

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ**

**FACTULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**



**ESTUDIO ESTRATÉGICO PARA LA PRODUCCIÓN DE ACEITE  
ESENCIAL DE MOLLE PARA EXPORTACIÓN A ESTADOS UNIDOS**

Trabajo de investigación para la obtención del grado de BACHILLER EN  
CIENCIAS CON MENCIÓN EN INGENIERÍA INDUSTRIAL

**AUTOR**

José Alonso Dávila Calderón

**ASESORA:**

Aguedita del Carmen Quiroz Fernández

Lima, Agosto, 2021

## RESUMEN

Durante el presente trabajo de investigación, se realizó un estudio estratégico para la producción y comercialización de aceite esencial de molle para el mercado de Estados Unidos; esto debido al gran valor que este tipo de esencias han obtenido para diferentes industrias en los últimos años, como por ejemplo en la industria de perfumes y cosmética, en donde el aceite esencial de molle es usado como un insumo para la elaboración de fragancias de alta calidad. Cabe señalar que en el Perú existen grandes extensiones de plantaciones de molle, muchas de ellas de manera silvestre y especialmente en las zonas andinas del país, por lo que el desarrollo de industrias a base de esta materia prima, permitirá el desarrollo de comunidades, empresas nacionales y sobretodo el de la economía del país.

En el primer capítulo, se desarrolló un análisis del macroentorno, considerando las variables políticas, económicas, tecnológicas, socioculturales y legales que afectan la producción y comercialización de aceite esencial de molle al extranjero; esto con la finalidad de comprender las fuerzas externas frente a las cuales no se puede llegar a tener control, y sacar una respectiva conclusión de los mismos.

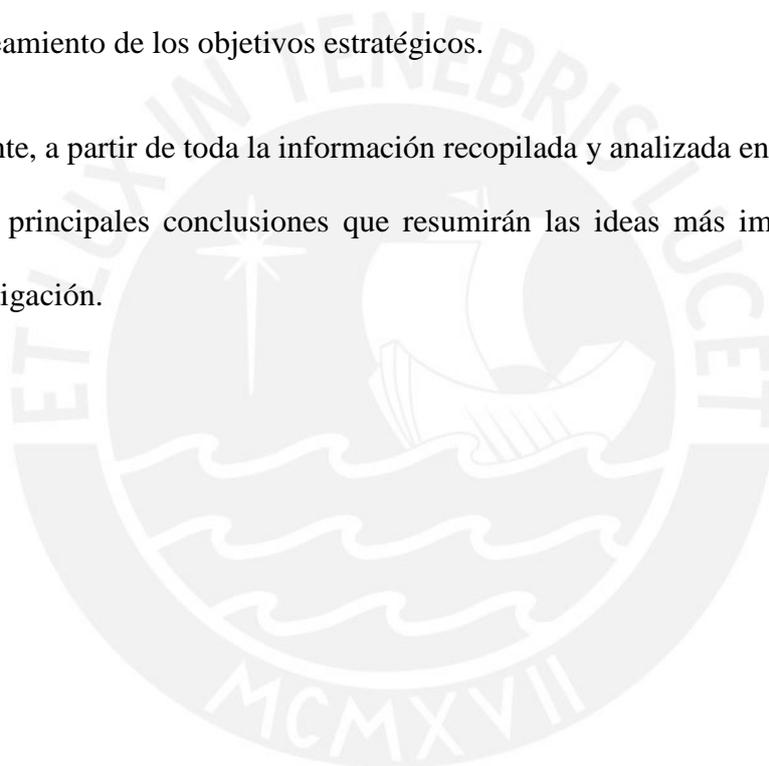
En el segundo capítulo, se realizó el análisis del microentorno, aplicando el modelo de las cinco fuerzas competitivas de Porter; esto con el objetivo de entender el comportamiento de los principales participantes en el mercado, especialmente de la competencia y los compradores. Es importante destacar, que a partir de esto se determinó que la estrategia competitiva más apropiada de una empresa para este tipo de negocio sería la de enfoque diferenciador.

En el tercer capítulo, se analizó de manera específica el sector de exportaciones a Estados Unidos de aceites esenciales a base de árboles forestales, rubro dentro del cual se

encuentran los aceites esenciales de molle. Para ello se consideraron los clientes, los productos sustitutos y/o complementarios, la evolución del mercado, los insumos y proveedores, las tecnologías de producción usadas, los canales de distribución utilizados y los principales competidores del mercado.

En el cuarto capítulo, a través de un análisis FODA, se identificó los factores externos e internos que afectan la exportación del aceite esencial de molle a Estados Unidos; a partir de ello, se desarrolló el plan estratégico de la empresa, definiendo la misión, visión, estrategias a considerar y lineamiento de los objetivos estratégicos.

Finalmente, a partir de toda la información recopilada y analizada en el capítulo cinco, se muestran las principales conclusiones que resumirán las ideas más importantes de este trabajo de investigación.

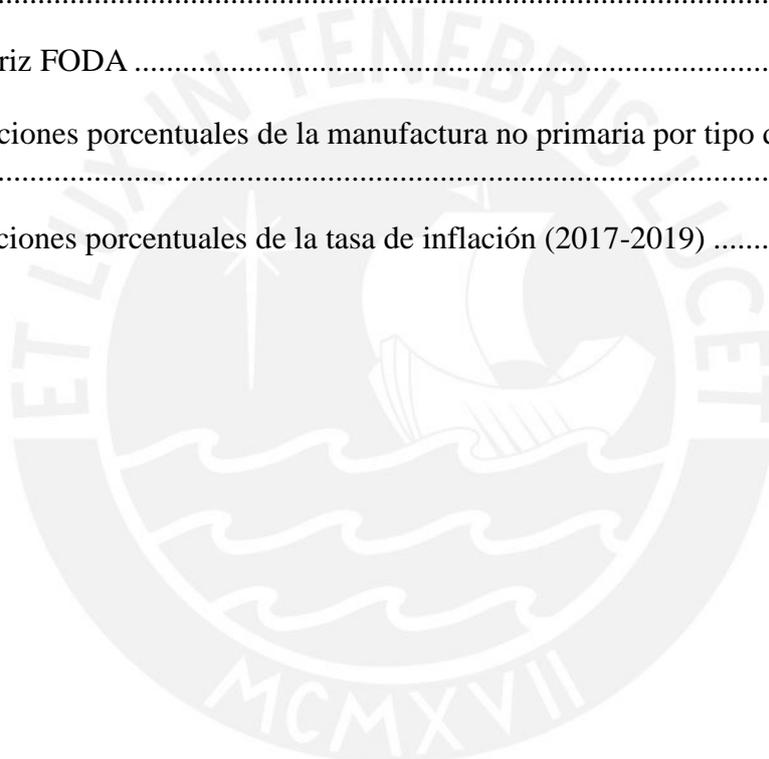


## ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS .....	iv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	v
ÍNDICE DE ANEXOS .....	vi
INTRODUCCIÓN .....	1
<b>1. Análisis del Macroentorno.....</b>	<b>2</b>
<b>1.1. Desarrollo de la incidencia de los factores.....</b>	<b>3</b>
<b>1.1.1. Factor Político .....</b>	<b>3</b>
<b>1.1.2. Factor Económico .....</b>	<b>7</b>
<b>1.1.3. Factor Tecnológico.....</b>	<b>18</b>
<b>1.1.4. Factor Legal.....</b>	<b>20</b>
<b>1.1.5. Factor sociocultural .....</b>	<b>22</b>
<b>1.2. Conclusiones del macro entorno .....</b>	<b>27</b>
<b>2. Análisis del Microentorno .....</b>	<b>29</b>
<b>2.1. Poder de negociación de los compradores.....</b>	<b>29</b>
<b>2.2. Poder de negociación de los proveedores .....</b>	<b>31</b>
<b>2.3. Amenaza de productos sustitutos.....</b>	<b>32</b>
<b>2.4. Amenaza de nuevos competidores.....</b>	<b>32</b>
<b>2.5. Rivalidad entre competidores existentes .....</b>	<b>33</b>
<b>2.6. Estrategia genérica competitiva .....</b>	<b>34</b>
<b>3. Análisis del sector de exportaciones de aceites esenciales de árboles forestales a Estados Unidos .....</b>	<b>36</b>
<b>3.1. Los clientes (Perfil del consumidor).....</b>	<b>36</b>
<b>3.2. Productos sustitutos/complementarios .....</b>	<b>37</b>
<b>3.3. Evolución del mercado (estadísticas) .....</b>	<b>38</b>
<b>3.4. Insumos y proveedores .....</b>	<b>39</b>
<b>3.5. Tecnologías de producción utilizadas .....</b>	<b>40</b>
<b>3.6. Canales de distribución utilizados.....</b>	<b>41</b>
<b>3.7. Principales participantes en el mercado (competidores) .....</b>	<b>42</b>
<b>4. Planeamiento estratégico .....</b>	<b>43</b>
<b>4.1. Visión .....</b>	<b>43</b>
<b>4.2. Misión .....</b>	<b>43</b>
<b>4.3. Análisis FODA .....</b>	<b>43</b>
<b>4.4. Objetivos estratégicos.....</b>	<b>45</b>
<b>5. Conclusiones .....</b>	<b>47</b>
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	49
ANEXOS .....	56

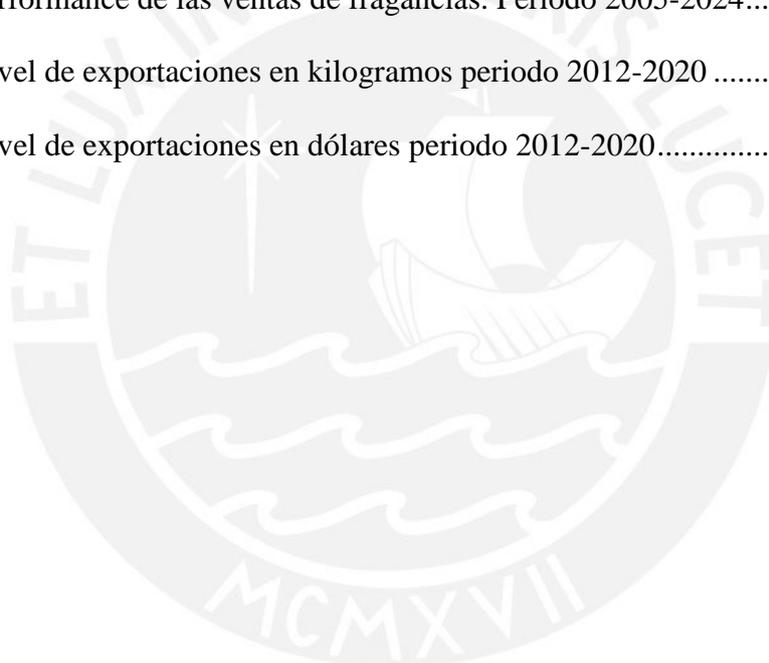
## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°01: Producto Bruto Interno por tipo de gasto .....	9
Tabla N°02: PBI por sectores económicos .....	9
Tabla N°03: Calificaciones de riesgo dentro de la región para deuda a largo plazo en moneda extranjera .....	13
Tabla N°04: Calificaciones de riesgo dentro de la región para deuda a largo plazo en moneda local .....	13
Tabla N°05: Valor de exportaciones por sectores económicos (Valor FOB en millones de US\$) .....	15
Tabla N°06: Matriz FODA .....	44
Tabla A1: Variaciones porcentuales de la manufactura no primaria por tipo de bienes (2017-2019).....	56
Tabla B1: Variaciones porcentuales de la tasa de inflación (2017-2019) .....	57



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°01: Inflación .....	10
Figura N°02: Indicadores de riesgo país para países emergentes:EMBIG (Ene 2020-Feb 2021) .....	11
Figura N°03: Precio del cobre por tonelada métrica 2011 y 2021.....	16
Figura N°04: Conflictos sociales según tipo, febrero 2021 .....	23
Figura N°05: Conflictos socioambientales por actividad, febrero 2021 .....	24
Figura N°06: Ventas de fragancias en millones de USD.Periodo 2005-2024 .....	25
Figura N°07: Performance de las ventas de fragancias. Periodo 2005-2024.....	25
Figura N°08: Nivel de exportaciones en kilogramos periodo 2012-2020 .....	38
Figura N°09: Nivel de exportaciones en dólares periodo 2012-2020.....	38



## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A: Crecimiento de la manufactura no primaria por tipo de bienes .....	56
Anexo B: Inflación.....	57
Anexo C: Entrevista a Ingeniero forestal Eloy Cuellar .....	58



## INTRODUCCIÓN

El Perú es conocido y valorado a nivel mundial por su diversidad geográfica, la variedad de su fauna y gran cantidad de especies de flora a lo largo de su territorio, lo que favorece la existencia también de minerales apreciados en todo el mundo; gracias a ello el Perú se ha posicionado como un país capaz de satisfacer su demanda interna de diferentes productos; así se ha convertido en exportador de recursos a todo el mundo, esto le ha posibilitado lograr alianzas comerciales con muchos países de la región, y de los demás continentes, destacando Estados Unidos. En los últimos años cierto tipos de recursos se encuentran abriendo mercado en Estados Unidos, muchos de ellos ya están siendo exportados de manera procesada, favoreciendo así la industria peruana y su respectivo desarrollo. Dentro de estos se encuentran el aceite esencial extraído de molle. Esta especie es un árbol de mediano tamaño, entre 3 a 5 metros de altura, con hojas de aproximadamente 25 centímetros y frutos globosos y rojizos de 4 a 5 milímetros de diámetro. Su producción se encuentra distribuida en el territorio nacional principalmente en las regiones de Apurímac, Ayacucho, Áncash, Arequipa, Cajamarca, Cusco, Huancavelica, Huánuco, La Libertad, Lima, Pasco y Tacna (Reynel y Marcelo, 2009).

El aceite esencial extraído de esta planta es usado primordialmente en el sector cosmético, sobre todo como ingrediente para la elaboración de perfumes y lociones de primera calidad, puesto que posee una gran capacidad aromatizante (López y Caso, 2015).

En este sentido, el presente trabajo de investigación identifica la oportunidad de que una empresa peruana exporte este tipo de aceites al mercado estadounidense y realiza un estudio estratégico para la producción y comercialización de este insumo a Estados Unidos. Cabe señalar que este estudio será de gran utilidad para conocer el contexto actual en el que se desarrollaría una nueva empresa dentro del sector de exportaciones.

## 1. Análisis del Macroentorno

El análisis del macroentorno tiene como objetivo mostrar la situación actual tanto del país, así como del exterior. Otra finalidad es mostrar de manera clara el contexto en el que operará una empresa; entre los más relevantes para este estudio se encuentran los factores políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos y legales.

El factor político es clave, ya que este es aquel que genera la confianza y garantiza que los intereses tanto de los inversionistas como empresarios se mantendrán protegidos. En el caso de la exportación de aceite esencial de molle, este factor cobra mayor relevancia, puesto que el comercio exterior está basado principalmente entre las relaciones de los países y los regímenes impuestos por cada nación; por otro lado, el factor económico es importante, puesto que analiza al país en términos de cifras y permite conocer la importancia del sector manufacturero y las exportaciones, los cuales guardan gran relación con el producto de estudio. También, el factor tecnológico es relevante para conocer sobre los avances tecnológicos enfocados en la mejora de procesos del sector, así como da a conocer que entidades dentro de una nación impulsan la mejora de procesos, búsqueda de nuevos descubrimientos y el fortalecimiento de industrias nuevas dentro de un país, como es el caso de los aceites esenciales en el Perú. Adicionalmente, el factor sociocultural, resulta valioso, pues permite conocer las tendencias de consumo de fragancias, así como el panorama social en el cual va estar inmerso las operaciones de la empresa exportadora y que puede tener efecto en su relación con los diferentes participantes del negocio. Finalmente, el factor legal es importante, ya que permite estudiar normas y leyes vigentes que regirán durante la operatividad del negocio, las cuales pueden ser una oportunidad de crecimiento para la empresa, así como su incumplimiento pueden traer consigo graves consecuencias tanto a la producción como a las ganancias.

## **1.1. Desarrollo de la incidencia de los factores**

A continuación, se muestra el análisis detallado de los factores considerados como relevantes en el presente estudio:

### **1.1.1. Factor Político**

Para iniciar cualquier tipo de negocio, más aún uno de carácter exportador, el análisis correcto del entorno político resulta de vital importancia para garantizar un crecimiento del mismo. Dentro de los aspectos relevantes a considerar se encuentran la política de comercio exterior empleada por el gobierno de turno, la fortaleza institucional de las entidades del estado, las relaciones diplomáticas bilaterales con otros países del mundo y la estabilidad política del país.

