

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO**



**Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas**

**Carrera de Profesional de Administración y Negocios Internacionales**

**COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO INTERNACIONAL DE LA  
GRANADILLA PERUANA 2016-2020.**

Autores:

**Bach. Soto Celis, Luz Inés**

**Bach. Vásquez Idrogo, Leslie Yulissa**

Asesor:

**Mg. Anthony Rabanal Soriano**

Cajamarca – Perú  
Noviembre, 2021

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO**



**Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas**

Carrera de Profesional de Administración y Negocios Internacionales

**COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO INTERNACIONAL DE LA  
GRANADILLA PERUANA 2016-2020**

**Tesis para optar el título profesional de:**

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

**Bachilleres:**

Bach. Soto Celis, Luz Inés

Bach. Vásquez Idrogo, Leslie Yulissa

**Asesor:**

Mg. Anthony Rabanal Soriano

Cajamarca – Perú  
Noviembre, 2021

COPYRIGHT © 2021 by

**Soto Celis, Luz Inés**

**Vásquez Idrogo, Leslie Yulissa**

Todos los derechos reservados

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**  
**INTERNACIONALES**

**APROBACIÓN DE TESIS PARA OPTAR TÍTULO**  
**PROFESIONAL PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**  
**Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO INTERNACIONAL DE LA**  
**GRANADILLA PERUANA 2016-2020.**

Presidente	: Mg. Antero Manuel Zelada Chávarry
Secretario	: Dr. Andrés Gil Jáuregui
Vocal	: Dr. Armando Montenegro Cabrera
Asesor	: Mg. Anthony Rabanal Soriano

## **DEDICATORIA**

A nuestros padres.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios y a nuestras familias, que siempre estuvieron a nuestro lado durante nuestro proceso de formación profesional.

## RESUMEN

La presente investigación busca determinar la competitividad de la granadilla del Perú, dentro de las principales regiones productoras de granadilla se encuentra en la región de Cajamarca siendo uno de los principales productores de buena calidad y está dirigida a un mercado local como a los intermediarios y supermercados.

Esta investigación permite determinar si existe ventajas comparativas reveladas en la exportación de granadilla del Perú en los años 2016 – 2020, dicho estudio nos permite conocer la especialización exportadora que tiene el país implementando una asignación más eficiente en la producción de granadilla en las diferentes regiones donde se produce en mayor cantidad, y así logrando ampliar el intercambio comercial.

Para determinar la competitividad de este producto se utilizará la ventaja comparativa revelada que analizan las exportaciones de granadilla para los años 2016 – 2020, basándose en la hipótesis de que existen ventajas comparativas reveladas en las exportaciones de granadilla del Perú. Para determinar dichas ventajas se empleó el índice de Ventaja Comparativa Revelada (VCR), el cual se determinaría mediante el cálculo del total de exportaciones de Perú y del mundo, dichos resultados se obtendrán a través la partida arancelaria armonizada 081090, lo cual indicaría que entre +0.33 y

+1 existe ventaja comparativa, entre 0.33 y -1 existe desventaja comparativa en el ámbito de Perú y Entre -0.33 y +0.33 Existe tendencia hacia un comercio.

**Palabras claves:** Exportación, Granadilla, Ventajas Comparativas Reveladas.

## **ABSTRACT**

This research seeks to determine the competitiveness of the granadilla of Peru, within the main producing regions of granadilla it is located in the Cajamarca region, being one of the main producers of good quality and is aimed at a local market such as intermediaries and supermarkets.

This research allows to determine if there are comparative advantages revealed in the export of granadilla from Peru in the years 2016-2020, this study allows us to know the export specialization that the country has by implementing a more efficient allocation in the production of granadilla in the different regions where it is produced in greater quantity, thus managing to expand commercial exchange.

To determine the competitiveness of this product, the revealed comparative advantage analyzed by the granadilla exports for the years 2016-2020 will be used, based on the hypothesis that there are comparative advantages revealed in the granadilla exports from Peru. To determine the advantages, the Revealed Comparative Advantage (VCR) index was used, which would be determined by calculating the total exports of Peru and the world, these results will be obtained through the harmonized tariff heading 081090, which would indicate that between +0,33 and +1 there is a comparative advantage, between 0.33 and -1 there is a comparative disadvantage in Peru and between -0.33 and +0.33 there is a tendency to trade.

