos Materia prima Costos de promoción Trabajadores</p>	<p>6.Recursos Claves</p> <p>Materia prima Maquinarias Empacadoras Talento Humano Infraestructura Tecnología</p>	<p>7.Canales</p> <p>Ferias Internacionales Distribuidores mayoristas Tiendas virtuales</p>	<p>9.Ingresos</p> <p>Transferencia interbancaria Efectivo Carta de crédito Factoring</p>	

Figura 21: Modelo CANVAS

Fuente: Elaboración propia

El seminario se desarrolló el día 11 y 12 de Abril del 2019. Las ponencias se realizaron en el auditorio de ADEX. El último día se realizó una visita de campo a las plantaciones en Cañete, Chincha y Pisco en donde se viene realizando la producción de caqui.

ADEX

1° SEMINARIO OPORTUNIDADES Y PERSPECTIVAS DEL CULTIVO DE CAQUI

11 ABRIL
 08:30 h - 12:30 h
 AUDITORIO ADEX



PROGRAMA:

08:30 a.m. - 9:00 a.m.	Registro
09:00 a.m. - 9:30 a.m.	Bienvenida <i>Presidente del Comité de Frutas y Hortalizas de ADEX</i>
09:30 a.m. - 9:40 a.m.	El caqui en el mundo <i>Dra. María Luisa Bardenes</i> <i>Investigadora del Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias - IVA</i>
09:40 a.m. - 10:10 a.m.	Manejo productivo del caqui en España <i>Ing. Enrique López</i> <i>Ingeniero técnico-agrícola, Valencia - España</i>
10:10 a.m. - 10:40 a.m.	Cosecha y poscosecha del caqui <i>Dra. María Luisa Bardenes</i> <i>Investigadora del Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias - IVA</i>
10:40 a.m. - 11:10 a.m.	Coffee break
11:10 a.m. - 11:40 a.m.	Mercado mundial del caqui variedad rojo brillante y su proyección futura <i>Florin-Jan van Os</i> <i>Accountmanager KakiFresh</i>
11:40 a.m. - 12:10 a.m.	Experiencias en el cultivo de caqui en el Perú <i>Juan Pablo Benito Meseth</i> <i>Gerente de Operaciones en Agroconversiones Valle y Pampa Perú S.A.</i>
12:10 a.m. - 12:30 a.m.	Rueda de preguntas
12:30 a.m. - 12:35 a.m.	Palabras de cierre <i>Presidente del Comité de Frutas y Hortalizas de ADEX</i>

DÍA DE CAMPO EN:

- **Fundo Fesano**
- *Cañete* -
- **Vivero PeruFruit**
- *Chincha* -
- **Valle y Pampa**
- *Pisco* -

Día: 12 Abril
Hora: 9 am
Punto de encuentro:
 Restaurant El Piloto
 (Antigua Carretera Panamericana Sur
 km 138 - Cañete)

* No habrá transporte, se requiere movilidad propia.

EVENTO GRATUITO* previa inscripción y confirmación del organizador PERUFRUT

* Cupos limitados

CON TACTO:

Viviana Noblecilla
vnoblecilla@adexperu.org.pe
 618 3333 ext. 4250

Juan Saavedra
jsaavedra@adexperu.org.pe
 618 3333 ext. 4202

Organiza **ADEX** | Apoyados **HillFresh** **KakiFresh** **PERU FRUT** | Media Partners **Peru 24/7** **RedAgrícola**

Figura 22. Programa del seminario internacional del caqui.

Además se contó con la presencia de reconocidos expositores internacionales y nacionales, que lograron cumplir con el objetivo de dar a conocer el desarrollo del caqui en el Perú, las tendencias en los mercados internacionales y las oportunidades de producción y comercialización en contra estación.