- Política exterior

En el Perú el manejo de la política comercial exterior recae principalmente sobre el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). Esta entidad realiza las negociaciones comerciales internacionales cumpliendo con las normas de la Organización Mundial de Comercio (OMC) y en base a las políticas macroeconómicas del gobierno de turno (MINCETUR, 2013). Es importante señalar que el Perú forma parte de la Organización Mundial de Comercio (OMC), la cual es una organización internacional cuyos objetivos principales es elaborar y velar por el marco jurídico que rige el comercio entre todos los países miembros, solucionar diferencias entre los miembros y garantizar que los intercambios comerciales se realicen de manera rápida, libre, transparente y previsible. (OMC, 2020). En octubre del 2019, el Perú recibió un reconocimiento de la OMC por su política comercial aplicada entre el 2013 y 2018; esto gracias a su agenda activa de negociaciones comerciales internacionales, el desarrollo de una oferta diferenciadora, el fortalecimiento de la promoción

comercial, búsqueda de reducción de costos logísticos para el comercio exterior, alcanzar una mayor descentralización interna y asegurar el desarrollo exportador en zonas rurales y urbanas del Perú (MINCETUR,2019).

En relación a lo antes mencionado, el MINCETUR ha fortalecido el Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX), cuya finalidad de su creación fue convertir al Perú en un país exportador de bienes y servicios, caracterizado por su alta competitividad, diversificación y por el valor agregado que brinda a sus clientes internacionales, logrando de esa manera incrementar sostenidamente el nivel de las exportaciones y mejorar la imagen del Perú como nación exportadora (MINCETUR, 2013). Actualmente, las exportaciones se han convertido en uno de los principales motores de la economía peruana, es por ello que el estado ha desarrollado un PENX en miras al 2025, el cual tiene como pilares la internacionalización de la empresa peruana, desarrollar una oferta exportadora diversificada, competitiva y sostenible, facilitar el comercio exterior, mejorar la eficiencia de la cadena logística internacional, y generar las capacidades para la internacionalización, consolidando de esa manera la cultura exportadora en el país (MINCETUR,2020).

- Fortaleza de las instituciones estatales

Un gran problema que sigue afectando históricamente al Perú como a América Latina es la debilidad de las instituciones del estado. Esto ha afectado negativamente el desempeño económico de los países, la calidad de la democracia, la vitalidad del estado de derecho y la distribución social del ingreso (Brinks y otros, 2019). En base a esto es necesario reconocer la importancia de las instituciones, pues son estas las que determinan los parámetros que deben cumplir las personas, comunidades, empresas, entre otros entes, de tal manera de evitar problemas que impidan la armonía de una sociedad. Para el sector empresarial, unas instituciones estatales con fortaleza, garantizan mantener las reglas de juego claras desde un

inicio hasta el final de las operaciones, evitando generar consecuencias negativas en la rentabilidad de los negocios y sus inversiones respectivas; así como el desencadenamiento de conflictos sociales con centros poblados aledaños al centro de operaciones de una empresa, o inclusive el mismo personal que labora en una compañía; sin embargo, el estado peruano no ha logrado alcanzar dicha fortaleza institucional, producto de formas de gobierno autoritarias y populistas, desprotegiendo así de manera efectiva los derechos individuales de sus habitantes (Rodríguez, 2011). Esta poca institucionalidad se ha traducido en todos los niveles del gobierno, desde los tres principales poderes del estado, hasta gobiernos regionales y municipios, caracterizándose estos últimos en su mayoría por su ineficiencia en la gestión de recursos, alto grado de corrupción, falta de autoridad y falta de conocimiento sobre temas técnicos, financieros, sociales, legales y empresariales. Según Paula Muñoz, catedrática de la Universidad del Pacífico (UP), señala que la debilidad de gestión en las municipalidades y gobiernos regionales, se deben a que el sistema carece de un órgano de control por parte del Ejecutivo (Gestión, 2014). En cuanto al sistema judicial del Perú, este no funciona de manera apropiada, promoviendo de esa manera la inseguridad jurídica, ya que los procesos judiciales son de alto costo y de avance lento, las decisiones judiciales son ambiguas, existe influencia política, está rodeado de una corrupción generalizada y el acceso a la justicia no es equitativo para todos (Rodríguez, 2011). Es importante destacar que algunas instituciones estatales como el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) y el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) han logrado fortalecerse durante los últimos años. Cynthia Sanborn, directora del centro de investigación de la UP, señala que el fortalecimiento del MEF, así como el BCRP se debe a que ambas instituciones al estar orientadas a las relaciones externas de un país, son sólidas, legítimas, funcionan y tienen continuidad en el tiempo (Gestión, 2014).

- Relaciones diplomáticas bilaterales

En relación a las relaciones diplomáticas bilaterales con otros países, el Perú gracias al MINCETUR y el Ministerio de Relaciones Exteriores (MRE) ha logrado mantener buenas relaciones diplomáticas y pactar acuerdos con diferentes naciones, debido a que ha mantenido su neutralidad ante cualquier conflicto externo y las políticas comerciales exteriores de libre mercado tanto del actual gobierno, así como de los otros tres regímenes anteriores a este. Dentro de los objetivos básicos a cumplir por parte del MRE se destacan promover y respetar tanto los derechos humanos como los valores de la democracia, promover un clima de paz y seguridad a nivel mundial, respetar la soberanía de los estados y el principio de no intervención, participar activamente en procesos de integración políticas, social, económica y física fomentado el proceso de globalización, y sobre todo fomentar una diplomacia que promueve y defiende los intereses del estado, protege a las empresas peruanas en el exterior y sirve como un instrumento de desarrollo para captar inversiones extranjeras, buscar una cooperación internacional y lograr una expansión comercial (MRE, 2016). Por otra parte, el gobierno peruano en los últimos años ha favorecido las exportaciones a través de políticas comerciales exteriores óptimas y de Tratados de Libre Comercio (TLC) con importantes bloques comerciales, como lo son Estados Unidos y la Unión Europea (UE), entidad a la que pertenece Francia.

- Estabilidad política

Actualmente el Perú atraviesa por una inestabilidad política que no se veía hace 20 años tras la caída del gobierno de Alberto Fujimori; dentro de las razones principales de esta crisis se encuentra el descrédito de los partidos políticos, la enorme crisis de representatividad de los partidos políticos, los casos de corrupción relacionados a Odebrecht y la fragmentación de partidos (BBC, 2020). Entre el 2016 y el 2021, el estado peruano ha contado con cuatro

presidentes, dos procesos de vacancia efectivos y una disolución del congreso. El presidente actual del Perú es Francisco Sagasti, el cual es la cabeza de este gobierno de transición y fue elegido por el congreso de la república tras la vacancia del ex presidente Martín Vizcarra y la renuncia de Manuel Merino; por otro lado, el Perú se encuentra inmerso en nuevo proceso electoral que decidirá los futuros gobernantes del país tanto del ejecutivo como legislativo para el periodo comprendido entre 2021 y 2026; según Rosa María Palacios, importante abogada, periodista y docente de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), señala que tanto la pandemia, la crisis económica de muchas familias en el Perú y la permanente inestabilidad política, han generado que la población no se encuentre tan entusiasmada con este proceso electoral; además, señala que aquel candidato que logre pasar el 10% de los votos emitidos, prácticamente se encontrará en segunda vuelta electoral. Para finalizar, indica que el posible nuevo presidente del Perú tendrá un panorama complicado para sobrevivir en su cargo, pues el congreso que aparentemente será electo, tiene muchas similitudes con el congreso que vacó al expresidente Martín Vizcarra sin ninguna justificación de peso, por lo que el proceso de vacancia por parte del parlamento estará latente, causando con ello que en uno a dos años la población este discutiendo unas nuevas elecciones generales (La República, 2021).

### **1.1.2. Factor Económico**

El análisis del factor económico se realizará en base a cinco variables que permiten entender el contexto de la economía del país y del sector en estudio. Una de las variables es el Producto Bruto Interno (PBI), el cual según el Instituto Peruano de Economía (IPE) es el valor en términos monetarios de los bienes y servicios producidos durante una escala de tiempo determinada y en un espacio geográfico (IPE, 2007); cabe señalar que en el Perú el PBI es calculado a partir del método de valor agregado, el cual utiliza la suma de la producción de

diferentes sectores de la economía sustrayendo el valor de los bienes empleados (MEF, 2020). La otra variable es la inflación, que representa el cambio en el nivel de precios de los productos en comparación a periodos de tiempo pasados (MEF, 2020). La tercera variable es el riesgo país, en la cual muchos inversionistas extranjeros ponen su atención para invertir en el país. La cuarta variable es el precio de los metales, puesto que el Perú es un país cuya principal actividad económica es la minería, por lo que su economía es dependiente en su mayoría de este sector. Y la última variable es el impacto COVID-19 tanto a la economía nacional como mundial y las respectivas expectativas que se tienen a futuro. A continuación, se presenta el análisis correspondiente a cada una de las variables antes mencionadas.

- Análisis del PBI

Para un correcto estudio del PBI, resulta necesario recurrir a información confiable como la proporcionada por el BCRP, entidad que, a través de su Memoria Anual, registra y resume el balance económico de cada año; según la Memoria 2019, señala que durante este año el PBI creció en un 2,3% en comparación al año anterior; sin embargo, esta cifra termina siendo inferior al crecimiento del periodo pasado, el cual fue de 4,2% (BCRP, 2019). La Tabla N°01 demuestra que este crecimiento inferior se debió a un menor dinamismo de la demanda interna respecto al año previo, así como a un menor incremento de las exportaciones. Esto último se debió a una caída de las exportaciones tradicionales asociado al sector minero (menor producción de oro y plata) y pesca (menor captura de anchoveta), y a un crecimiento moderado de las exportaciones no tradicionales reflejado por la caída de las exportaciones textiles y crecimiento inferior al de años anteriores de productos agropecuarios y químicos (BCRP, 2019).

En relación al sector manufacturero no primario en el que se encuentra la industria química, relacionado al producto en estudio como lo es el aceite esencial de molle, se observa

en la Tabla N°02 que este sector en el año 2019 ha presentado un crecimiento inferior a la de años anteriores, siendo este del 1,2% mientras que en el 2018 fue de 3,4%.

Dentro de este sector, los aceites esenciales se encuentran relacionados a la rama de insumos, la cual en el año 2019 creció 1% gracias a una producción mayor de plásticos, harina de trigo, alimento para animales, plaguicidas y madera procesada. Este crecimiento fue inferior a la del periodo anterior, puesto que la demanda de periódicos se redujo, generando de esta manera una fuerte caída de las actividades de impresión; cabe señalar que la subrama que abarca los explosivos y esencias naturales y químicas se contrajo en un 4,7%, una cifra desalentadora si se tiene en cuenta que, en el periodo anterior, esta subrama creció en un 10,3% (BCRP, 2019) (ver Anexo A).

Tabla N°01: Producto Bruto Interno por tipo de gasto

PRODUCTO BRUTO INTERNO POR TIPO DE GASTO (Variaciones porcentuales reales)				
	2017	2018	2019	Promedio 2010-2019
<b>Demanda Interna</b>	<b>1,5</b>	<b>4,2</b>	<b>2,3</b>	<b>5,1</b>
a. Consumo privado	2,6	3,8	3,0	5,1
b. Consumo público	0,6	0,1	2,1	4,3
c. Inversión bruta fija	-0,2	4,7	2,9	4,9
- Privada	0,2	4,5	4,0	5,6
- Pública	-1,8	5,6	-1,4	2,7
Variación de existencias (contribución %)	-0,3	0,5	-0,5	0,1
Exportaciones	7,4	2,4	0,8	3,7
Menos:				
Importaciones	3,9	3,2	1,2	6,0
<b>Producto Bruto Interno</b>	<b>2,5</b>	<b>4,0</b>	<b>2,2</b>	<b>4,5</b>
Nota:				
Gasto público total	-0,1	1,6	1,0	3,8

Fuente: (BCRP 2019, cuadro 1)

Tabla N°02: PBI por sectores económicos

PBI POR SECTORES ECONÓMICOS (Variaciones porcentuales reales)					
	2017	2018	2019	Promedio 2010-2019	Contribución % al crecimiento de 2019
<b>PBI Primario</b>	<b>3,0</b>	<b>3,6</b>	<b>-1,3</b>	<b>3,3</b>	<b>-0,3</b>
Agropecuaria	2,8	7,8	3,2	3,8	0,2
Pesca	4,7	47,7	-25,9	-1,1	-0,1
Minería metálica	4,5	-1,7	-0,8	3,6	-0,1
Hidrocarburos	-2,4	0,0	4,6	1,5	0,1
Manufactura	1,6	12,9	-8,8	2,6	-0,3
<b>PBI No Primario</b>	<b>2,3</b>	<b>4,1</b>	<b>3,2</b>	<b>4,8</b>	<b>2,5</b>
Manufactura	-0,9	3,4	1,2	2,2	0,1
Electricidad y agua	1,1	4,4	3,9	5,4	0,1
Construcción	2,1	5,3	1,5	4,6	0,1
Comercio	1,0	2,6	3,0	5,1	0,3
Servicios	3,3	4,4	3,8	5,3	1,9
<b>Producto Bruto Interno</b>	<b>2,5</b>	<b>4,0</b>	<b>2,2</b>	<b>4,5</b>	<b>2,2</b>

Fuente: (BCRP 2019, cuadro 4)

- Análisis de la inflación

En el 2019 la inflación anual en el Perú tuvo una variación 1,88 % con respecto al año anterior, esta cifra obtenida represento un resultado inferior a la del 2018, la cual rondaba una variación de 2,49% (BCRP,2019). Ambas cifras antes presentadas se mantuvieron dentro del rango meta que mantiene el BCRP, el cual abarca el intervalo entre el 1% al 3%,según la Figura N°01, se muestra que desde inicios de siglo hasta el año pasado el Perú ha presentado una inflación promedio del 2,6%, cumpliendo de esa manera con los lineamientos esperados por el BCRP; cabe señalar que la inflación anual es medida por la variación del índice de precios al consumidor (IPC) (BCRP, 2019). En el caso de los aceites esenciales, estos se encuentran en el rubro de bienes y sub rubro de resto industriales, presentando un IPC promedio entre el 2002 a 2019 de 1,81%, lo cual demuestra que en lo que va del siglo los resultados no han superado los límites de control implantados por el BCRP (ver Anexo B).