**Keywords:** Export, Granadilla, Comparative Advantages Revealed.



## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	5
AGRADECIMIENTO .....	6
RESUMEN.....	7
ABSTRACT.....	8
ÍNDICE DE TABLAS .....	11
ÍNDICE DE FIGURAS.....	12
CAPÍTULO I.....	13
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	13
1.1. Planteamiento del problema de investigación .....	14
1.2. Formulación del Problema. ....	17
1.2.1. Problema General.....	17
1.2.2. Problemas Específicos. ....	17
1.3. Justificación de la Investigación.....	17
1.4. Objetivos de la investigación .....	19
1.5. Objetivo General .....	19
1.6. Objetivos Específicos .....	19
CAPÍTULO II: .....	20
MARCO TEÓRICO.....	20
2.1. Antecedentes de estudio.....	21
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	21
2.1.2. Antecedentes Nacionales .....	23
2.1.3. Antecedentes Locales.....	26
2.2. Fundamentos Teóricos .....	28
2.2.1. Comercio Internacional.....	28
2.2.2. Exportaciones.....	30
2.2.3. Competitividad.....	32
2.2.4. Competitividad en el comercio internacional .....	35
2.2.5. Ventajas comparativas reveladas .....	36
2.3. Definición de Términos Básicos .....	40

2.4.	Hipótesis de la investigación .....	42
2.5.	Operacionalización De Variables .....	42
CAPÍTULO III:.....		43
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....		43
3.1.	Tipo de Investigación. ....	44
3.2.	Método de Investigación. ....	45
3.3.	Población y Muestra. ....	46
3.4.	Técnicas de Investigación. ....	46
3.5.	Instrumentos. ....	47
3.6.	Técnicas de Análisis de Datos. ....	48
3.7.	Aspectos éticos de la investigación.....	50
CAPÍTULO IV .....		51
RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....		51
4.1.	Presentación, análisis e interpretación de resultados .....	52
4.1.2.	Análisis de las exportaciones de granadilla a nivel mundial para los años 2016 al 2020. ....	53
4.1.3.	Análisis de las exportaciones de granadilla de los principales países exportadores para los años 2016 al 2020. ....	55
4.1.4.	Analizar las exportaciones de granadilla del Perú durante los años 2016 al 2020. ....	60
4.2.	Discusión .....	62
CAPÍTULO V:.....		63
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		63
4.1.	CONCLUSIONES.....	64
4.2.	RECOMENDACIONES .....	65
LISTA DE REFERENCIAS .....		66
Bibliografía .....		66
ANEXOS .....		75

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>TABLA 1.</b> OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	42
<b>TABLA 2.</b> LISTA DE LOS EXPORTADORES PARA EL PRODUCTO SELECCIONADO.....	48
<b>TABLA 3.</b> LISTA DE LOS EXPORTADORES PARA EL PRODUCTO SELECCIONADO.....	48
<b>TABLA 4.</b> EXPORTACIONES MUNDIALES TOTALES DE LA PARTIDA 081090 .....	52
<b>TABLA 5.</b> EXPORTACIONES MUNDIALES TOTALES.....	52
<b>TABLA 6.</b> EXPORTACIÓN PERUANA DE LA PARTIDA 081090 .....	53
<b>TABLA 7.</b> EXPORTACIONES PERUANAS TOTALES .....	53
<b>TABLA 8.</b> RESULTADOS DE VCR .....	53
<b>TABLA 9.</b> EXPORTACIONES MUNDIALES DE LA PARTIDA 081090 PARA LOS AÑOS 2016 AL 2020.....	53
<b>TABLA 10.</b> PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES – PARTIDA ARANCELARIA 081090 ..	56

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>FIGURA 1:</b> EXPORTACIONES MUNDIALES DE LA PARTIDA 081090 PARA LOS AÑOS 2016 AL 2020.....	54
<b>FIGURA 2.</b> PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES – PARTIDA ARANCELARIA 081090...	58
<b>FIGURA 3.</b> EXPORTACIONES PERUANAS DE GRANADILLA - PARTIDA 081090 .....	60

## **CAPÍTULO I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1. Planteamiento del problema de investigación**

La granadilla o también llamada *Passiflora Ligularis*, es una planta que viene de origen de los Andes de la familia *Passifloraceae*. Este fruto se siembra a una altura de 900 a 2700 m.s.n.m. en zonas con clima entre 14 y 24 °C y necesita suelos fuertes y profundos con riego técnico y buenos fertilizantes, (Serpa Jaime, 2018).

Dentro de los principales países productores de granadilla encontramos a América del Sur, Colombia, México, Estados Unidos, y también a Centro América y las Indias. Por otro lado, los principales consumidores son los países de Francia, Holanda, Alemania, España. Dentro de los países antes mencionados, Colombia ocupa un lugar muy importante dentro de la oferta agrícola debido al alto nivel de consumo de dicha fruta, de acuerdo a AGRONET (Red de información y comunicación del sector Agropecuario Colombiano), el área sembrada de granadilla en los últimos 5 años fluctúa entre 4000 y 4300 Ha, con un rendimiento promedio de 10 a 12 toneladas por Ha, con un rendimiento aproximado de 50,000 toneladas en producción nacional, (Ministerio De Comercio Exterior y Turismo, 2005).