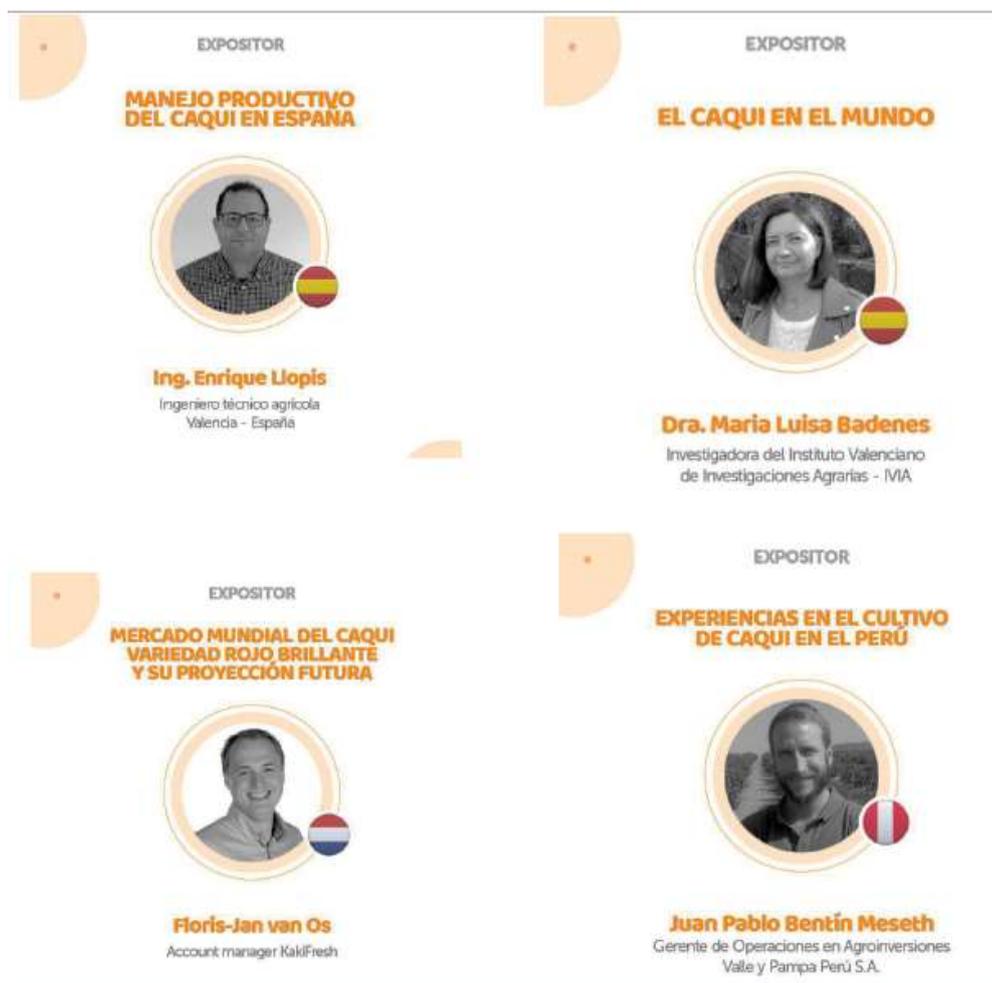


Figura 23. Expositores del seminario.

Para finalizar, el evento realizado contó con la presencia de reconocidas empresas agroexportadoras como Camposol, Viru, Valle y Pampa, Cerro Prieto, Agroindustrias AIB, entre otras.

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES

Se puede concluir que si existen las oportunidades de exportación de caqui peruano al mercado español.

De acuerdo a nuestros resultados en el presente trabajo se demuestra que las oportunidades de demanda de caqui por parte de España está constituido por el consumo de frutas y hortalizas, exportación de caqui y el PBI per cápita.

Se demuestra también según los resultados de la presente investigación que si existe la oportunidad de oferta del caqui peruano para el mercado español y que se demuestra por la producción nacional, acuerdos comerciales y requisitos fitosanitarios.

Para finalizar, es momento de reflexionar sobre los factores tanto internos como externos que pueden llevar al éxito comercial del caqui peruano al mercado de España.

De entre los factores internos, podemos mencionar:

- Actitud y voluntad innovadora de las empresas agroindustriales.
- Intercambio fluido de conocimientos entre el privado, la academia y público.
- Esfuerzo continuado en investigación y desarrollo tanto propia como ajena.
- Publicidad y promoción del producto.
- Generar estrategias conjuntas de producción, comercialización y postcosecha.

De entre los factores externos, tenemos:

- Las relaciones del mercado internacional con las instituciones públicas.
- La aceptación por parte del mercado por ser un producto novedoso, así como el crecimiento de la demanda del mismo.
- Empresas tecnológicas capaces de dar soluciones a las necesidades de las empresas peruanas.
- Apertura de nuevos mercados que demandan esta fruta como los países asiáticos.