Figura N°01: Inflación  
Fuente: (BCRP, gráfico 46)

- Riesgo país

Otro indicador macroeconómico importante a considerar antes de realizar cualquier inversión en alguna nación emergente es el riesgo país, el cual según el BCRP mide la probabilidad de que un país incumpla con sus compromisos financieros relacionados a su deuda

externa durante un plazo previamente acordado y debido a factores que van más allá de los riesgos inherentes de un préstamo (BCRP, 2011). Según Andrés Cardenal, este riesgo se calcula de manera aproximada considerando la diferencia entre la tasa de interés que un país paga a otro por la emisión de un bono soberano y la tasa de interés que el tesoro de Estados Unidos paga por sus bonos emitidos durante un mismo plazo, el cual por lo general es a 10 años (América economía, 2018) ;cabe señalar que los bonos emitidos por este país norteamericano se consideran de libre riesgo, puesto que Estados Unidos posee la mayor solvencia a nivel mundial. Esta diferencia se mide a través del índice de riesgo para países emergentes (EMBI+), el cual es calculado por el BCRP de manera mensual. A continuación, el detalle del riesgo país durante el año 2020 y el primer bimestre del año 2021

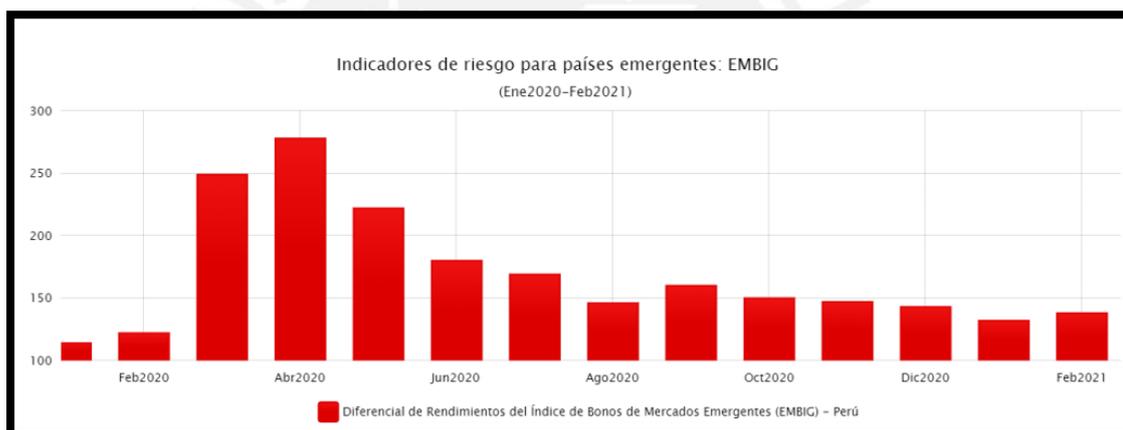


Figura N°02: Indicadores de riesgo para países emergentes: EMBIG (Ene2020-Feb2021)  
Fuente: (BCRP, gráfico 01)

En la Figura N°02 se observa que el EMBI+ del Perú ha estado por debajo de 300 e incluso durante los últimos meses del 2020 y los primeros meses del 2021 ha estado por debajo de 150, lo cual demuestra que el país a pesar de ser una de las naciones más perjudicadas por la pandemia COVID-19, sus tasas de interés no han diferido en demasía a la de los bonos soberanos americanos, los cuales son representados por el número 100. En el Perú, el riesgo país se incrementa debido a tres principales factores. En primer lugar, por la evolución de variables macroeconómicas como la inflación, déficit fiscal, nivel de actividad económica,

nivel de reservas internacionales netas, la tasa internacional, etc.; en segundo lugar, por la situación política del país y la incertidumbre relacionada a esta que pueda existir; y, en tercer lugar, se incrementa debido a los posibles riesgos existentes en países de la región (MEF, 2021). En base a esto, el bajo riesgo que mantiene el país se debe principalmente a las correctas políticas macroeconómicas que viene manteniendo el BCRP, apoyado por los gobiernos de turno; así como el buen desempeño de las actividades económicas importantes del país como lo son la minería, la pesca y la agro exportación, las cuales se han mantenido activas y con importantes ganancias durante este periodo de pandemia. Es importante señalar que el Perú se encuentra inmerso en nuevo proceso electoral como se mencionó anteriormente, el cual podría llegar a tener incidencia en los valores del riesgo país para la segunda mitad del 2021 y el 2022, debido a la incertidumbre que genera un nuevo mandato, en cuanto a su política económica que empleara para el país.

En cuanto a las instituciones que realizan mediciones sobre el riesgo país y asignan una calificación respectiva a cada nación, Andrés Cardenal señala que las más utilizadas son las elaboradas por Moody's, Standard & Poor's (S & P) y Fitch (América economía, 2018). En base a esto, a continuación, se muestra la calificación obtenida por el Perú en enero 2021, según las diferentes instituciones y ya sea para moneda extranjera y local, los cuales se denotan en la Tabla N°03 y Tabla N°04 respectivamente.

Según estas tablas se observa que el Perú se encuentra como el segundo país mejor calificado de la región detrás de Chile.;cabe señalar que, de acuerdo a la calificación obtenida en cada institución, el Perú se encuentra dentro de los países con grado de inversión, lo cual implica que cualquier banco peruano puede pedir préstamos a cualquier banco extranjero a un costo menor, por lo que podría inyectar dinero extranjero con mayor facilidad al país. Además, con la obtención de este grado, permite generar confianza en los extranjeros para que realicen sus inversiones en el país, sin temor a no obtener la rentabilidad esperada para sus proyectos.

Tabla N°03: Calificaciones de riesgo dentro de la región para deuda a largo plazo en moneda extranjera

	Moody's	S&P	Fitch	DBRS
Chile	A1	A+	A	
Perú	A3	BBB+	BBB+	
México	A3	BBB+	BBB	BBBH
Panamá	Baa1	BBB+	BBB	
Aruba		BBB+	BBB-	
Uruguay	Baa2	BBB	BBB-	BBBL
Colombia	Baa2	BBB-	BBB	BBB
Brasil	Ba2	BB-	BB-	BBL
Bolivia	Ba3 *-	BB-	B+	
Costa Rica	B1	B+		
Nicaragua	B2	B-	B-	
Ecuador	B3	B-	B-	
El Salvador	B3	B-	B-	
Argentina	Caa2 *-	CCC-	CC	SD
Venezuela	C	SD	WD	

Fuente: (BCRP, Tabla N°01)

Tabla N°04: Calificaciones de riesgo dentro de la región para deuda a largo plazo en moneda local

	Moody's	S&P	Fitch	DBRS
Chile	A1	AA-	A+	
Perú	A3	A-	A-	
México	A3	A-	BBB	BBBH
Panamá		BBB+	BBB	
Aruba		BBB+	BBB-	
Uruguay	Baa2	BBB	BBB-	BBBL
Colombia	Baa2	BBB	BBB	BBB
Brasil	Ba2	BB-	BB-	BBL
Bolivia	Ba3 *-	BB-	B+	
Costa Rica	B1	B+	B+	
Nicaragua	B2	B-	B-	
Ecuador		B-	B-	
El Salvador		B-	B-	
Argentina	Caa2 *-	SD	CC	CC
Venezuela	C	CCC-	WD	

Fuente: (BCRP, Tabla N°02)

- Precio de los metales

Según el ingeniero industrial Luis Baba Nakao, especialista en temas de inversión y perspectivas económicas, señaló en su conferencia “Perspectivas Económicas y Financieras: ¿Qué podemos esperar del 2021?” realizada para el Patronato de la Universidad de Ingeniería (PROUNI) en enero de 2021 que la variable que mejor relaciona el comportamiento de la economía del Perú es el precio de los metales (PROUNI, 2021). Esto debido a que el Perú es

un país principalmente minero, puesto que el gran porcentaje del PBI nacional es aportado por este sector, gracias a su alta producción de oro, plata, cobre, zinc, hierro, molibdeno, entre otros. En base a esto, es importante destacar que el incremento en los precios de los metales, está reactivando la economía peruana en miras a alcanzar niveles pre-covid. Actualmente, el precio del cobre ha ido incrementándose a nivel mundial, más que todo por una recuperación de la economía mundial, la cual se ha reflejado en el consumo de cobre, importante mineral para el desarrollo de infraestructura y cambio del parque automotor de combustibles fósiles a eléctrico (Revista Rumbo Minero, 2021). Otro factor importante que explica el aumento del valor del cobre, es el crecimiento de la demanda de este mineral por parte de China, nación que gracias al previsto crecimiento del PBI de China en un 8% para el 2021, así como ser la única economía que no se contrajo durante el 2020 (crecimiento del 2% de su PBI), se encuentra invirtiendo en la reactivación rápida de su economía, específicamente en mejorar la infraestructura de su propio país (El Peruano, 2021).

Cabe señalar que el cobre en el año 2020 representó el 30% de las exportaciones totales del Perú al mundo, tal como se observa en la Tabla N°05 manteniéndose de esa manera como el principal producto de exportación del país (Ministerio de Energía y Minas, 2021). Además, el Perú es el segundo productor de cobre en el mundo, lo cual lo coloca en una posición privilegiada frente a otros competidores; según el Dr. Miguel Cardozo, vicepresidente del Instituto de Ingenieros de Minas del Perú (IIMP), señala que, en los últimos 5 años, el Perú ha duplicado su producción de cobre pasando de 1,2 a 2,4 millones de toneladas de cobre fino, gracias a la puesta en marcha de proyectos mineros como Las Bambas, Constancia y la ampliación de Cerro Verde, a su vez señala que, si en el país se generan las condiciones para cristalizar ciertos proyectos mineros, tranquilamente se podría sobrepasar la producción de 5 millones de toneladas de cobre fino en el año 2035 (IIMP, 2021).

Tabla N°05: Valor de exportaciones por sectores económicos (Valor FOB en millones de US\$)

*Valor de exportaciones por sectores económicos  
(Valor FOB en millones de US\$)*

Descripción	Diciembre			Enero-Diciembre			
	2019	2020	Var. %	2019	2020	Var.%	Part.%
<b>I. Productos tradicionales</b>	<b>3,236</b>	<b>3,312</b>	<b>2.4%</b>	<b>33,751</b>	<b>29,405</b>	<b>-12.9%</b>	<b>69.3%</b>
a) Minero metálicos	2,753	2,920	6.1%	28,074	25,774	-8.2%	60.8%
Cobre	1,628	1,450	-11.0%	13,893	12,742	-8.3%	30.0%
Estaño	33	39	17.5%	371	355	-4.3%	0.8%
Hierro	98	184	87.3%	979	1,126	15.0%	2.7%
Oro	605	840	38.9%	8,482	7,850	-7.5%	18.5%
Plata refinada	6	9	46.8%	76	93	23.4%	0.2%
Plomo	139	115	-17.4%	1,530	1,431	-6.5%	3.4%
Zinc	185	226	21.9%	2,103	1,715	-18.5%	4.0%
Molibdeno	57	56	-1.9%	638	456	-28.6%	1.1%
Otros	0	0	169.2%	2	5	152.6%	0.0%
b) Petróleo y gas natural	300	186	-38.1%	2,974	1,352	-54.5%	3.2%
c) Pesqueros	86	123	41.9%	1,929	1,546	-19.8%	3.6%
d) Agrícolas	96	84	-13.0%	774	733	-5.4%	1.7%
<b>II. Productos no tradicionales</b>	<b>1,375</b>	<b>1,454</b>	<b>5.8%</b>	<b>13,832</b>	<b>12,887</b>	<b>-6.8%</b>	<b>30.4%</b>
a) Agropecuarios	755	815	7.9%	6,341	6,817	7.5%	16.1%
b) Pesqueros	120	118	-2.2%	1,613	1,321	-18.1%	3.1%
c) Textiles	115	125	7.9%	1,354	1,024	-24.3%	2.4%
d) Maderas y papeles	26	20	-24.1%	321	240	-25.4%	0.6%
e) Químicos	130	163	25.8%	1,600	1,558	-2.6%	3.7%
f) <b>Minerales no metálicos</b>	<b>46</b>	<b>44</b>	<b>-3.2%</b>	<b>604</b>	<b>446</b>	<b>-26.1%</b>	<b>1.1%</b>
g) Sidero - metalúrgicos y joyería	121	117	-3.5%	1,310	929	-29.1%	2.2%
h) Metal - mecánicos	47	44	-5.3%	558	458	-17.9%	1.1%
i) Resto	14	9	-39.8%	131	93	-29.0%	0.2%
<b>III. Otros</b>	<b>5</b>	<b>12</b>	<b>127.7%</b>	<b>154</b>	<b>121</b>	<b>-21.4%</b>	<b>0.3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>4,616</b>	<b>4,778</b>	<b>3.5%</b>	<b>47,737</b>	<b>42,413</b>	<b>-11.2%</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú (BCRP).  
Fecha de consulta: 12 de febrero de 2021.

Fuente: (Ministerio de energía y minas, cuadro 04)

En la figura N°03, se puede observar el comportamiento del precio del cobre en los últimos diez años. A partir de mayo del 2020, el precio de cobre por tonelada métrica ha presentado una tendencia creciente, llegando a un valor de \$8471 para febrero del 2021, un valor que no se obtiene desde agosto del 2011 (Indexmundi, 2021). Melvin Escudero, presidente de El Dorado Investment, aseguró que el Perú está entrando a un ciclo de los precios de los metales, los cuales tendrán una duración promedio de 5 a 10 años, gracias al desarrollo de nuevas tecnologías a base de cobre y cuya implementación durará un proceso aproximado de 15 a 20 años. (Rumbo Minero, 2021). Es importante señalar, que un ciclo de los precios de los metales tiene diferentes momentos, uno de precio al alza, el cual dura aproximadamente 5

años, seguido de uno con una abrupta caída con algo más de un año; finalmente se reinicia el proceso de recuperación del valor del mineral, el cual dura apenas 3 años (Cooper acción, 2016).

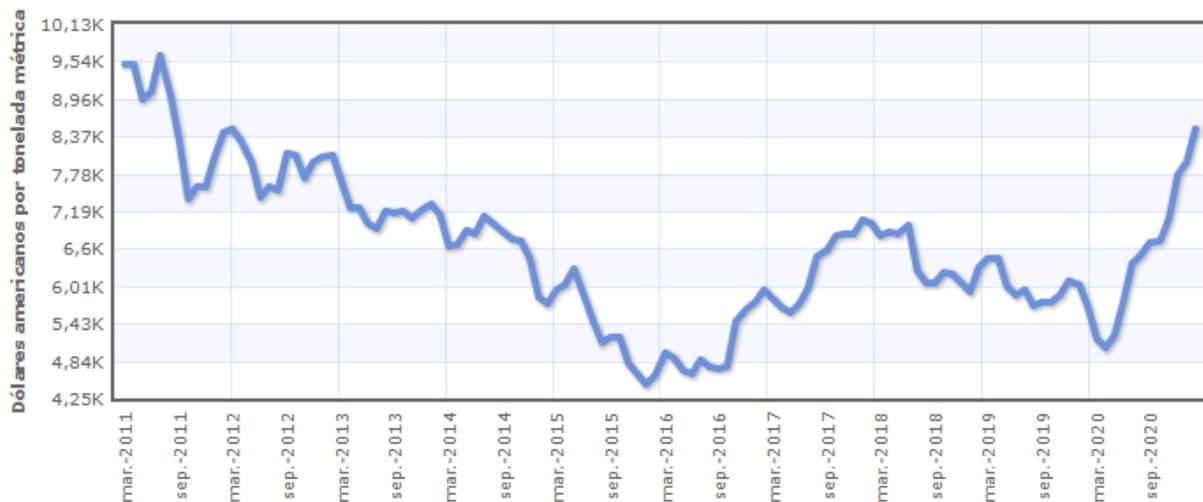


Figura N°03: Precio del cobre por tonelada métrica entre 2011 y 2021  
Fuente: (Indexmundi, gráfico 01)

- Impacto COVID-19 a la economía mundial y nacional

Según palabras de la exministra de economía del Perú María Antonieta Alva durante el Congreso de Competitividad Minera y Sostenibilidad celebrado el jueves 15 de octubre del 2020 en el IIMP, el COVID 19 a nivel global ha generado una crisis económica sin precedentes nunca antes vista, la cual se ha caracterizado por mucha incertidumbre de lo que se viene en el futuro. A pesar de que se cuenta con proyecciones alentadoras para lo que queda del 2020 y el 2021, estas pueden variar de acuerdo a nivel de contagia de cada zona (IIMP, 2020). Esta poca certeza sobre el futuro de la economía mundial queda demostrada si se compara las proyecciones del Fondo Monetario Internacional (FMI) realizadas en junio 2020 con las realizadas en octubre del 2020.

Según el reporte de junio 2020 por parte del FMI, el crecimiento mundial para este año sería de -4,9%, mientras que para 2021 sería de 5,4%. En el caso de América Latina y El Caribe,

el pronóstico de crecimiento económico para el 2020 medido en variación porcentual sería de -9,4% y para el próximo año sería de 3,7%. Esto la colocaba como la región del mundo más golpeada por el coronavirus, si se consideraba que otras regiones y países como Europa, China y Estados Unidos presentarían un crecimiento para el 2021 del 6%, 8,2% y 4,5% respectivamente (FMI, 2020).

Por otro lado, según el último reporte del FMI, muestra que la contracción mundial para el presente año sería menos grave a la prevista en junio, con una variación del -4,4%, sin embargo, el crecimiento mundial será menor con una cifra alrededor a un 5,2%. En cuanto al pronóstico para América Latina y El Caribe, los resultados son más alentadores tanto para el presente año con un crecimiento superior de -8,1%, así como para el 2021 con un crecimiento del 3,9%. Con los últimos pronósticos obtenidos, Latinoamérica dejaría de ser la región más afectada por la pandemia, dejando su lugar a Europa que producto de un rebrote de la enfermedad ha obligado a los estados de ese continente a tomar medidas más drásticas, las cuales se traducen en un crecimiento del -8,3% para el 2020, menor al de Latinoamérica, y con un crecimiento esperado menor para el 2021 del 5,2%. En el caso de China, esta nación mantiene su pronóstico de crecimiento para el próximo año, mientras que Estados Unidos presentaría una cifra menor de crecimiento para el 2021, la cual es de 3,1%. Adicionalmente este último reporte del FMI, muestra que el crecimiento mundial para el periodo 2022- 2025, será del 3,5%, esto siempre y cuando el próximo año crezca la cobertura de la vacuna y mejoren las terapias para control el virus, además supone que para fines de 2022 la transmisión local del virus habrá disminuido a niveles bajos en todas partes del mundo (FMI, 2020).