Perú ha exportado granadilla durante los años 2016 y 2020 mediante la partida arancelaria armonizada 081090, a los principales países de Viet Nam, Tailandia, Países Bajos, China, Turquía y Colombia; donde la mayor producción se ha centrado en las regiones de Junín, Huánuco, Pasco y Cajamarca. Por tal

motivo el Ministerio Agrario y Riego del Perú quiere alcanzar nuevos mercados como, Corea del Sur y Sudáfrica, (SENASA, 2020).

Nuestro país es uno de los productores de granadilla donde se cosecha casi todo el año y tiene varias regiones productoras donde dicha especie es cultivada, entre estos destacan Pasco, Huánuco, Puno, Junín, Cajamarca, La Libertad y Piura. Por otro lado, la venta de granadilla se realiza con una mayor frecuencia en las regiones de Cerro de Pasco, Cajamarca, Huánuco y la Libertad, donde cada año se tiene un mayor crecimiento tanto en el mercado local y nacional, (Quesquén Valdivia, 2017).

Según las estadísticas del comercio para el desarrollo internacional conocida como TRADEMAP, el país con mayor exportación mundial de las demás frutas u otros frutos, frescos con la partida arancelaria armonizada 081090 incluyendo la granadilla es Viet Nam con un valor de 1,341,076 toneladas, mientras que Perú se ubica en el puesto 14 con un valor de 63,788 toneladas. (Ver anexo 01)

En Perú durante los últimos 5 años las exportaciones de granadilla, el crecimiento de las exportaciones de este producto ha sido importante, teniendo en cuenta que desde el año 2016 al 2020, el porcentaje de crecimiento promedio fue de 15.26%. (El Peruano, 2021)

La producción de granadilla en la región Cajamarca se viene dando en los distritos de Querocoto y Huambos en Chota-Cajamarca, donde ha sido orientada por Sierra Exportadora a la buena estandarización de calidad y producción para la

comercialización de la granadilla mejorada de la Asociación de Frutos Ecológicos (ASPROFE). En estos distritos, se produce la granadilla tipo colombiana y está dirigida a un mercado local como a los intermediarios y supermercados de Lambayeque y Piura (Andina, 2016).

La necesidad de determinar la competitividad de la granadilla local con miras a convertirse en una opción de desarrollo agroexportador de la región, debido a que la región de Cajamarca se ha consolidado como una de la principal región productora de granadilla del Perú, actualmente la Asociación de Productores Agropecuarios Choicopico del distrito de Querocotillo, donde para este año triplicaron su producción de granadilla de 5 a 15 toneladas por hectárea, tras acceder a un Plan de Negocio del Programa Agroideas del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (Midagri), debido a las condiciones del suelo y clima que son propicias para la siembra de dos campañas anuales y así poder obtener una mayor cuota de mercado nacional e internacional, (Andina, 2021).

En tal sentido, siendo de relevancia el desarrollo de mercados, es necesario trazar o definir la capacidad que tienen los productores locales para confrontar a los competidores que encuentren en el mercado.

De acuerdo a lo anterior podemos utilizar una herramienta como la ventaja comparativa revelada que hace que los productos de los mercados de cualquier país, tengan oportunidad de crecimiento y mejora para las ganancias a través de un



estudio de desempeño y competitividad productiva y comercial. (Ramírez Padrón, Caamal Cauich , Pat Fernández, & Martínez Luis, 2018)

## **1.2. Formulación del Problema.**

### **1.2.1. Problema General.**

¿Cuál es la competitividad del Perú en la comercialización internacional de granadilla para entre los años 2016 – 2020?

### **1.2.2. Problemas Específicos.**

- ¿Cómo han sido las exportaciones de granadilla a nivel mundial para los años 2016 al 2020?
- ¿Cómo han sido las exportaciones de granadilla del Perú durante los años 2016 al 2020?

## **1.3. Justificación de la Investigación**

### **Teórica**

De acuerdo al enfoque de la teoría de la competitividad, tal como indica Porter (1990), se basa en que las economías logren con astucia mantenerse dentro de los mercados internacionales, y a su vez busquen estrategias que les permitan incrementar esa participación, lo cual logre incrementar su producción aunada al desarrollo de las herramientas tales como: diferenciación, costos, enfoque. Considerando además lo que indica Vernon R. (1996) respecto al ciclo de vida de esta competitividad en el

mercado, puesto que se presentan también etapas de introducción, desarrollo y declive.