CAPÍTULO 6. RECOMENDACIONES

De acuerdo a nuestro resultado, existe muchas oportunidades de replicar el éxito del arándano con el caqui en el Perú, es importante desarrollar mayores estudios a nivel agronómico y desarrollar producción en otras condiciones como los valles interandinos y la selva alta.

Los retos para el cultivo de caqui en el Perú, con vocación exportadora se presentan en dos panoramas importantes, los cuales son: encontrar variedades no astringentes mejor adaptadas a nuestras condiciones y se inicie un programa de mejora genética; segundo, seguir investigando en métodos de eliminación de astringencia para encontrar la más adecuada.

Seguir promoviendo el desarrollo de nuevos productos que generen alto valor a nuestras exportaciones, como el cerezo, nueces, pistachos, entre otros.

Continuar con los seminarios internacionales del caqui, para que productores y empresarios agroindustriales conozcan las oportunidades de producción y comercialización del caqui a los diferentes mercados internacionales.

Generar e incentivar el consumo interno del caqui, pues contiene un alto valor nutricional que favorece a nuestro organismo.

Desarrollar otros productos a partir del caqui con valor agregado como: concertados, jugos, mermeladas, concentrado, pulpas, etc. esto generaría mayores ingresos.

CAPITULO 7. REFERENCIAS BIBLIOGRAFIA

- Aliaga Morell, J.R. y Boix Gimeno, J. (2001). *Modificación de las fechas de oferta de caqui (diospyros kaki L.f.) en su repercusión sobre la calidad*. Fundación Caja Rural Valencia, DL 2001.
- Arnal, L., Vendrell, M. y Del Rio, M.A. (2002). "Effects of packing line operations on some quality attributes of persimmon fruit cv. Rojo Brillante". *Options mediterraneennes*. Serie A No. 51.
- Badenes Catala, M.L., Naval Merino, M., Martinez Calvo, J. y Giordani, E.(2015). "El cultivo del caqui antecedentes e importancia económica" en *El cultivo del caqui*, Badenes Catala, M.L., Intrigliolo Molina, D., Salvador Perez, A. y Vicent Civera, A. Valencia : Generalitat Valenciana.
- Bellini, E., Giordani, E. y Nin, S. (2008). "Evolution of persimmon cultivation and use in Italy". *Advances in Horticultural Science*. No. 4. 2008.
- Benedicto Gomez, J.L. (1986). *Comercialización y consumo del kaki en España*. Instituto Español de Investigaciones Agrarias, Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación.
- Carbo, A. y Vidal, O. (1976). *El caqui*. Hojas Divulgadoras del Ministerio de Agricultura. No. 7.
- Compés, R. (2017). *Cajamar Caja Rural, la banca agrícola inteligente del siglo XXI. Estudio de caso*. CAF Banco de Desarrollo de América Latina.
- Giordani, E.; Picardi, E. y Radice, S.(2015). "El cultivo del caqui antecedentes e importancia económica" en *El cultivo del caqui*, Badenes Catala, M.L., Intrigliolo Molina, D.; Salvador Perez, A. y Vicent Civera ,A. Valencia : Generalitat Valenciana.
- Hernández, R., Fernández, C., & Bautista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (4ta. Ed.). México: McGraw-Hill Interamericana
- Llanos, M. (1999). "La expansión comercial de los nuevos caquis". *Revista Vida Rural* No. 92.
- Malagon Cañizares, J. (2015). "Diseño y manejo de la plantación del caqui" en *El cultivo del caqui*, Badenes Catala, M.L., Intrigliolo Molina, D.; Salvador Perez, A. y Vicent Civera ,A. Valencia : Generalitat Valenciana.
- OrihueL Iranzo, B. (2006). *Daño por frío en el caqui cv. "Rojo Brillante", estrategias y tratamientos para su conservación frigorífica*. Tesis Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Perucho Mañez, R. (2016). "Futuro del Caqui: Mercado Interior y Exportaciones. Demanda consumidor "en *I Foro del Caqui Bayer*. Valencia 6 de abril de 2016.
- Yamada, M.; GIORDANI, E. and YONEMORI, K. (2012). "Persimmon". In: *Fruit breeding. Handbook of plant breeding*, Badenes, M.L; Byrne, D. Springer, New York. p. 663-693.

Yang, Y.; Ruan, X. and Wang, R. (2013). "Indigenous persimmon germplasm resources in China" en *Proceedings of the fifth international symposium on persimmon*, Luo, Z. and Zhang, Q. *Acta Horticulturae* n° 996.