En relación al comercio exterior, el reporte de octubre del FMI señala que este comenzó a recuperarse en junio gracias a que las medidas de confinamiento iban levantándose, además China fue de vital importancia para esta recuperación, gracias a la reactivación de sus actividades internas (FMI, 2020).

La ex ministra de economía del Perú señaló en el congreso del IIMP que el impacto del coronavirus en la economía tiene 2 etapas, en los primeros cien días de confinamiento el golpe fue muy fuerte para todos los sectores y en la segunda etapa que abarca hasta la actualidad, existe una recuperación gracias a los planes económicos implantados por el gobierno y a una reactivación de las actividades económicas (IIMP. 2020).

Para finalizar, la ex ministra María Antonieta Alva destaca que el Perú es uno de los países en la región que más rápido se ha recuperado, a pesar de la fuerte caída en ciertos meses, esto gracias a que no observo ningún daño en el aparato productivo, además precisa que para el 2022 el Perú retornará a niveles pre pandemia, recuperando su ventaja regional en los próximos años, aclarando siempre y cuando el nivel de contagios se mantenga bajo (IIMP, 2020).

### **1.1.3. Factor Tecnológico**

El estado peruano a nivel nacional cuenta con varias instituciones y programas públicos que apoyan el desarrollo de las industrias, sobre todo aquellas relacionadas con la transformación de materias primas oriundas o abundantes en el país. Una de estas es el Instituto Tecnológico de la Producción (ITP) que a través de su red de Centros de Innovación Productiva y Transferencia Tecnológica (CITE), promueve la innovación e impulsa el uso de nuevas tecnologías entre los productores, empresas, asociaciones, cooperativas, entre otros (ITP, 2020). Su función principal es actuar como socio de las industrias para generar un valor agregado en la producción. Esto gracias a que es el punto de encuentro entre las universidades, el sector público y sector privado.

En relación, a la producción de aceite esencial de molle, esta red resulta como gran aliado, debido a que esta industria de esencias naturales recién se encuentra en etapa de desarrollo, por lo que requiere de un asesoramiento de buenas prácticas, uso de la tecnología

adecuada y estándares de calidad apropiados, con la finalidad de aprovechar oportunidades en mercados del extranjero. Es importante destacar que a nivel nacional existen 46 CITES, en diferentes regiones del país y con especialidad en todos los sectores de la economía, siendo la que más se acomoda al sector en estudio la CITE agroindustrial Ica. Esta fue creada en el año 2000, con la finalidad de apoyar la industria agroindustrial y productos extraídos de plantas provenientes de cualquier parte del país, brindando servicios como ensayos en laboratorios, capacitación, investigación, desarrollo e innovación de productos, procesos y servicios, certificación de competencias laborales y soporte productivo en plantas escuelas y piloto (ITP, 2020). En cuanto a la CITE agroindustrial Moquegua, esta brinda servicios similares a las de Ica, pero posee una mayor experiencia en extracción de aceites esenciales, ya que actualmente da asistencia técnica para la extracción de aceite de palta y orégano; sin embargo, uno de sus limitantes es que solo ofrece servicios a industrias moqueguanas o aledañas a la región (ITP, 2020).

Por otro lado, en los últimos años diversos estudios de universidades públicas, han favorecido el desarrollo de nuevas tecnologías para la extracción de los aceites esenciales de diferentes plantas. Uno de ellas es la investigación realizada en la Universidad de Trujillo (UNT), la cual logro optimizar el proceso de extracción de aceite esencial de eucalipto mediante el Método de Superficie Respuesta, a través del cual se logran obtener mejores rendimientos de producción sin afectar los costos mismos (Moreno, 2010). Otra es la Universidad Nacional del Centro del Perú (UNCP), la cual a través de la ingeniera química y ambiental Olga Angulo, han investigado y demostrado que uno de los mejores métodos para la extracción de aceite esencial de molles, es por medio de fluidos supercríticos, ya que este es considerado un proceso limpio, simple y extremadamente eficaz, el cual aumente el rendimiento del extracto y mejora la calidad del mismo (Angulo, 2015). Cabe señalar que las universidades privadas tampoco se encuentran alejadas del asunto, un claro ejemplo de ello es

la Universidad Peruana Cayetano Heredia (UPCH).; ésta a través de su Unidad de Investigación en Productos Naturales se encarga de estudiar la biodiversidad peruana con la finalidad de desarrollar productos para el uso tanto en veterinaria, medicina, industria cosmética, alimentos, entre otros, para ello cuenta con el apoyo de profesionales de primer nivel pertenecientes tanto a la misma universidad, así como a otras instituciones extranjeras de renombre. Actualmente, esta unidad de la UPCH se encuentra trabajando como importantes empresas del Perú como San Fernando, La Ibérica, Laboratorios Farmacéuticos Hersil, diferentes agroexportadoras, etc. (UPCH, 2020); dentro de una de sus líneas de investigación de esta unidad se encuentra la obtención y análisis de aceites esenciales, la cual se encuentra muy ligada al producto de estudio de este trabajo.

#### **1.1.4. Factor Legal**

Dentro del marco legal, en el Perú, existen diferentes entidades, normas, beneficios y leyes a considerar, relacionadas al comercio exterior con destino a Estados Unidos y la industria manufacturera. A continuación, se detallarán las más importantes:

- Reglamento de Gestión Ambiental para la industria manufacturera: Se aprobó mediante Decreto Supremo N°006-2019 en cooperación entre el Ministerio de la Producción y el Ministerio del Ambiente (MINAM). Este tiene como finalidad promover y regular la gestión ambiental, la conservación de los recursos naturales del país, el aprovechamiento sostenible de las materias primas y fomentar la producción más limpia, basada en la cultura de la prevención (MINAM, 2019).
- Acuerdo sobre Facilitación del Comercio: rectificado por el Decreto Supremo N°044-2016-RE, su función principal es establecer medidas que favorezcan la fluidez del tránsito de mercancías, buscando la reducción de costos logísticos, así como a través de la agilización del despacho de mercancías (MINCETUR, 2020).

- La norma ISO 22000, la cual no es obligatoria en el país, sin embargo, tiene la finalidad de mejorar la calidad de los procesos y productos de las industrias.
- Otra normativa a considerar y aplicada a cualquier tipo de empresa es la Ley N.º 29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo, la cual establece normas mínimas de prevención para evitar que los trabajadores sufran probables accidentes o daños a integridad física.
- Ley general de aduanas, rige las normas de comercio exterior, especificando definiciones, condiciones de transacción, principios generales, operadores, servicios aduaneros, entre otros aspectos más
- *Drawback*, régimen aduanero que permite obtener como consecuencia de la exportación de mercancías, la restitución de un porcentaje del valor exportado, en razón que el costo de producción se ha visto incrementado por los derechos que gravan la importación de los insumos incorporados o consumidos en la producción del bien exportado. Este porcentaje, actualmente es del 3% del valor exportado. Además, es importante señalar algunos detalles importantes de este régimen: el monto devuelto no está gravado de impuesto a la renta, cuando el monto exportado excede los 20 millones de dólares no es posible acceder a este beneficio, la solicitud de *drawback* debe ser para exportaciones mayores a 6250 dólares, y la empresa debe hacer uso de un insumo importado para la fabricación del producto a exportar, esta compra puede ser de manera directa, es decir que la empresa exportadora realice el proceso de importación, o de manera indirecta, es decir la empresa compre dichos insumos a un proveedor cuyos productos son importados. Cabe destacar que el valor del producto importado debe ser menor o igual al 50% del valor exportado, para por acceder a este régimen aduanero (Carreño, 2017).

- Federal Trade Commission (FTC), es una agencia federal de Estados Unidos, cuyo objetivo es proteger al importador de ese país contra prácticas comerciales desleales o engañosas (FTC, 2021).
- U.S. Customs and Border Protection (CBP), es una organización policial de Estados Unidos, cuyos objetivos son combatir cualquier tipo de terrorismo, el crimen transnacional, asegurar la frontera estadounidense, y facilitar el comercio internacional legal, de tal manera que este sea justo, competitivo, conforme y los ingresos de productos no impliquen un daño a la salud, seguridad económica y la prosperidad del pueblo estadounidense (CBP, 2021).

#### **1.1.5. Factor sociocultural**

Los factores sociales y culturales desempeñan un papel importante en el éxito y tranquilidad de las operaciones de una empresa, incluso un buen manejo de estos genera nuevas oportunidades de negocio, una mayor expansión empresarial, así como reconocimientos nacionales o internacionales por la armonía con su entorno. Es base a esto los aspectos más importantes que una empresa debe considerar son la relación con las comunidades aledañas, disponibilidad de mano de obra en el país de operación y las tendencias de consumo de productos de belleza a nivel mundial.

- Relación con las comunidades

El Perú es un país caracterizado por su gran biodiversidad de flora y fauna, así como por su riqueza de minerales metálicos y no metálicos. La mayoría de operaciones mineras y agroindustriales no se encuentran en las ciudades capitales de las regiones del país, sino más bien a las afueras de estas, pues es ahí en donde existe una mayor disponibilidad de terreno, así como existen la mayor cantidad de recursos, los cuales por lo general están dentro de terrenos pertenecientes a comunidades, en donde la calidad de vida y acceso a servicios básicos suele

ser bajo, especialmente en poblados de la sierra y selva del país. Es así pues que una incorrecta negociación con estos centros poblados por algunos ambiguos términos de contrato, así como la falta de enfoque de desarrollo sostenible en el negocio, puede conducir a futuros conflictos con las comunidades, los cuales pueden traer consecuencias negativas para la compañía como lo son la paralización de las operaciones, daño a la propiedad privada o bienes producidos, muertes y heridos de cualquiera de las ambas partes, daños a la imagen de la empresa, entre otros. En el Perú, la Defensoría del Pueblo, es la entidad encargada de prevenir situaciones que puedan desencadenar futuras conflagraciones, así como intervenir en escenarios de conflicto, abriendo un proceso de dialogo entre comunidades, empresas y estado que contribuyan a su solución (Defensoría del Pueblo, 2021). En marzo de 2021, la Defensoría del Pueblo señaló que en la actualidad en el Perú existen 197 conflictos sociales registrados, de los cuales 144 son activos y 53 latentes; además, el 65% se encuentran relacionados a problemas socio ambientales, tal y como se observa en la Figura N°04. Las cinco ciudades con mayor índice de conflictos sociales son Loreto, Cusco, Ancash, Puno y Apurímac. La Figura N°05 muestra los conflictos socio ambientales por actividad, dentro de los cuales el 64,8% representan al sector minero, mientras que los sectores a los que pertenece el rubro del negocio en estudio como lo son los forestales y agroindustriales, representan el 0,8% y 1,6% respectivamente (Defensoría del Pueblo, 2021)

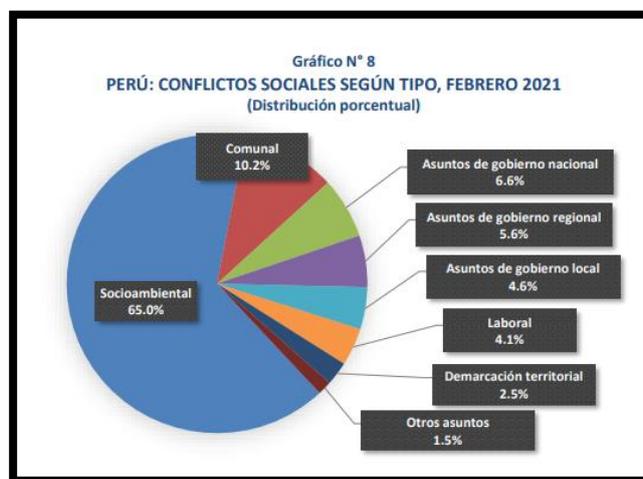


Figura N°04: Conflictos sociales según tipo, febrero 2021.  
Fuente: (Defensoría del Pueblo, gráfico 08)

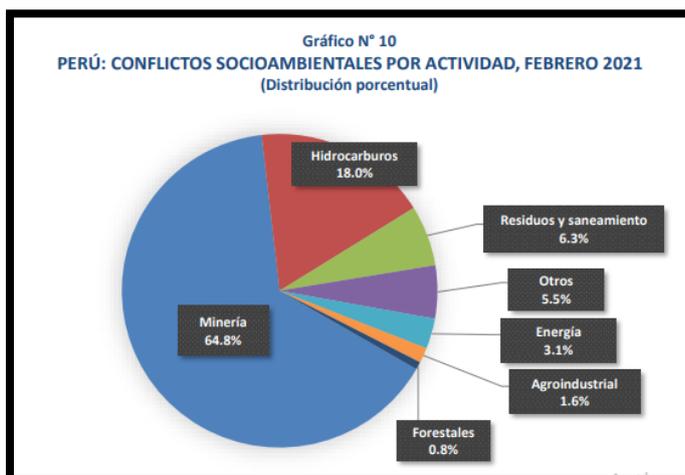


Figura N°05: Conflictos socio-ambientales por actividad, febrero 2021.  
Fuente: (Defensoría del Pueblo, gráfico 10)

- Disponibilidad de mano de obra

La disponibilidad de mano de obra tanto especializada como no especializada es fundamental para el desarrollo de una empresa. En el caso del Perú, gran parte de la población en edad disponible para trabajar, se encuentra desempeñando en el sector informal. El actual ministro de economía y finanzas, Waldo Mendoza, señaló que producto de la crisis sanitaria, actualmente el 80% de la población trabajadora se encuentra en el sector informal, lo cual demuestra que el Perú es uno de los países con mayor índice de informalidad en la región (Infobae, 2021). Esta situación se refleja tanto en Lima Metropolitana como en las demás regiones del país.

Por otro lado, la tasa de desempleo el último año 2020, se ha incrementado producto de que muchas empresas han quebrado. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), un total de 2 millones 231 mil 300 peruanos se quedaron sin trabajo en el 2020; además el INEI indicó que la tasa de desempleo es mayor en la costa con 10,1%, seguida de la tasa de desempleo en la sierra con 5,1% y la selva con 2,9% (RPP, 2021).

En resumen y de acuerdo a ambos indicadores antes mencionados, se denota que actualmente existe una gran oferta en el mercado laboral, más aún para el sector de

exportaciones, el cual durante el año 2020 y lo que va del 2021 se encuentra en crecimiento. Cabe señalar que en el 2020 la población en edad de trabajar se incrementó en un 1,5% (RPP, 2021); dentro de este porcentaje se encuentran recién egresados de colegios, así como estudiantes universitarios que han culminado sus carreras respectivas, los cuales muchos de ellos actualmente se encuentran en búsqueda de trabajo y cuyo conocimiento adquirido es de mucha ayuda para las industrias de diferentes sectores.

- Tendencias de consumo

El aceite esencial de molle, producto materia de este estudio, es usado en su mayoría como insumo para la industria de las fragancias del mundo. Es por ello, que es necesario observar como se ha comportado este sector en los últimos años y cuáles son sus proyecciones a futuro. Para esto, en las Figuras N°06 y N°07, se muestra la evolución de las ventas desde 2005 hasta la actualidad, así como los montos que se estiman hasta 2024; cabe señalar, que las ventas, son un claro indicador de las tendencias de consumo, pues demuestran, que tanto las personas están dispuestas e interesadas a adquirir un producto de tal o cual industria, más aún en una economía golpeada a nivel mundial, producto de la pandemia del coronavirus.