Estos enfoques teóricos de la competitividad son los que justifican la investigación presente investigación ya que desde la explosión agroexportadora de nuestro país es necesario indagar y determinar si nos encontramos en una posición competitiva en el mercado internacional.

### **Metodológica**

Metodológicamente hablando, surge la necesidad y oportunidad de utilizar, dentro de esta investigación, una de las herramientas metodológicas que se han desarrollado en los últimos años para reflejar la competitividad en el ámbito del comercio internacional, como es la Ventaja comparativa revelada que, además de su fácil aplicabilidad, evidencia de manera compacta si las exportaciones peruanas de granadilla se encuentran en una posición competitiva.

### **Práctica**

La producción y comercialización internacional de granadilla en distrito de Querocoto, es de gran importancia, debido a que actualmente no cuenta con ningún estudio realizado en dicho sector, sin embargo, en la región de Cajamarca se desconoce los procesos y reglamento para poder realizar una cadena productiva de exportación, la presente investigación se realizará con el fin de determinar y analizar la competitividad del Perú en

la comercialización internacional de granadilla entre los años 2016 – 2020, puesto que los niveles de exportación y producción de granadilla son elevados y muy importantes dentro de la economía de nuestro país, proponiendo la comercialización internacional de granadilla, a fin de introducir un producto cajamarquino al mercado internacional, cumpliendo los estándares de calidad necesarios.

Con la comercialización de granadilla podríamos generar una mayor producción a los productores del distrito de Querocoto, con el fin de que puedan exportar sus productos y promover el crecimiento económico dentro de la región, buscando el objetivo de posicionar al país a nivel internacional como uno de los principales exportadores de granadilla.

#### **1.4.Objetivos de la investigación**

#### **1.5.Objetivo General**

Determinar la competitividad del Perú en la comercialización internacional de granadilla para entre los años 2016 – 2020.

#### **1.6.Objetivos Específicos**

- Analizar las exportaciones de granadilla a nivel mundial para los años 2016 al 2020.
- Analizar las exportaciones de granadilla del Perú durante los años 2016 al 2020.

**CAPÍTULO II:**  
**MARCO TEÓRICO**

## **2.1. Antecedentes de estudio**

### **2.1.1. Antecedentes Internacionales**

Nicolás N & Favila T. (2019) investigan sobre “La competitividad de México en la exportación de limón a Países Bajos”, analizando la competitividad de las exportaciones mexicanas de limón dirigidas hacia Países Bajos como punto de referencia comercial del mercado europeo, utilizando como instrumento para dimensionar a la competitividad a la Ventaja Comparativa Revelada (VCR). Concluyendo que los crecimientos de la ventaja sugirieron que el limón proveniente de México no sólo posee ventajas en el mercado seleccionado, sino que dichas ventajas han sido crecientes en los últimos años.

Vanegas Mendieta & Patiño Castro (2018 ) investigan el “Comparativo de las oportunidades de negocio de aguacate colombiano y mexicano hacia Estados Unidos entre 2007 y 2017” analizaron las ventajas que puede llegar a tener un país aprovechando los productos que le generan menor costo a la hora de producir y exportar, utilizando el índice de ventaja comparativa revelada VCR, que busca evidenciar el comparativo de los dos países en cuanto a su especialización en la exportación de aguacate, obteniendo como resultados que el mercado norteamericano de aguacate tiene un crecimiento permanente periodo a

periodo, la demanda de dicho producto tiene una curva ascendente, su primer y mayor proveedor históricamente ha sido México con cantidades que generan un monopolio del mercado y que claramente se evidencia la poca competencia que le pueden generar otros proveedores. Concluyendo que el mercado del aguacate mexicano en este momento no tiene competencia, pero tiene tendencias a perder parte del mercado americano que en periodos futuros lo puede afectar, en este momento países como Colombia y Perú son países potencialmente competidores no por la cantidad sino por el prospecto nivel de exportación que van a pueden llegar a tener.

Fernández Gómez (2016) investiga el “Análisis de la competitividad de las frutas exóticas caso maracuyá y granadilla como oportunidad de negocio en el mercado mexicano”, analizó la competitividad de las frutas exóticas caso maracuyá y granadilla como oportunidad de negocio en el mercado Mexicano, con el fin de incentivar las exportaciones y la economía del país, utilizando los indicadores de la Ventaja Competitiva Revelada e indicadores de competitividad sectorial CAN (Portal de la Comunidad Andina), concluyendo que los de competitividad necesarios, para convertirse en pilares económicos por tal motivo es necesario realizar procesos de industrialización, los cuales impliquen inversión e investigación y desarrollo dentro del mercado nacional e internacional.

Fiallos Moreno (2020), realizó “Análisis y proyección de la demanda de pitahaya de Ecuador a Singapur 2014-2019”, analizo los factores y medios para que sea factible la exportación de pitahaya desde Ecuador hasta Singapur el tipo de proyección a futuro que pueda tener esta fruta no tradicional y el impacto económico, utilizando los programas y la metodología CAN (Portal de la Comunidad Andina) y software MAGIC, obteniendo como resultados el análisis efectuado de la demanda de kilogramos, control fitosanitario de pitahaya. Concluyendo el año 2019 se exportarán alrededor de 374 mil kilogramos y para el 2020 aproximadamente 347 mil kilogramos, lo que podría ser un gran impacto positivo para la economía ecuatoriana.

Los antecedentes internacionales encontrados y a los que se hacen referencia tratan en su mayoría de la relación de ventajas competitivas reveladas y la producción, exportación de frutas cítricas dentro de ellas la granadilla donde permite visualizar el crecimiento económico del sector agrícola y también en la economía de cada país.

### **2.1.2. Antecedentes Nacionales**

Alvarez Leiva (2020) investigó “Determinación de la competitividad y los factores que afectan las exportaciones de jengibre

peruano (2012 -2019)”. Analizó la evolución de las exportaciones de este producto para conocer si su crecimiento había sido constante o no, utilizando el diseño no experimental, el software IBM SPSS, el índice de Ventaja Comparativa Revelada (ICVR), obteniendo como resultados de la investigación se obtuvieron de la aplicación del Modelo de Regresión Lineal Múltiple, con el cual se pudo identificar qué factores tuvieron una incidencia significativa en las exportaciones peruanas de jengibre en el período 2012-2019, los cuales permitieron confirmar la correlación existente entre la mayoría de los factores analizados y también se determinó que la producción de jengibre no contaba con una relación relevante con la exportación de este producto en el periodo estudiado. Concluyendo que Perú tiene una ventaja comparativa revelada en la exportación de jengibre respecto al total de países de Sur América, sin embargo, durante el período 2012 – 2019, se fue perdiendo ligeramente competitividad, mostrando una tendencia decreciente.

Quesquén Valdivia (2017) en su investigación “Comercio internacional y competitividad de granadilla Peruana, 2008-2016”, analizó el comercio internacional y la competitividad de la granadilla peruana, utilizando las teorías del comercio internacional para determinar la importancia en nuestro país la comercialización de este producto e informar a los productores, instituciones públicas y privadas que fomente más la exportación, obteniendo como resultados que los



principales países exportadores de acuerdo a la participación mundial y nivel de competitividad (Vietnam y Tailandia), el volumen de exportación y de los principales países importadores se eligió a China y Países Bajos. Concluyendo de acuerdo con los resultados de esta investigación ha quedado demostrado que el comercio internacional y la competitividad de Granadilla durante el periodo 2008 - 2016 han sido favorables.

Serpa Jaime (2018) en su estudio “Exportación de granadilla fresca con destino al mercado de Amsterdam – Holanda”, analizó el incremento y diversificación de la oferta exportable y promoción de productos en mercados internacionales como Holanda con estrategias de diferenciación, promoviendo un producto de calidad. utilizando 5 aspectos fundamentales: Organización y aspectos legales, plan de marketing internacional, plan de logística internacional, plan de comercio internacional y plan económico financiero, obteniendo como resultados el incremento y diversificación de la oferta exportable y promoción de productos en mercados internacionales como Holanda con estrategias de diferenciación, promoviendo un producto de calidad, concluyendo que Perú posee condiciones adecuadas en cuanto a clima, suelo y otros para abastecer una demanda favorable de granadilla, es por ello que el cultivo de este producto se da en más de 10 departamentos y también Perú es uno de los principales países que exporta a Holanda.

Balvin Calderón (2016), estudio “Competitividad De La Oferta Exportable De La Palta Hass (Persea Americana) En El Mercado De Estados Unidos”, analizando los factores que determinan la competitividad de la oferta exportable en la cadena productiva de la palta Hass, utilizando la evaluación del proceso de generación de valor, cadena de valor, las cinco fuerzas de Porter y el método de ventaja comparativa revelada. Obteniendo como resultados La ventaja comparativa de las exportaciones es mayor que cero ( $VCE > 0$ ), la ventaja comparativa de las importaciones ( $VCI < 0$ ); la ventaja comparativa revelada mayor que cero ( $VCR > 0$ ) y la ventaja comparativa revelada simétrica mayor que cero ( $VCRS > 0$ ). Concluyendo Perú mostró valores mayores que cero y cercanos a uno confirmándose que tiene ventajas comparativas para atender al mercado de EEUU. Por otro lado, Perú también mostró niveles de competitividad mayores a México y Chile en el comercio internacional de esta fruta.