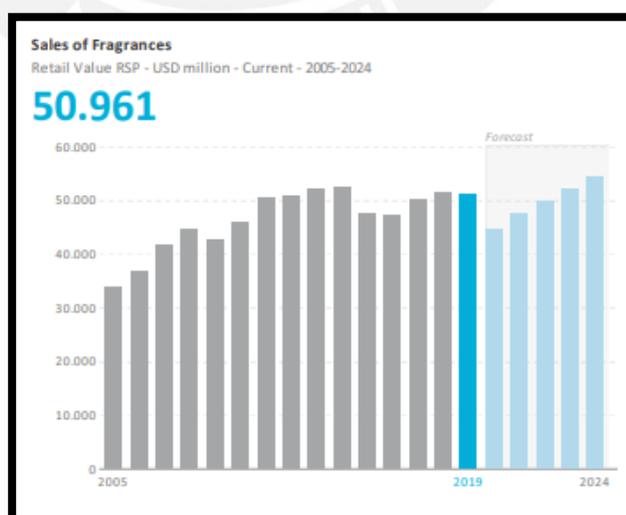


Figura N°06: Ventas de fragancias en millones de USD. Periodo 2005-2024.  
Fuente: (Euromonitor International Passport, gráfico 1)

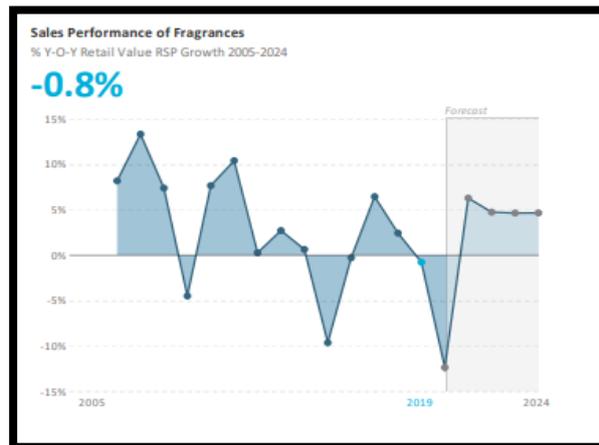


Figura N°07: Performance de las ventas de fragancias. Periodo 2005-2024.  
Fuente: (Euromonitor International Passport, gráfico 2)

De las figuras anteriores, se denota que, en el año 2020, las ventas en la industria de las fragancias cayeron a niveles muy bajos, entre un -10% a -15%, en comparación al año anterior, el cual ya había registrado pérdidas de alrededor del -0,8%. Esta caída considerable del año 2020, se debió principalmente a la pandemia del coronavirus, la cual afecto la capacidad de consumo de gran parte de la población, más aún en productos que no son de primera necesidad, las operaciones y capacidad financiera de muchas compañías, además muchas tiendas y centros comerciales no operaron durante algunos meses, como medida para evitar la propagación del virus y así disminuir los contagios. Cabe señalar que, gracias al comercio electrónico, las ventas no llegaron a contraerse más, por lo que muchas compañías, así como tiendas minoristas han puesto su atención en este canal de venta, fortaleciendo el mismo para los años que vienen. Por otro lado, en relación a las proyecciones de ventas que se esperan para el periodo 2021-2024, se observa que esta industria se recuperará, logrando niveles de venta pre-pandemia en el año 2022. Es importante destacar que inclusive en el año 2024, se estima que las ventas alcanzarán su mayor nivel histórico, ya que para esta época se espera que la pandemia del coronavirus ya haya sido derrotada, por lo que todo tipo de actividades y reuniones sociales se reactivarán con intensidad, generando con ello que tanto hombres como mujeres tenga gran interés en el cuidado de su apariencia personal.

## 1.2. Conclusiones del macro entorno

Una vez terminado, el análisis del macroentorno y los cinco factores que se consideraron más relevantes:

- Dentro del factor político, se puede concluir que, gracias a las óptimas políticas de comercio exterior que tiene el estado peruano y al tratado de libre comercio con Estados Unidos, las operaciones de comercio exterior serán más ágiles y con mayores beneficios para las empresas exportadoras peruanas, lo cual las coloca en una posición competitiva en el mercado; sin embargo, es importante poner atención en la inestabilidad política del país, pues esta puede traer consecuencias a la rentabilidad de las empresas, generar conflictos internos que mermen las operaciones de la empresa y dañar las relaciones bilaterales del Perú con el exterior.
- Dentro del factor económico, se puede concluir que, actualmente el Perú es un país con indicadores macroeconómicos positivos, lo cual permite que las inversiones tanto extranjeras como nacionales aumenten en el país, generando con ello una alternativa de financiamiento para las empresas exportadoras. Además, se denota que tanto la economía del Perú como Estados Unidos, se reactivarán tras su caída en el 2020, mostrando proyecciones favorables, que incentivan el consumo y fomentan las operaciones de comercio exterior.
- Dentro del factor tecnológico, se puede concluir que, en el Perú existen instituciones tanto privadas como nacionales, que servirán de apoyo en investigaciones, así como para el desarrollo del proceso productivo de los aceites esenciales de molle, lo cual es favorable para la empresa exportadora.
- Dentro del factor social, se puede concluir que, la empresa exportadora debe tomar importancia a su relación con las comunidades campesinas, pues muchas de ellas serán sus principales proveedoras, y mantener buenos acuerdos de negociación evitarán

futuros conflictos que afecten las operaciones y rentabilidad de la empresa. Además, la recuperación que se espera del consumo de fragancias para los próximos 4 años, favorecerá la exportación de este aceite esencial de molle.

- Dentro del factor legal, se puede concluir que, la empresa exportadora debe tomar atención a los parámetros legales que se manejan en el comercio exterior, como la ley de aduanas, el *drawback*, entidades gubernamentales estadounidenses, entre otras, de tal manera que maximice sus beneficios y evite problemas que puedan generar que la mercadería no salga del país o que no se le permita el acceso al país de destino, causando así pérdidas por sobrecostos.



## 2. Análisis del Microentorno

Tras un correcto desarrollo del macroentorno, es importante también analizar el microentorno donde se desarrollará la empresa; en base a esto, Michael Porter, en su libro “Estrategia Competitiva” sostiene que, en cualquier industria, existen cinco fuerzas que dictan las reglas de la competencia, las cuales juntas determinan lo atractivo y rentable de la industria. Estas fuerzas competitivas son el poder de negociación de los compradores, poder de negociación de los proveedores, la amenaza de productos sustitutos, la amenaza de nuevos competidores y la rivalidad entre competidores existentes. Cabe señalar que una óptima evaluación de estas cinco fuerzas, permite que la empresa seleccione y desarrolle una estrategia corporativa apropiada y competitiva para el sector en el que se va a desarrollar (Robbins y Coulter, 2010). A continuación, se muestra el desarrollo del análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter, aplicadas para el sector en estudio.

### 2.1. Poder de negociación de los compradores

Para determinar el nivel de poder que los compradores ejercen sobre el sector en estudio, es necesario analizar factores como la cantidad de clientes en el mercado, la disponibilidad de clientes sustitutos y el nivel de influencia de los compradores sobre el precio.

En cuanto, a la cantidad de clientes, se observa que desde 2016 a la actualidad, las exportaciones de aceite esencial de molle a Estados Unidos solo han tenido como destino un único cliente en este país, este es la empresa Berje Inc, empresa de Estados Unidos encargada del suministro de diversas materias primas para empresas multinacionales pertenecientes a la industria de aromas y fragancias, con más de 70 años en el mercado y presencia en todos los continentes (Berjé, 2021).

Por otro lado, en cuanto a la disponibilidad de clientes sustitutos, en Estados Unidos existen empresas del mismo rubro de Berje que aún no han importado aceites esenciales de molle del Perú, por lo que, empresas nacionales con la ayuda de estudios de mercado, contactos internacionales, participación en ferias del sector y ayuda de entidades estatales y privadas como la Asociación de Exportadores (ADEX), PROMPERU y MINCETUR, podrían ampliar el mercado de las exportaciones a este país. Dentro de las principales importadoras candidatas se encuentran las siguientes empresas acopiadoras y distribuidoras de esencias tales como Treatt PLC, The Lermond Company, Penta Manufacturing Company, Fleurchem Inc, Excellentia International, y tiendas minoristas que decidan ofertar en sus instalaciones dichos aceites, para fines medicinales o de aromaterapia, tal y como sucede con los comercios *retail* en el Perú.

Con respecto al nivel de influencia de los compradores sobre el precio, se observa que en los últimos cinco años Berje Inc ha estado pagando a las empresas exportadoras peruanas un rango entre 160 a 180 dólares valor FOB por litro (Veritrade, 2020). Esta variabilidad del precio, muestra que existe una constante negociación entre ambas partes, sin embargo, la empresa importadora al ser la única que demanda este producto, tiene acceso a la obtención de mejores precios, y por ende influye de cierta manera sobre el mismo.

En conclusión, se denota que el poder de negociación de los compradores es alto, puesto que actualmente existe un único comprador de este producto del cual depende la demanda, además tanto el comprador actual como los futuros compradores poseen un mayor conocimiento del valor de la planta para los mercados internacionales, mantienen contacto directo con las grandes marcas de perfumes y fragancias, lo cual para un exportador le sería complicado contactarse por sí solo, y tienen incidencia en el precio de venta del producto.

## 2.2. Poder de negociación de los proveedores

Actualmente en el Perú no existe agricultura especializada en la planta del molle, por lo que es muy difícil encontrar en el país, agricultores que hayan destinado sus terrenos exclusivamente para la producción y comercialización de esta planta; esta por lo general se encuentra de forma silvestre en la mayoría de regiones del país. Existen dos variedades de molle, el molle costeño y el molle serrano, siendo el segundo el más usado para la extracción de aceites esenciales. Cabe señalar que el molle serrano, se encuentra en su mayoría a lo largo de la sierra peruana, sin embargo, las plantas con mejores concentraciones de aceites esenciales, se encuentran en el sur andino (Arequipa, Apurímac, Ayacucho y Cusco) del país (Cuellar, 2021)

Adicionalmente, es importante destacar que cualquier proveedor que decida cosechar y comercializar la planta de molle, necesita de una autorización o permiso de aprovechamiento por parte del Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre (SERFOR), el cual exige ciertos requisitos al solicitante como mapa de ubicación y perimétrico de la zona a cosechar, datos técnicos de la planta a explotar, títulos de propiedad, entre otros.

En base a lo antes mencionado, se puede concluir que el poder de los proveedores es bajo, ya que estos en su mayoría no dedican su tiempo al cultivo de esta planta, muchos no cuentan ni tienen conocimiento de los requerimientos que SERFOR exige, por lo que van a requerir ayuda por parte de la empresa comercializadora de aceites esenciales, y por lo general la mayoría de agricultores no está muy enterado del valor que tiene el molle para el mercado, por lo que el acopio de materia prima, así como las transacciones no resultarían complicadas, solo sería necesario realizar un buen acuerdo con las comunidades campesinas y/o dueños de propiedades privadas.

### **2.3. Amenaza de productos sustitutos**

Esta fuerza es la de menor impacto, puesto que si bien se exportan a Estados Unidos aceites esenciales de otros árboles como lo son de palo rosa, palo santo y eucalipto, estos presentan tanto aromas como propiedades químicas diferentes a las de la planta del molle, por lo que no pueden considerarse como productos sustitutos, a pesar de tener ciertos componentes similares. Por otro lado, actualmente no existen productos sintéticos que cuenten con el aroma del molle, así como con sus atributos químicos.

### **2.4. Amenaza de nuevos competidores**

Actualmente en el Perú, existen empresas que producen y comercializan aceite esencial de molle para el mercado local. Estas son Amazon Andes, Nua, Inkanal y Yauvana, las cuales ofrecen sus productos en diferentes tiendas naturistas, supermercados, tiendas *retail*, entre otros. Cabe señalar que estas empresas podrían ingresar al mercado de exportación, por lo que representarían una amenaza como nuevos competidores, sin embargo, necesitarían previamente encontrar potenciales clientes en el mercado de Estados Unidos que justifiquen su ingreso al comercio exterior, puesto que como se mencionó anteriormente, actualmente sólo un cliente estadounidense adquiere esta esencia de molle, las cantidades adquiridas por esta empresa anualmente no superan los 200 litros y ya cuenta con un proveedor exportador peruano.

En cuanto a las barreras entrada, los principales aspectos a considerar son obtener los permisos necesarios para el aprovechamiento de esta planta silvestre, tener el conocimiento sobre transacciones de comercio exterior, tener el conocimiento y/o presupuesto para realizar estudios de mercado, contar con cierta experiencia sobre las características y propiedades de la planta, invertir tanto tiempo como dinero en investigación para el desarrollo y mejoramiento

del proceso productivo, y tener la capacidad de inversión para poder realizar la compra de maquinarias y equipos, contratar personal y adquirir el terreno, en donde se instale la planta de producción, la cual debe ser cercana al centro de acopio de materia prima, para evitar que las esencias del molle se pierdan, producto de su alta volatilidad.

En resumen, el grado de esta fuerza es medio, puesto que si bien actualmente ya existen productores y comercializadores de esta esencia para el mercado local, lo cual demuestra que ya manejan de manera óptima la parte técnica y legal del negocio, les resultaría complicado encontrar con facilidad un cliente internacional de Estados Unidos, a menos que realicen cierta inversión en la realización de estudios de mercado, así como para poder participar en ferias internacionales, en donde puedan exponer y ofertar su producto. Por otro lado, en cuanto al posible ingreso de nuevas empresas a este negocio de los aceites esenciales, las dificultades aumentan, ya que aparte de la necesidad de encontrar potenciales clientes, necesitarán tener claro los aspectos técnicos, que permiten la producción y extracción de estos aceites, por lo que el apoyo de entidades o personas expertas en la industria de forestales y química resultan cruciales para garantizar el éxito del proceso productivo.

## **2.5. Rivalidad entre competidores existentes**

En los últimos 05 años (2016-2020), sólo tres empresas han logrado exportar aceites esenciales de molle al mercado estadounidense, siendo estas Essential Oils Perú S.A.C (EOP), Plantex S.A y Ecopal S.A.C. Cabe señalar que estas empresas han exportado este producto en diferentes años, durante el 2020, EOP fue la única empresa, durante el 2019, no hubo exportaciones, durante el 2018, Plantex, Ecopal y EOP fueron las empresas exportadoras, y durante el 2017 y 2016, sólo Plantex realizó estas transacciones comerciales internacionales (Veritrade, 2020). Adicionalmente, EOP en comparación con las dos otras empresas, es la que ha mostrado un mejor desempeño en este mercado, puesto que ha logrado mantenerse vigente,

cuenta con plantas de producción en diferentes regiones del país (tanto para aceite esencial de molle como otras esencias), ha participado en “InCosmetics”, la feria internacional más importante en ingredientes para cosmética, y trabaja con socios estratégicos como SERFOR, PROMPERU, ADEX, Sociedad Nacional de Industrial (SNI) y la Federación Internacional de Comercio de aceites esenciales y aromas( IFEAT), los cuales le han permitido cumplir con los requerimientos de producción, calidad y acceder de manera sencilla al mercado de Estados Unidos (EOP, 2021).

En base a lo señalado, el grado de esta fuerza competitiva es bajo, puesto que ningún exportador por el momento ha logrado posicionarse como líder en este mercado, así como ninguna empresa ha sido constante en sus exportaciones a lo largo de los últimos cinco años; sin embargo, es importante considerar a EOP como un futuro competidor importante, ya que es una empresa que se encuentra en crecimiento, y sobre todo ha logrado captar exclusivamente al único comprador estadounidense existente por el momento como lo es la empresa Berje Inc.

## **2.6. Estrategia genérica competitiva**

Porter en su libro Estrategia competitiva, señala que la definición de una estrategia genérica competitiva, permite a la compañía establecer una buena posición dentro del mercado, debido a que hace frente a las cinco fuerzas antes mencionadas, permitiendo con ello una mejor rentabilidad sobre la inversión. Asimismo, Porter señala que una empresa debe buscar una estrategia que le dé una ventaja sobre el sector, las cuales pueden ser liderazgo global en costos, diferenciación y de enfoque en un segmento limitado o nicho (Robbins y Coulter, 2010). En base a lo antes señalado, la estrategia por adoptar es la de enfoque en un segmento limitado, puesto que el mercado de exportación de aceites esenciales de molle es aún pequeño, y se encuentra recién en sus primeros años de inicio. Cabe señalar que dentro de esta estrategia de enfoque se optará por una estrategia de diferenciación, ya que lo que se quiere buscar será la

lealtad tanto de proveedores como la de los posibles nuevo compradores, medida que brindará protección ante el posible ingreso de nuevos competidores, así como ante EOP, empresa que actualmente se encuentra exportando este producto. Por un lado, la principal acción a tomar será comprar molle de comunidades y/o personas naturales que posean un óptimo manejo de la planta, así como las concentraciones y composición química de aceite esencial deseados por los clientes internacionales, esto repercutirá en la calidad del producto final, el cual tendrá una calidad superior, logrando con ello una ventaja competitiva para la compañía. Para poder obtener esto, será necesario realizar un control constante de las plantaciones de nuestros proveedores, asesorar de manera técnica a los proveedores para que cumplan con los estándares de calidad y financiar a los productores de molle a través de adelanto de pagos o siendo el nexo con entidades de préstamo, con la finalidad de que puedan acceder a la compra de abonos, herramientas de cosecha, entre otros. Por otro lado, otra acción a tomar es utilizar una óptima metodología y tecnología productiva, que permita obtener esencias de calidad para las empresas importadoras, así como reducir errores en el proceso, los cuales se ven reflejados tanto en el producto final, así como dañan la imagen de la empresa; para lograr esto será necesario contar con el apoyo de estudiantes de diferentes carreras, así como de universidades o institutos tecnológicos, los cuales, gracias a sus estudios e investigaciones, maquinaria, laboratorios y conocimiento sobre el tema, puedan desarrollar una constante mejora continua del aparato productor de la industria.