### **2.1.3. Antecedentes Locales**

García Ríos & Morales Chuquipoma (2018) en su investigación “Ventajas comparativas reveladas de los principales productos agroexportables del Perú en el año 2016”, analizó y determinó cuáles son las ventajas comparativas reveladas de las exportaciones de Perú

hacia Europa y las ventajas competitivas de las importaciones de Europa hacia el Perú entre los años 2016, puesto que los niveles de exportación e importación son elevados y muy importantes para la economía de nuestro país. Utilizando el índice de VCR (ventaja comparativa revelada), el que sería calculado mediante las exportaciones agropecuarias no tradicionales del Perú y del mundo, un valor mayor a cero indicaría productos con una ventaja comparativa revelada. Por el contrario, un valor negativo indicaría una desventaja comparativa revelada. Obteniendo como resultados se determinó que los principales productos agroexportables del Perú son: las uvas frescas con 53,287 toneladas siendo el producto que más se exporta los productos con mayor ventaja comparativa son: los mangos congelados con un IVCR 53.33, en este caso el Perú presenta mayor ventaja comparativa que Polonia; las uvas frescas cuya ventaja es del 46.60 veces más que Chile. Concluyendo que las uvas frescas tienen mayor ventaja comparativa con relación a los demás productos exportados a nivel mundial con un índice del 2.517; el cual al ser mayor a 1, hace que la participación del Perú en las exportaciones mundiales de uva fresca sea 2.517.

Cabanillas Alfaro & Sánchez Chávez (2016) en su investigación “Impacto de la cadena productiva de exportación en la rentabilidad de la asociación andina de cultivos y crianzas san pablo, como productor de aguaymanto en el periodo 2016-2018”, se planteó analizar que la cadena

productiva de exportación mejorará la rentabilidad de la Asociación Andina de Cultivos y Crianzas San Pablo, como productor de aguaymanto en el periodo 2016 - 2018 con el objetivo de identificar y proponer una cadena productiva de exportación que permita analizar y maximizar la rentabilidad, utilizando utiliza la variable de ingreso para determinar el impacto en sus estados financieros proyectados a 5 años, en sus indicadores VAN y TIR, de datos de la asociación y los datos de producción obtenidos por CEDEPAS norte (Centro ecuménico de promoción y acción social), obteniendo como resultados la cadena productiva sin exportación sus principales eslabones; son producción y comercialización esto genera una TIR de 13% y una VAN de 2, 548,614 soles, cuando se incorpora la cadena productiva de exportación se añaden dos eslabones los cuales son; transformación y exportación generando una TIR de 16% y una VAN es de 10, 269,002 soles siendo esta mayor que la cadena productiva sin exportación. Concluyendo que las condiciones de la asociación en la ciudad de San Pablo son óptimas para incorporar la cadena productiva de exportación ya que aumentará su rentabilidad.

## **2.2. Fundamentos Teóricos**

### **2.2.1. Comercio Internacional**

El comercio internacional, se define como el conjunto de transacciones comerciales realizadas entre privados, residentes en distintos países. A diferencia del comercio interior, donde las

transacciones comerciales se efectúan dentro de un espacio económico, monetario y jurídico relativamente homogéneo, las transacciones comerciales internacionales se realizan entre operadores comerciales privados situados en diferentes ordenamientos jurídicos y con acentuadas diferencias económicas y sociales. (Huesca Rodríguez, 2012)

Se llama comercio internacional a todas las transacciones comerciales hechas entre privados de diferentes países. Mientras que el comercio interior, son las transacciones comerciales realizadas dentro de un espacio económico, monetario y jurídico ciertamente homogéneo; tenemos que las transacciones comerciales internacionales se efectúan con especialistas comerciales privados que se encuentran en distintos ordenamientos jurídicos, económicos y sociales.

Para Huesca Rodríguez (2012) nos dice que todas las operaciones de importación y exportación de bienes y servicios viene a ser comercio internacional; representada y regulada por su derecho administrativo económico o por el derecho comunitario. El comercio internacional se concibe como un conjunto de operaciones de importación y de exportación de bienes y de servicios, caracterizadas por una fuerte presencia pública en cuanto que realizadas por un Estado determinado y reguladas por su derecho administrativo económico o por el Derecho comunitario en el caso de países pertenecientes a la Unión Europea- o por otro Derecho suprarregional similar.

Entendemos como comercio internacional al estudio de las causas y leyes que administran los cambios de los bienes y servicios entre los distintos países que tienen un interés y necesidad de bienes escasos. La diferencia del comercio internacional con otro tipo de comercio, es que al intercambiar bienes se traspasan los límites de un país. Al cruzar la frontera debe estar resguardada por aduana las entradas y salidas de mercancías de dicho país.