### **3. Análisis del sector de exportaciones de aceites esenciales de árboles forestales a Estados Unidos**

En este capítulo se analizan ciertos que aspecto que caracterizan al sector dentro del cual se encuentra el aceite esencial de molle, como por ejemplo los clientes, productos sustitutos o complementarios, evolución del mercado, insumos y proveedores, tecnologías usadas, canales de distribución y principales competidores. Cabe señalar que los aceites esenciales extraídos de agrios (limón, naranja, granada, lima, entre otros), especias (orégano, tomillo, jengibre, canela, entre otros), de flores y de arbustos (romero, menta, muña, hierba luisa, entre otros) no son considerados dentro del sector de aceites esenciales extraídos de árboles forestales. Los aceites esenciales a considerar dentro de esta categorización son los provenientes del eucalipto, molle, palo de rosa, palo santo, cedro, entre otros, pues poseen algunas propiedades químicas similares.

#### **3.1. Los clientes (Perfil del consumidor)**

Los principales clientes de las empresas exportadoras de aceites esenciales de árboles forestales varían según la materia prima del cual fue extraído dicho aceite. Como se mencionó anteriormente, en el caso del aceite esencial de molle, durante los últimos cinco años, sólo ha existido un único cliente, el cual es la empresa Berje Inc, una de las principales acopiadoras, comercializadoras y distribuidoras de esencias a nivel mundial. Esta empresa actúa como intermediaria entre los productores de aceites esenciales de diversas partes del mundo y reconocidas empresas de la industria alimentaria (panaderías, carne, encurtidos, sopas, salsas y condimentos), cosmética y de fragancias del mundo. Similar es el caso de los aceites esenciales de palo rosa, puesto que también en el último quinquenio ha sido adquirido solamente por la empresa Berje Inc (Veritrade, 2020).

En referencia, al caso de los aceites esenciales de eucalipto, estos por el momento no se han exportado al mercado estadounidense, sin embargo, se ha evidenciado exportaciones de este producto a empresas canadienses durante los últimos años (Veritrade, 2020).

Por otra parte, en cuanto a los aceites esenciales de palo santo, según información histórica, se denota que han sido exportados principalmente a dos empresas de Estados Unidos, una de ellas es la empresa Berje Inc, la cual se mencionó anteriormente, mientras que la otra es New Directions Aromatics Inc, empresa mayorista acopiadora y proveedora de esencias de diferentes plantas del mundo, con clientes internacionales importantes. Cabe señalar que el aceite de palo santo producido en Perú, se exporta a otras naciones Canadá, Polonia, Rumanía. España, China y Alemania (Veritrade, 2020).

Para finalizar, si bien como se ha evidenciado párrafos atrás, actualmente sólo existen dos clientes de Estados Unidos que importan aceites esenciales de árboles forestales del Perú, es posible ampliar esta gamma de clientes, los cuales serían principalmente los mencionados en el acápite 2.1.

### **3.2. Productos sustitutos/complementarios**

Como se mencionó en acápite 2.3, cada aceite esencial de cada planta tiene sus propias características y propiedades químicas que las vuelven valiosas para ciertos objetivos, industrias y clientes, por lo que no son sustituibles por otro tipo de esencias, salvo se dé el caso que cierta esencia pueda ser producida de manera artificial, lo cual hasta ahora no se ha dado. Por ejemplo, mientras unos ciertos tipos de aceites esenciales son utilizados para la industria de las fragancias, otros son usados para el cuidado bucal, cuidado de animales, industrias alimentarias, entre otros.

En cuanto a su nivel de complementariedad, muchos aceites esenciales de este rubro, como el molle, puede ser compatibles con los de otro tipo, como el de romero, sin embargo,

esta combinación es realizada en su mayoría por las empresas que les compran las esencias a las distribuidoras mundiales.

### 3.3. Evolución del mercado (estadísticas)

Para analizar el comportamiento de las exportaciones de aceites esenciales de árboles forestales, es necesario observar cómo ha sido su evolución en los últimos 8 años (2012-2020) tanto en cantidad exportada como en dinero recaudado. Para ello, se usará como fuente de información, la recogida por la empresa Veritrade, compañía de inteligencia comercial, especializada en transacciones de comercio exterior. En las Figuras N°08 y N°09, se describe los niveles de exportación por cada año de los productos de este rubro en cantidad y monto recaudado respectivamente.

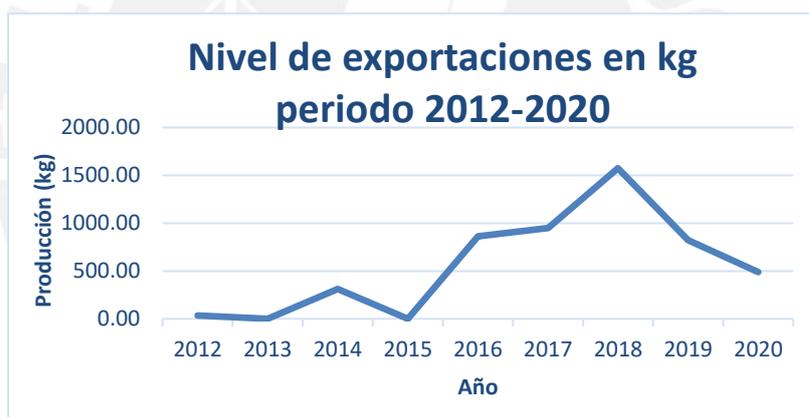


Figura N°08: Nivel de exportaciones en kilogramos periodo 2012-2020.  
Adaptado de Veritrade.



Figura N°09: Nivel de exportaciones en dólares periodo 2012-2020.  
Adaptado de Veritrade.

En ambas figuras, se observa que entre el periodo 2012 a 2015, el nivel exportaciones a Estados Unidos de este tipo de aceites fueron bajísimos e incluso casi nulos, lo cual es propio de un mercado que recién se estaba descubriendo. Por otro lado, en el año 2016 hubo un crecimiento repentino en el nivel de las exportaciones, lo cual se debió principalmente a que las empresas exportadoras lograron conseguir un importante cliente como la empresa Berje Inc, la cual comenzó a adquirir este tipo de esencias. En los años 2017y 2018 se mantuvo un crecimiento aproximado en kilogramos exportados de 10% y 66% respectivamente. Sin embargo, en el año 2019, hubo una caída de las exportaciones de 48% en comparación al año anterior, lo cual se debió principalmente a que, durante este periodo, la empresa Berje Inc no adquirió aceite esencial de molle, demostrando de esa manera, lo sensible que es este mercado a los volúmenes de compra de esta empresa estadounidense. Finalmente, en el año 2020, los niveles de las exportaciones cayeron en un 41%, producto de la pandemia de coronavirus que sigue afectando a todo el mundo y por ende a muchas industrias, generando de esa manera que la empresa Berje Inc no compre los kilogramos deseados de aceites esenciales.

#### **3.4. Insumos y proveedores**

En el marco de la industria de aceites esenciales de árboles forestales para exportación a Estados Unidos, las principales materias primas son las plantas aromáticas que se encuentran de forma silvestre o cultivada a lo largo de las diferentes zonas rurales del país, siendo estos el molle serrano, palo rosa y palo santo. En el caso del molle, actualmente este es extraído del sur andino como Arequipa, Apurímac, Ayacucho y Cusco, por otro lado, en el caso del palo santo, este es extraído de Piura, y finalmente, en el caso del palo rosa, es extraído de la Amazonía peruana, específicamente de la región Loreto. Es importante destacar, que el aceite esencial del molle, se obtiene principalmente del fruto, mientras que, del palo rosa y palo santo, de su madera.

En relación a los proveedores, estos en su mayoría son comunidades de zonas rurales de la costa, sierra y selva, puesto que muchos de estos árboles se encuentran dentro de bosques pertenecientes a su jurisdicción. Los pobladores de estas comunas se encargan de la cosecha de estas materias primas, para posteriormente vendérselas a las empresas productoras de aceites esenciales. Adicionalmente, como se mencionó en el acápite 2.2, para que los proveedores puedan comercializar estas plantas, requieren el permiso o autorización de SERFOR, el cual, gracias al asesoramiento de la empresa exportadora, puede obtenerse con mayor facilidad. Cabe señalar que también existen personas naturales con propiedades privadas de gran extensión que cuentan dentro su terreno con este tipo de árboles, lo cual facilita la negociación con la empresa exportadora, puesto que los acuerdos comerciales al darse con una sola persona o familia, no requieren la aceptación de todos los miembros de un grupo social, evitándose de esa manera futuros conflictos, así como que el incumplimiento de ciertos términos de contrato, producto de cambios de autoridades en las comunidades.

### **3.5. Tecnologías de producción utilizadas**

Dentro de las dos tecnologías más utilizadas para la extracción de aceites esenciales de las plantas antes mencionadas, se encuentran: el método por arrastre de vapor y el de fluidos supercríticos.

El método por arrastre de vapor consiste en un tipo de destilación, mediante la cual sustancias insolubles en agua y ligeramente volátiles, se separan de otras no volátiles. El proceso consiste en añadirle exceso agua a la mezcla del producto que se pretende separar, y en conjunto se somete a destilación. Tras esto, en el matraz de destilación, se logra recuperar los compuestos no volátiles y solubles en agua caliente, mientras que en el matraz colector se obtienen los compuestos volátiles y no solubles en agua, los cuales para este caso son los aceites esenciales (Universidad de Barcelona, 2021). Cabe señalar que esta metodología es la más

usada en la industria, pues se obtiene un aceite esencial sin variaciones en su composición química, lo cual es valorado por los compradores.

Por otro lado, el método por medio de fluidos supercríticos es un procedimiento relativamente reciente, mediante el cual la materia prima se introduce en una cámara de acero inoxidable y se hace circular a través de esta un fluido en estado supercrítico, como el caso del CO<sub>2</sub>, de esta manera las esencias son así solubilizadas y arrastradas, mientras que el fluido supercrítico, que actúa como solvente extractor, desaparece por descomposición progresiva hasta alcanzar la presión y temperatura ambiente, finalmente se logra obtener el aceite esencial con cierto grado de pureza (Albarracín y Gallo, 2003). Es importante destacar, que este tipo de extracción suele obtener mayores concentraciones de aceite esencial, y es más ecológico con el medio ambiente; sin embargo puede llegar a ser más costoso.

### **3.6. Canales de distribución utilizados**

El proceso de exportación de este tipo de productos, está compuesto por los siguientes miembros tales como un productor local, el cual es el denominado exportador, distintos intermediarios que realizan los trámites aduaneros, autorizaciones de levante, transporte de mercancías, entre otros, y un distribuidor mayorista, el cual recibe el nombre de importador y es el encargado de comercializar los aceites esenciales a las empresas internacionales del sector de alimentos, fragancias, entre otros. Para facilitar este proceso, muchas empresas tanto de este rubro como de otros, contratan un agente que se encarga de realizar los procedimientos administrativos necesarios en aduanas, así como contratar una agencia de transporte responsable del traslado de la mercadería. Es preciso señalar, que los transportes de estas esencias a Estados Unidos se hacen vía aérea. Esto se debe a que los rangos de peso de los lotes de exportación no exceden los 250 kilogramos, la mercancía a exportar no posee mucho volumen y son productos con un alto valor unitario (Carreño, 2017). El Perú cuenta con un

único aeropuerto internacional denominado “Jorge Chávez”, el cual se encuentra ubicado en la ciudad de Lima.

En el caso, de que una empresa exportadora, decida captar nuevos clientes internacionales, sobre todo de Estados Unidos, el canal más óptimo al que deberá recurrir son las ferias internacionales. Una de las más importantes para este sector es “In Cosmetics”, la cual tal como se mencionó en acápite 2.5, reúne a proveedores internacionales de esencias, productores de aceites esenciales de diferentes partes del mundo, y empresas importantes del sector de cosmética, fragancias y consumo personal. La feria “In Cosmetics” en el año 2021, cumplirá su treintava edición, se realizará en España entre el 05 al 07 de octubre, y contará con modalidades tanto virtuales como presenciales, debido a la pandemia de coronavirus en la que se ve inmersa el mundo (In Cosmetics, 2021).

### **3.7. Principales participantes en el mercado (competidores)**

Dentro de los competidores en sector, se destaca principalmente EOP, la cual en relación a lo señalado en el acápite 2.5, es una empresa que cuenta con una experiencia de 10 años en un rubro que recién se encuentra en sus inicios, posee tres plantas de producción de esencias en todo el Perú, mantiene contacto con proveedores de diferentes partes de la sierra y selva peruana, y sobretodo tiene una variedad de cartera de productos, como los son los aceites esenciales de molle, eucalipto, palo rosa y palo santo, lo cual en la actualidad los ha convertido en el principal exportador de estas esencias a Estados Unidos (EOP, 2021). Entre los años 2018 a 2020, esta empresa ha logrado ingresos aproximados a los seiscientos mil dólares americanos valor FOB, por sus exportaciones de los aceites esenciales de árboles forestales a Estados Unidos (Veritrade, 2020).

## **4. Planeamiento estratégico**

En esta sección, se determinará la visión, misión y objetivos estratégicos de la empresa exportadora. Además, se hará un análisis FODA de esta misma, para lo que se consideraran las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en la que se ve inmersa.

### **4.1. Visión**

“Ser la principal empresa exportadora de aceite esencial de molle a Estados Unidos, caracterizados por ofrecer un producto y trato de calidad a nuestros clientes, cumpliendo a su vez con los objetivos del desarrollo sostenible”.

### **4.2. Misión**

“Buscamos llevar el mejor aceite esencial extraído de las plantas de molle de la sierra del Perú a las industrias de fragancias, cosméticos, alimentos, aromaterapia y muchas más, generando con ello agradables experiencias con nuestros clientes, revalorizar la naturaleza del ande peruano y lograr el desarrollo de las comunidades campesinas”.

### **4.3. Análisis FODA**

La matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, o más conocida como FODA, es una herramienta muy útil que permite sintetizar de manera práctica el análisis del macroentorno como microentorno, facilitando con ello la realización del planeamiento estratégico de una empresa. Cabe señalar que de esta matriz FODA, se derivan cuatro tipos de estrategias: una de ellas es la FO, la cual se centra en aprovechar las oportunidades externas, mediante el uso de las fortalezas internas de la empresa., la otra estrategia es la DO, cuyo objetivo principal es hacer frente a las debilidades de la empresa, gracias a las oportunidades que se presentan en el exterior; en cuanto a la estrategia FA, se basa en mitigar las amenazas

externas con la ayuda de las fortalezas internas de la empresa y finalmente, la estrategia DA, tiene la finalidad de evitar las amenazas externas y hacer notar a la empresa de las debilidades que posee (Mercadotecnia total, 2017). En este sentido, en la Tabla N°06, se presenta la matriz FODA, relacionada a la empresa exportadora de aceite esencial de molle.