El comercio internacional estudia las causas y leyes que gobiernan los intercambios de bienes y servicios entre los habitantes de los diferentes países en su interés por satisfacer sus necesidades de bienes escasos. Es importante destacar una cualidad que hace diferente al comercio internacional de cualquier otro tipo de comercio y es que para poder realizar este intercambio de bienes se debe atravesar las fronteras de un país. Usualmente esta frontera que se cruza está controlada por una aduana que se encarga de controlar la entrada y salida de recursos. (De La Hoz Correa, 2013)

### **2.2.2. Exportaciones**

De acuerdo a La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (2021), SUNAT, la exportación es el régimen aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para uso o consumo definitivo en otro país y donde aplican controles vigentes para poder controlar la normativa vigente. Y donde también se puede embarcar directo

dependiendo al tipo de mercancía, donde un exportador también tiene que cumplir diferentes requisitos y etapas del procedimiento de exportación.

Según Galindo & Viridiana Ríos (2015), definen a las exportaciones, son la venta o donación de bienes y servicios de los diferentes países. Las exportaciones son importantes debido a que generan un crecimiento económico, una mejor productividad y también genera empleos dentro el país, también se puede definir como el tráfico de mercancías las cuales son vendidas a otros países con fines comerciales.

De acuerdo a la Organización Mundial del Comercio (2005), OMC la exportación consiste en la obtención de beneficios por la venta de bienes y servicios a países del extranjero y donde también menciona que dichas exportaciones generan ingresos para el país que vende un producto o servicio, por lo que son fuente de riqueza y crecimiento económico y sobre todo es una forma haber conocido las mercancías locales en los mercados internacionales.

Dentro de la exportación encontramos tipos de exportación que es:

- **Exportación directa:** es la modalidad más ambiciosa, donde el exportador administra todo el proceso de exportación, esto permite obtener un mayor control ejercido sobre todo el proceso de exportación; potencialmente mayores ganancias; relación directa con los mercados internacionales, con los clientes, mejor

crecimiento en conocimientos en el rubro y ganar experiencia para poder participar de manera competitiva. (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2017)

- **Exportación indirecta:** Es una forma interesante de comenzar a colocar los productos propios en el extranjero, desde la identificación del mercado hasta el cobro de lo vendido, debido a que existe una relación de manera directa entre comprador y exportador y también facilita las conexiones con las empresas importadoras y sobretodo presenta un menor riesgo para la empresa exportadora lo cual es más beneficiosa. (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2017)

### **2.2.3. Competitividad**

#### **A. Definición**

Porter, M (1990) define la competitividad como la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo, se basa en el aumento de la productividad.

La competitividad mantiene o aumenta la participación de los mercados internacionales, y así paralelamente actúa con las necesidades de la población y todo se basa en el aumento de la producción.

Porter E. (1982) la competitividad es la fuerza de un emprendimiento para el intercambio de productos mejorando las



condiciones de precio, calidad y oportunidad de los competidores. También establece que es una cualidad de las empresas y no de los países. La competitividad también es de una empresa o de un grupo que está determinada por cuatro atributos fundamentales de su base local: 68 condiciones de los factores, condiciones de la demanda, industrias. Tales así también cuentan con atributos y una gran interacción que explican por qué innovan y se mantienen competitivas las compañías ubicadas en determinadas regiones y países.

Gracia Hernández, (2008) indica que la competitividad es un negocio donde se tiene la capacidad de participar dentro de un sector, región o país, con ventajas para unirse al mercado internacional de manera eficiente. Obteniendo como resultado el beneficio de las economías de escala: la calidad, la tecnología, lo cual permite obtener una buena negociación y así poder lograr mejorar la comercialización internacional, llegando a desarrollar de manera eficiente la mano de obra y en general un marco económico adecuado para las actividades de producción.

Ivancevich & Lorenzi, (1997), la competitividad es lo que mide a un país, revisando sus reglas de mercado libre, para ser competente de la producción de bienes y servicios que permiten el ingreso a los mercados a nivel internacional, manteniendo y aumentando al mismo tiempo, la renta real de sus ciudadanos.

Porter E. (1982) menciona estrategias que se usan de manera única o en un grupo determinado, para poder posicionarse en el mercado y aventajar a la competencia siendo líderes en los costos, diferenciación y enfoque los cuales podrían usarse para crear en el largo plazo esa posición defendible que sobrepasa el desempeño de los competidores en una industria: El liderazgo en costos, la diferenciación y el enfoque.