Tabla N°06: Matriz FODA

	<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Conocimiento de las certificaciones necesarias.</li> <li>2.Experiencia en negociación con proveedores.</li> <li>3.Conocimiento medio del proceso productivo.</li> <li>4.Disponibilidad de operar en una ubicación cercana a los proveedores.</li> </ol>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Miníma experiencia en comercio exterior.</li> <li>2.Problemas de liquidez y solvencia para el desarrollo del negocio.</li> <li>3.Poca experiencia en estudios de mercado y búsqueda de nuevos clientes.</li> </ol>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Tratado de Libre Comercio (TLC) vigentes con Estados Unidos que facilita la comercialización del producto, así como posibilidad de acogerse régimen aduanero <i>drawback</i>.</li> <li>2.Reactivación económica de la economía peruana y mundial.</li> <li>3.Apoyo de entidades públicas y privadas para el desarrollo de nuevas tecnologías e innovación.</li> <li>4.Bajo poder de negociación de los proveedores de materia prima,</li> </ol>	<p><b>ESTRATEGIA FO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Buscar asesoramiento de entidades educativas y científicas públicas y privadas, para optimizar y realizar una mejora continua de los procesos productivos.</li> <li>2.Controlar y mejorar el proceso de cuidado de la planta del molle, asesorando a los proveedores en su cosecha, mantenimiento de la planta, entre otros. Todo ello para obtener un producto de calidad.</li> <li>3.Fidelizar a los proveedores de molle.</li> </ol>	<p><b>ESTRATEGIA DO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Buscar apoyo de financiamiento, a través de préstamos realizadas por entidades del estado a bajas tasas de interés, así como conseguir el apoyo de inversionistas privados tanto nacionales como extranjeros que compartan el riesgo y las ganancias con la empresa.</li> <li>2.Conseguir asesoramiento en comercio exterior y estudio de mercados, especialmente de entidades como PromPerú o el MINCETUR, para aprovechar el TLC y el <i>drawback</i>.</li> </ol>
<p><b>AMENAZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Inestabilidad política.</li> <li>2.Existencia de un solo comprador estadounidense en la actualidad.</li> <li>3.Posibles conflictos sociales con comunidades andinas.</li> <li>4.Competidor principal con más de 10 años de experiencia en el rubro.</li> </ol>	<p><b>ESTRATEGIA FA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Generar buenas negociaciones con las comunidades campesinas, dejando claro los términos de contrato, cláusulas, entre otros.</li> <li>2.Ubicar los centros de acopio y producción cerca a los proveedores.</li> </ol>	<p><b>ESTRATEGIA DA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Capacitar al área de ventas en estudios de mercado.</li> <li>2.Participar en ferias internacionales, para conseguir nuevos clientes.</li> <li>4. Buscar alianzas con otras empresas que comercialicen aceites esenciales de otras plantas a Estados Unidos.</li> </ol>

#### 4.4. Objetivos estratégicos

Para culminar con el desarrollo del planeamiento estratégico, es necesario definir los objetivos estratégicos de la empresa. Estos tienen como objetivo convertir la misión y visión del negocio, en indicadores de desempeño específico, en resultados y consecuencias que la organización desea alcanzar. Cabe señalar que los objetivos estratégicos, no se centran en términos financieros (los objetivos financieros se encuentran relacionados a buscar un incremento del precio de las acciones, buen flujo de efectivo, crédito, entre otros), sino más bien hacen hincapié en las fortalezas competitivas de la organización, la posición de la compañía y prospectos de negocios a largo plazo (Dávalos, 2016). En base a esto, los objetivos estratégicos determinados por la empresa exportadora son:

- Tener un crecimiento sostenido de 15% anual en las exportaciones de aceite esencial de molle, en los próximos 05 años.
- Posicionar al aceite esencial de molle, como un producto marca Perú de exportación, poniendo en valor a la planta de molle tanto de manera nacional como internacional.
- Conseguir que los proveedores de molle tengan con la empresa un alto nivel de lealtad, para garantizar de esa manera la compra de sus cosechas y desarrollar alianzas estratégicas entre ambas partes.
- Crear alianzas con las empresas importadoras estadounidenses, de tal manera que se garantice ser su único proveedor de aceite esencial de molle en el Perú.
- Brindar capacitaciones a las comunidades con la finalidad de que estas obtengan un buen rendimiento de sus cultivos, y así lograr frutos del molle con una óptima concentración de aceites esenciales.

- Desarrollar un aparato productor tecnológico, que opere cerca a nuestros principales proveedores y que cuente con los mejores activos tanto tangibles como humanos, que permita una diferenciación con la competencia.



## 5. Conclusiones

En este capítulo final, se presenta las principales conclusiones que se determinan a partir del trabajo de investigación desarrollado, las cuales son:

- En base a lo desarrollado en el macroentorno, se concluye que el panorama en términos económicos se muestra favorable, más que todo porque ambas economías tanto la peruana como la estadounidense, muestran actualmente un recuperación y probable crecimiento para años futuros. Por otro lado, el TLC existente con Estados Unidos y las buenas relaciones bilaterales que el Perú mantiene con este país, favorece los trámites, condiciones de comercialización y el acceso a nuevos mercados. Cabe señalar que la empresa exportadora debe tomar atención en debilidad de las entidades públicas y la inestabilidad política que afecta al país, la cual puede afectar sus ingresos, así como poner énfasis en mantener una buena relación con las comunidades andinas, las cuales pueden llegar a ser conflictivas.
- En relación al microentorno, se concluye que la empresa exportadora puede llegar a tener un grado de influencia alto con sus proveedores, al no tener estos muchos conocimientos sobre la planta del molle. Se recomienda buscar proveedores especialmente de la zona sur andina del Perú; por otra parte, la existencia de competidores no es mucha; sin embargo, la empresa EOP en el 2020, ha poseído el 100% de la participación del mercado de las exportaciones a Estados Unidos, por lo que es una competencia importante, más aún por sus años de experiencia en el rubro. Finalmente, es importante señalar que la única empresa importadora de este producto, es la compañía distribuidora de esencias Berje Inc, la cual es una de las más importantes en su sector.

- Según el análisis del mercado, se concluye que este sector aún se encuentra en sus primeros años de desarrollo, por lo que las exportaciones pueden seguir aumentando. Además, gracias a que los aceites esenciales de diferentes plantas no compiten entre sí por sus diferentes propiedades, las posibilidades de productos sustituto se reducen. Cabe señalar, que el gran reto como empresa en este rubro es diversificar la cantidad de clientes, para así incrementar los volúmenes de exportación y abrirse mercado, el cual, actualmente se encuentra dominado por una sola empresa exportadora. Para lograr ello, la calidad de las materias primas, la relación con los proveedores, los recursos tecnológicos y la calidad del producto final resultan cruciales; a su vez, es importante que la empresa realice constantes estudios de mercados y participe en ferias internacionales, pues ambas decisiones son de vital importancia para conocer y captar potenciales clientes.
- Para entrar al mercado, se concluye que la estrategia genérica competitiva a implementar será la estrategia de enfoque con diferenciación, mediante la cual se busca un alto nivel de calidad y servicio con los clientes.
- Según, el análisis interno de la empresa, las fortalezas se enfocan en un conocimiento de las certificaciones necesarias, área disponible para operaciones, experiencia en negociación con proveedores y cierto conocimiento del proceso productivo, mientras que las debilidades giran en torno a un poco experiencia en comercio exterior, problemas financieros y poco conocimiento en estudios de mercado. Por lo tanto, las estrategias se centran en desarrollar las fortalezas y combatir las debilidades, con la finalidad de mitigar las amenazas existentes y no dejar de aprovechar las oportunidades.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADUANAS Y PROTECCIÓN DE FRONTERAS DE ESTADOS UNIDOS (CBP)

2021 *Sobre CBP*. Consulta: 25 de Abril de 2021.

<https://www.cbp.gov/about>

ALBARRACÍN, Gloria y Sonia, GALLO

2003 *Comparación de dos métodos de extracción de aceite esencial utilizando Piper Aduncum (Corodoncillo) procedente de la zona cafetera*. Manizales, diciembre 2003. Consulta: 28 de Abril de 2021.

<https://core.ac.uk/download/pdf/11051423.pdf>

ANGULO, Olga

2015 *Extracción y caracterización de aceite esencial del Molle Schinus linneopor medio de fluídos supecríticos*. Huancayo, 2015. Consulta: 14 de Abril de 2021.

[https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNCP\\_1634e2cd8e9cb3f10c4961526832e0e0/Details](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNCP_1634e2cd8e9cb3f10c4961526832e0e0/Details)

BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ (BCRP)

2021 *Calificaciones de riesgo dentro de la región*. Consulta: 10 de Abril de 2021.

[https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/488546/Calificaciones\\_de\\_Riesgo\\_ESP\\_ENG\\_2020-01-21.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/488546/Calificaciones_de_Riesgo_ESP_ENG_2020-01-21.pdf)

BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ (BCRP)

2021 *Diferencial de rendimiento del índice de bonos de mercados emergentes (EMBIG)-Perú*. Consulta: 10 de Abril de 2021.

<https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/resultados/PN01129XM/html>

BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ (BCRP)

2011 *Glosario de Términos Económicos*. Consulta: 10 de Abril de 2021.

<https://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/memoria-anual/memoria-2019.html>

BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ (BCRP)

2019 *Memoria anual del 2019*. Consulta: 20 de Septiembre de 2020.

<https://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/memoria-anual/memoria-2019.html>

BBC NEWS MUNDO

2020 *Las razones de la crisis política en el Perú y cuáles pueden ser sus salidas* [videograbación]. Consulta: 07 de Abril de 2021.

<https://www.youtube.com/watch?v=IAJXM0bQxoE>

BERJÉ

2021 *Acerca de /Historia*. Consulta: 25 de Abril de 2021.

<https://www.berjeinc.com/inhouse/about-history/>

BRINKS, Daniel y otros

2019 *Understanding Institutional Weakness: Power and Design in Latin American Institutions*. Cambridge University Press. Nueva York, 2019. Consulta: 07 de Abril de 2021.

[https://revistas.iaen.edu.ec/index.php/estado\\_comunes/article/view/157/249](https://revistas.iaen.edu.ec/index.php/estado_comunes/article/view/157/249)

CARREÑO, Adolfo

2017 *Cadena de suministro y logística*. Lima, Pontificia Universidad Católica del Perú. Consulta: 21 de Abril de 2021.

<https://corladancash.com/wp-content/uploads/2019/08/59-Cadena-de-suministros-y-logisti-Adolfo-Joseph-Carreno-Solis.pdf>

COMISIÓN FEDERAL DE COMERCIO (FTC)

2021 *Lo que hacemos*. Consulta: 25 de Abril de 2021.

<https://www.ftc.gov/es/acerca-de-la-ftc/lo-que-hacemos>

COOPER ACCIÓN

2016 *Súper ciclo y boom extractivo ¿Es lo mismo?* Consulta: 12 de Abril de 2021.

<http://cooperaccion.org.pe/super-ciclo-y-boom-extractivo-es-lo-mismo-por-jose-de-echave/>

CUELLAR, Eloy

2021 "Entrevista a Eloy Cuellar". 16 de abril.

DAVALOS, Luz

2016 *Planificación estratégica. Visión, misión, objetivos y estrategia*. Marzo 2016. Consulta: 30 de Abril de 2021.

<https://labcalidad.files.wordpress.com/2016/03/3-planificacic3b3n1.pdf>

DEFENSORÍA DEL PUEBLO

2021 *Paz social y prevención de conflictos*. Consulta: 25 de Abril de 2021.

[https://www.defensoria.gob.pe/areas\\_tematicas/paz-social-y-prevencion-de-conflictos/](https://www.defensoria.gob.pe/areas_tematicas/paz-social-y-prevencion-de-conflictos/)

DEFENSORÍA DEL PUEBLO

2021 *Reporte de conflictos sociales N°204*. Lima, febrero 2021. Consulta: 25 de Abril de 2021.

<https://www.defensoria.gob.pe/wp-content/uploads/2021/03/Reporte-Mensual-de-Conflictos-Sociales-N%C2%B0-204-febrero-2021.pdf>

**DIARIO GESTIÓN**

2014 *El problema de las debilidades institucionales en el Perú*. Consulta:07 de Abril de 2021.

<https://gestion.pe/economia/problema-debilidades-institucionales-peru-64641-noticia/>

**EL PERUANO**

2021 *Cobre sostendrá el desempeño económico del Perú en el 2021*. Consulta:10 de Abril de 2021.

<https://elperuano.pe/noticia/114915-cobre-sostendra-el-desempeno-economico-del-peru-en-el-2021>

**ESSENTIAL OILS PERÚ (EOP)**

2021 *Nosotros*. Consulta:26 de Abril de 2021.

<https://www.eopperu.com/nosotros/>

**EUROMONITOR INTERNATIONAL PASSPORT**

2020 *Fragrances in world-Datagraphics 2020*.Londres.

**FONDO MONETARIO INTERNACIONAL (FMI)**

2020 *Perspectiva de la economía mundial, octubre de 2020*.Consulta:21 de Octubre de 2021.

<https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2020/09/30/world-economic-outlook-october-2020>

**IN-COSMETICS GLOBAL**

2021 *Gestionar mi participación*. Consulta:28 de Abril de 2021.

<https://www.in-cosmetics.com/global/en-gb/exhibit/manage-participation.html>

**INDEXMUNDI**

2021 *Cobre cátodos grado a precio mensual*. Consulta:12 de Abril de 2021.

<https://www.indexmundi.com/es/precios-de-mercado/?mercancia=cobre&meses=120>

**INFOBAE**

2021 *La informalidad laboral aumentó en Perú a al menos 75% por la pandemia*. Consulta:25 de Abril de 2021.

<https://www.infobae.com/america/agencias/2021/02/26/la-informalidad-laboral-aumento-en-peru-a-al-menos-75-por-la-pandemia/>

**INSTITUTO DE INGENIEROS DE MINAS DEL PERÚ (IIMP)**

2020 *Jueves Minero / I Congreso de Competitividad Minera y Sostenibilidad* [videograbación]. Consulta:16 de Octubre de 2020.

<https://www.youtube.com/watch?v=OJeghJIotIg&t=7070s>

INSTITUTO DE INGENIEROS DE MINAS DEL PERÚ (IIMP)  
2021 *Perspectivas del cobre al 2035*. Consulta:10 de Abril de 2021.  
<https://iimp.org.pe/noticias/perspectivas-del-cobre-al-2035>

INSTITUTO PERUANO DE ECONOMÍA (IPC)  
2007 *Producto Bruto Interno*. Consulta:10 de Abril de 2021.  
[https://www.ipe.org.pe/portal/producto-bruto-interno/#:~:text=El%20Producto%20Bruto%20Interno%20\(PBI\)%20es%20el%20valor%20de%20los,valor%20de%20los%20bienes%20intermedios.](https://www.ipe.org.pe/portal/producto-bruto-interno/#:~:text=El%20Producto%20Bruto%20Interno%20(PBI)%20es%20el%20valor%20de%20los,valor%20de%20los%20bienes%20intermedios.)

INSTITUTO TECNOLÓGICO PERUANO RED CITE (ITP)  
2020 *Bienvenidos al CITE*. Consulta:10 de Septiembre de 2020.  
<https://www.itp.gob.pe/nuestros-cite/>

INSTITUTO TECNOLÓGICO PERUANO RED CITE (ITP)  
2020 *CITEagroindustrial Ica*. Consulta:10 de Septiembre de 2020.  
<http://www.itp.gob.pe/nuestros-cite/agroindustrial-y-alimentario/cite-ica/>

INSTITUTO TECNOLÓGICO PERUANO RED CITE (ITP)  
2020 *CITEagroindustrial Moquegua*. Consulta:10 de Septiembre de 2020.  
<http://www.itp.gob.pe/nuestros-cite/agroindustrial-y-alimentario/cite-agro-moquegua/>

LA REPÚBLICA  
2021 *El voto útil por Rosa María Palacios*. Consulta:07 de Abril de 2021.  
<https://larepublica.pe/opinion/2021/04/04/el-voto-util-por-rosa-maria-palacios/>

LÓPEZ, Roxana y Natali, CASO  
2015 *Rendimiento y Composición Química de Aceites Esenciales de Eucalyptus archeri y Schinus molle -Valle del Mantaro*. Tesis para optar el título profesional de Ingeniero Forestal y Ambiental. Huancayo: Universidad Nacional del Centro del Perú, Facultad de Ciencias Forestales y del Ambiente. Consulta: 27 de septiembre de 2020.  
<http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/3508/Lopez%20De%20La%20Cruz%20-%20Caso%20Orihuela.pdf?sequence=1>

MERCADOTECNIA TOTAL  
2017 *Estrategias de marketing derivadas de una matriz FODA*. Consulta:30 de Abril de 2021.  
<https://www.mercadotecniatotal.com/mercadotecnia/estrategias-de-marketing-derevidas-de-un-foda/>

## MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS (MEF)

2021 *Política Económica y Social, conoce los conceptos básicos para comprender la economía del país*. Consulta:10 de Abril de 2021.

[https://www.mef.gob.pe/es/?option=com\\_content&language=esES&Itemid=100694&view=article&catid=23&id=61&lang=es-ES](https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=esES&Itemid=100694&view=article&catid=23&id=61&lang=es-ES)

## MINISTERIO DE ENERGÍA Y MINAS (MINEM)

2021 *Boletín estadístico minero. Edición N°01-2021*.Lima, enero 2021. Consulta:10 de Abril de 2021.

<http://www.minem.gob.pe/minem/archivos/file/Mineria/PUBLICACIONES/VARIABLES/2021/BEM-01-2021.pdf>

## MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES (MRE)

2016 *Política exterior peruana*. Consulta:10 de Octubre de 2020.

<http://www.rree.gob.pe/politicaexterior/Paginas/Home.aspx>

## MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO (MINCETUR)

2013 *El ABC del comercio exterior, Guía de capacidades gerenciales de comercio exterior, Volumen I*. Lima, enero 2013.Consulta:07 de Abril de 2021.

[https://paideia.pucp.edu.pe/cursos/pluginfile.php/1926126/mod\\_resource/content/0/2013-GUIA\\_DE\\_CAPACIDADES\\_GERENCIALES\\_.pdf](https://paideia.pucp.edu.pe/cursos/pluginfile.php/1926126/mod_resource/content/0/2013-GUIA_DE_CAPACIDADES_GERENCIALES_.pdf)

## MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO (MINCETUR)

2020 *Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) 2025*. Consulta:08 de Abril de 2021.

<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/21903-plan-estrategico-nacional-exportador-2025>

## MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO (MINCETUR)

2019 *Política comercial del Perú recibe reconocimiento de miembros de la OMC*. Consulta:10 de Septiembre de 2020.

<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/61307-politica-comercial-del-peru-recibe-el-reconocimiento-de-los-miembros-de-la-omc>

## MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO (MINCETUR)

2020 *Reglamento del exportador autorizado permitirá reducción de tiempo y costos a exportadores*. Consulta:10 de Octubre de 2020.

<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/186694-reglamento-del-exportador-autorizado-permitira-reduccion-de-tiempo-y-costos-a-exportadores>

## MINISTERIO DEL AMBIENTE (MINAM)

2015 *Aprueban reglamento de gestión ambiental para la industria manufacturera y el comercio interno*. Consulta:20 de Octubre de 2020.

<https://www.minam.gob.pe/notas-de-prensa/aprueban-reglamento-de-gestionambiental-para-la-industria-manufacturera-y-el-comercio-interno/>

MORENO, Jeancarlos y otros

2010 *Modelación y optimización del proceso de extracción de aceite esencial de eucalipto (Eucalyptus globulus)*. Trujillo, 12 de junio 2010. Consulta: 20 de Octubre de 2020.

[https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/24111783\\_2e37782dbef327ae3b3c8d72bc40bad0/Details](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/24111783_2e37782dbef327ae3b3c8d72bc40bad0/Details)

NEIGHBOURWEBSJ

2021 *Mercado de aceites esenciales*. Consulta: 26 de Abril de 2021.

<https://neighborwebsj.com/uncategorized/5207516/cananga-essential-oil-market-increasing-demand-with-industry-professionals-augustus-oils-ltd-berje-inc-bontoux-s-a-charabot-co-inc/>

PATRONATO UNI

2021 *Luis Baba Nakao : Conferencia Magistral Perspectivas Económicas* [videgrabación]. Consulta: 07 de Abril de 2021.

<https://www.youtube.com/watch?v=mBboXOLu6-E&t=4324s>

PORTER, Michael 2008 “Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia”. Trigésima octava edición. México: Grupo editorial Patria.

REVISTA RUMBO MINERO

2021 *El Perú debe aprovechar superciclo del precio del cobre para impulsar la economía*. Consulta: 10 de Abril de 2021.

<https://www.rumbominero.com/noticias/mineria/el-peru-debe-aprovechar-superciclo-del-precio-del-cobre-para-impulsar-la-economia/>

REYNEL, Carlos y José, MARCELO RUMBO MINERO

2009 *Árboles de los ecosistemas forestales andinos. Manual de identificación de especies*. Serie de Investigación y Sistematización No.9. Programa Regional ECOBONA-INTERCOOPERATION. Consulta: 27 de septiembre de 2020.

<http://siar.minam.gob.pe/puno/sites/default/files/archivos/public/docs/1526.pdf>

ROBBINS Stephen y Mary COULTER

2010 *Administración*. Décima edición. México: Pearson Educación. Consulta: 24 de Abril de 2021.

<http://www.untumbes.edu.pe/vcs/biblioteca/document/varioslibros/0450.%20Administraci%C3%B3n.%20Robbins%2C%2010a.%20ed..pdf>

RODRIGUEZ, Vladimir

2011 *La debilidad institucional en el Perú: ¿La falta de competencia política limita el fortalecimiento inconstitucional?* Lima, noviembre 2011. Consulta: 07 de Abril de 2021.

<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/6490/5707>

UNIVERSIDAD DE BARCELONA

2021 *Destilación. Tipos de destilación*. Consulta: 28 de Abril de 2021.

<https://investigacion.cayetano.edu.pe/catalogo/productosnaturales/uiipn>

UNIVERSIDAD PERUANA CAYETANO HEREDIA (UPCH)

2020 *Unidad de investigación en productos naturales*. Consulta: 13 de Noviembre de 2020.

<https://investigacion.cayetano.edu.pe/catalogo/productosnaturales/uiipn>

VERITRADE

2020 Exportaciones de Perú al extranjero de partida arancelaria 3301299000 periodo 2012-2020. Consulta: 27 de Abril de 2021.

<https://business2.veritradecorp.com/es/mis-busquedas>



## ANEXOS

## Anexo A: Crecimiento de la manufactura no primaria por tipo de bienes

Tabla A1: Variaciones porcentuales de la manufactura no primaria por tipo de bienes (2017-2019)

Cuadro 11 CRECIMIENTO DE LA MANUFACTURA NO PRIMARIA POR TIPO DE BIENES (Variaciones porcentuales reales)				
	2017	2018	2019	Promedio 2010-2019
<b>Consumo masivo</b>	<b>0,3</b>	<b>2,4</b>	<b>1,9</b>	<b>2,2</b>
Productos lácteos	-5,0	0,9	5,5	1,9
Panadería	3,5	-0,9	18,2	2,9
Aceites y grasas	6,4	2,3	3,2	4,8
Productos alimenticios diversos	13,7	3,4	0,8	2,7
Cerveza y malta	0,0	-0,1	0,6	0,9
Bebidas gaseosas	-4,0	-10,4	14,7	2,0
Prendas de vestir	-3,6	6,9	-1,7	3,0
Calzado	18,7	-29,1	-21,9	-6,9
Muebles	-5,4	8,0	6,5	2,2
Otros artículos de papel y cartón	13,1	-4,5	-8,3	3,0
Productos de tocador y limpieza	-15,2	3,8	-1,1	1,8
Productos farmacéuticos	-7,4	4,0	0,4	-1,3
Manufacturas diversas	12,2	22,2	-0,9	6,4
<b>Insumos</b>	<b>-2,8</b>	<b>4,5</b>	<b>1,0</b>	<b>1,6</b>
Harina de trigo	1,2	3,5	11,4	2,2
Otros productos textiles	8,2	-2,9	-8,7	4,2
Madera procesada	-23,3	13,9	6,6	-0,5
Papel y cartón	-9,5	6,6	2,0	-0,8
Envases de papel y cartón	8,1	19,3	2,6	6,4
Actividades de edición e impresión	-16,0	-4,0	-12,2	-4,3
Sustancias químicas básicas	5,3	-0,7	1,6	6,1
Explosivos, esencias naturales y químicas	-4,2	10,3	-4,7	6,4
Caucho	7,9	-10,8	0,5	0,0
Plásticos	1,2	4,5	5,2	5,3
Vidrio	2,4	3,0	-8,3	-3,7
<b>Orientados a la inversión</b>	<b>-0,4</b>	<b>5,5</b>	<b>2,9</b>	<b>2,7</b>
Industria del hierro y acero	5,5	1,8	1,4	6,0
Productos metálicos	-4,3	11,7	7,2	4,4
Maquinaria y equipo	12,1	-10,4	-8,0	1,3
Maquinaria eléctrica	-12,7	28,5	-12,0	3,7
Material de transporte	22,4	-7,0	5,3	-0,6
Pinturas, barnices y lacas	5,3	3,5	-4,0	0,1
Cemento	-0,7	0,9	4,5	1,7
Materiales para la construcción	-3,1	2,3	2,8	0,4
Servicios industriales	-4,4	11,2	9,1	5,2
<b>Orientados al mercado externo</b>	<b>-1,3</b>	<b>0,1</b>	<b>-3,0</b>	<b>2,7</b>
Conservas de alimentos	-1,5	4,8	6,4	1,9
Fibras sintéticas	0,2	8,3	-25,2	-0,1
Hilados, tejidos y acabados	-1,8	-5,9	-8,6	1,2
Tejidos y artículos de punto	2,8	-4,2	-1,5	6,5
Prendas de vestir	-3,6	6,9	-1,7	3,0
<b>Total manufactura no primaria</b>	<b>-0,9</b>	<b>3,4</b>	<b>1,2</b>	<b>2,2</b>

Fuente: (BCRP 2019, cuadro 11)

## Anexo B: Inflación

Tabla B1: Variaciones porcentuales de la tasa de inflación (2017-2019)

INFLACIÓN (Variaciones porcentuales)					
	Peso	2017	2018	2019	Var.% prom. 2002-2019 1/
<b>IPC</b>	<b>100,0</b>	<b>1,36</b>	<b>2,19</b>	<b>1,90</b>	<b>2,74</b>
<b>1. IPC sin alimentos y energía</b>	<b>56,4</b>	<b>2,15</b>	<b>2,21</b>	<b>2,30</b>	<b>2,18</b>
<b>a. Bienes</b>	<b>21,7</b>	<b>1,24</b>	<b>2,25</b>	<b>1,39</b>	<b>1,80</b>
Textil y calzado	5,5	1,53	0,92	0,23	2,05
Aparatos electrodomésticos	1,3	0,89	1,32	0,34	-0,30
Resto industriales	14,9	1,16	2,83	1,90	1,81
<b>b. Servicios</b>	<b>34,8</b>	<b>2,70</b>	<b>2,19</b>	<b>2,86</b>	<b>2,46</b>
<i>del cual:</i>					
Educación	9,1	4,58	4,73	5,22	4,15
Alquileres	2,4	0,38	1,27	0,74	0,60
Salud	1,1	1,83	1,76	1,47	2,82
Transporte	8,9	1,38	1,09	2,15	2,56
Consumo de agua	1,6	13,04	0,00	5,01	4,73
<b>2. Alimentos y energía</b>	<b>43,6</b>	<b>0,46</b>	<b>2,17</b>	<b>1,43</b>	<b>3,31</b>
<b>a. Alimentos y bebidas</b>	<b>37,8</b>	<b>0,31</b>	<b>1,95</b>	<b>1,00</b>	<b>3,26</b>
<i>del cual:</i>					
Carne de pollo	3,0	-4,83	-1,32	-7,27	1,41
Pan	1,9	0,87	0,94	0,92	3,52
Arroz	1,9	2,11	-0,23	0,14	1,59
Azúcar	0,5	-3,67	-11,45	-7,00	1,48
Fideos	0,5	0,71	2,54	2,39	2,43
Aceites	0,5	4,84	-2,10	-2,28	2,97
Papa	0,9	-38,99	27,16	12,57	4,95
Pescado fresco y congelado	0,7	-7,23	-5,95	-2,53	2,45
Comidas fuera del hogar	11,7	3,65	2,19	1,69	3,65
<b>b. Combustibles y electricidad</b>	<b>5,7</b>	<b>1,55</b>	<b>3,67</b>	<b>4,32</b>	<b>3,67</b>
<b>Combustibles</b>	<b>2,8</b>	<b>3,95</b>	<b>5,35</b>	<b>-0,39</b>	<b>3,24</b>
Gasolina y lubricantes	1,3	5,05	7,75	0,64	2,78
Gas	1,4	3,08	3,28	-1,65	1,97
<b>Electricidad</b>	<b>2,9</b>	<b>-0,21</b>	<b>2,39</b>	<b>8,04</b>	<b>3,37</b>

Fuente: (BCRP 2019, cuadro 55)

### **Anexo C: Entrevista a Ingeniero forestal Eloy Cuellar**

Entrevista al ingeniero José Eloy Cuellar Bautista, profesor principal de la Universidad Nacional Agraria, La Molina y doctor en medio ambiente y desarrollo sostenible, bosques y cambio climático (entrevistado el día viernes 18 de abril del 2021 en Starbucks-La Fontana, La Molina).

#### **Buenas tardes ingeniero Eloy, ¿tiene alguna noción o conocimiento sobre el molle?**

Claro, Alonso. Personalmente, yo no he trabajado en alguna investigación del molle, sin embargo, este árbol es muy conocido a nivel nacional, podría decir que es el más abundante en el país, sobre todo en las regiones andinas, en muchos viajes de los que he tenido al interior del país, me he podido topar con alguno de ellos. Te comento, existe una crónica española de antaño, en la que Pizarro con los conquistadores al llegar al Perú, señalan que en todas de sus expediciones se encontraban con el árbol del molle, esto muestra que desde hace muchos años ya era notoria la abundancia de esta especie. Además, por lo que sé, este árbol se caracteriza por tener propiedades insecticidas y poseer un aroma espectacular, me parece raro que hasta ahora no exista una industria sólida en el país que extraiga aceites de esta planta o le de enfoque comercializador.

#### **Okey ingeniero. ¿Sabe si existen áreas cultivadas exclusivas para esta planta?**

En verdad Alonso, dudo que existan y si las hay son poquísimas. Este árbol por lo general se encuentra de forma silvestre tanto en la zona costeña como zona andina del país. Muchas comunidades andinas poseen dentro de su territorio varias plantaciones de molle, pero ni siquiera se dan cuenta de su valor, pues como te comento esta planta crece y se mantiene tan sólo por las lluvias. En Lima Metropolitana, sí puedes ver algunas plantaciones de molle que fueron sembradas por municipalidades, sin embargo, estas tienen un fin más de paisajista y con el objetivo de generar áreas verdes en las ciudades. Cabe señalar, que existen dos variedades del molle, el que te comento que es utilizado para parque y jardines, es el molle costeño, mientras el que yo he tenido la oportunidad de ver en su mayoría de forma silvestre, es el molle serrano, además tengo entendido que esta variedad, es la que da frutos y emite un aroma más fuerte.

**Ingeniero, ¿Usted sabe cuál es la región, ecosistema, microclima o territorio en la cual se pueda encontrar árboles de molle con una mejor producción y concentración de aceites esenciales?**

Mira, como te comenté no he realizado alguna investigación sobre el molle; sin embargo, por mi experiencia en otros árboles con propiedades y características similares a este, tengo la casi certeza que el sur andino (Ayacucho, Apurímac, Cuzco y Arequipa) es la zona en donde los árboles de esta especie, producirán mayores concentraciones de esencia, especialmente entre los 2000 a 3300 m.s.n.m. Sin embargo, te recomiendo que realices un muestreo por altitud y latitud, tomando cada 500 m.s.n.m , una muestra diferente de esta planta, para posteriormente lo lleves a un laboratorio, te recomiendo el de la facultad de química de la Universidad San Marcos, en donde la profesora Gladys Buytron puede ayudarte a realizar diferentes pruebas y así llegar a una conclusión en tu investigación, ya que cuenta con la última tecnología en extractores de esencias de plantas, justo a una de mis asesoradas de tesis la ayudo en su investigación para la extracción de aceite esencial de pino.

**Muchas gracias ingeniero por su tiempo.**

De nada, me parece muy importante que los alumnos investiguen sobre especies que abundan en el Perú y aún no se las explota, además el enfoque comercial que le estás dando es interesante, como yo le digo a mis alumnos, yo no estoy formando guardabosques sino más bien alumnos que rentabilicen los recursos del país con un enfoque de desarrollo sostenible. Saludos.