Vernon, R. (1996) sostiene, que los productos tienen un ciclo de vida, tienen una introducción al mercado, su crecimiento, madurez y un declive. El ciclo de vida de un producto comienza con un estímulo para innovar ante las necesidades y oportunidades del mercado; tiene dos funciones en esta teoría: es fuente de estímulo para empresas innovadoras y producción. Es decir, las empresas tienden a ser estimuladas por las necesidades y oportunidades del mercado, el cual cumple dos funciones importantes en esta teoría: no sólo resulta ser fuente de estímulo para la empresa innovadora, sino que también es el lugar preferido para la producción.

Porter E. (1982) afirma que la estrategia competitiva, son las acciones agresivas y de defensa para una empresa ante otra empresa con productos similares, las cuales responden a las cinco fuerzas competitivas que el autor señala como grado de competencia para una empresa y así tener resultado de la inversión.

#### **2.2.4. Competitividad en el comercio internacional**

La competitividad internacional es la astucia de una empresa para obtener un buen y mejor rendimiento ante la competencia en el mercado internacional y mantenerse en el tiempo con un buen producto acogido, y así ver el rendimiento de la producción. (Peña Vines & Triguero Sánchez, 2011)

La competitividad internacional es medida por diferentes tipos y niveles de complejidad, teorías y confianza que brinda. También cuenta con 2 indicadores con diferentes conceptos: el índice de los tipos de cambio real efectivo de la revista Inglesa *The Economist* y el *World Competitiveness Yearbook* (Anuario de la Competitividad Mundial) del Instituto Internacional para el Desarrollo de la Capacidad de Gestión. Posteriormente se presentará la contribución de la CEPAL, a través del programa Análisis de la competitividad de los países (CAN). (Botero Pinzon, 2014)

La competitividad del comercio internacional, es un intercambio de bienes como productos y servicios entre países alrededor del mundo y también es el resultado del entretendido de una serie de factores económicos, geográficos, sociales y políticos, que forma la base de la estructura del desarrollo de la nación, se realiza utilizando divisas que están sujeto a regulaciones adicionales que establecen los participantes en el intercambio y los gobiernos de sus países de origen. Como la

producción de bienes y servicios de mayor calidad y menor precio que los competidores. (Anguiao Zúñiga, 2017)

La competitividad internacional es la reciprocidad de bienes y servicios entre dos o más países del mundo, así también el resultado de un conjunto de factores económicos, geográficos, sociales y políticos, utilizando monedas conforme lo forman los que integran este tipo de intercambio y los gobernantes de cada país.

#### **2.2.5. Ventajas comparativas reveladas**

La ventaja comparativa es el beneficio que hay entre los países comerciantes de exportaciones e importaciones de sus productos con mayor ventaja para ambos. También obtiene ventaja si al momento de producir un bien en otro país con sus términos la oportunidad de hacerlo es menor que en cualquier otro país.

Inicialmente, el concepto de ventaja comparativa revelada fue desarrollado por Liesner (Liesner, 1958) y, posteriormente, Balassa amplió su alcance y creó un índice que ha sido aceptado y utilizado en gran medida para identificar patrones de comercio entre países. Este índice toma al mercado internacional como el lugar en donde tanto el patrón de especialización como las ventajas comparativas se encuentran, el indicador se usa para identificar ventajas o desventajas comparativas

entre un país y sus socios comerciales u otros grupos de países. (Malca, O., Florián, S., Barrantes, S., Cerdán, Zhu, 2016)

Las ventajas comparativas reveladas muestran patrones de organización coherentes al comercio exterior, se compara con el producto de las exportaciones del otro país con el mismo rubro de producción mundial. También conocido como indicador Balassa, y utilizado para estudiar las ventajas y desventajas comparativas de los cambios comerciales entre países.

La ventaja de su aplicación radica en que usa información del comercio internacional para determinar el grado de competitividad que tiene un producto de un país determinado. Balassa (1965) añadió el término de índice de ventaja comparativa revelada (IVCR) con el fin de indicar que las ventajas comparativas entre naciones pueden ser reveladas por el flujo del comercio de mercancías, por cuanto el intercambio real de bienes refleja los costos relativos y también las diferencias que existen entre los países, no necesariamente por factores de mercado. Este índice define la ventaja comparativa de un país "i" en un bien "j" como:

$$IVCR_{ij} = (X_{ij}/X_j)/(X_i/X)$$

Dónde:

- $IVCR_{ij}$ : es el índice de ventaja comparativa revelada del país  $i$  en el bien  $j$ .
- $X_{ij}$ : representa las exportaciones del país  $i$  del producto  $j$ .
- $X_j$ : se refiere a las exportaciones mundiales del producto  $j$ .
- $X_i$ : son todas las exportaciones totales del país  $i$ .
- $X$ : representa las exportaciones totales del resto de los países.

En este indicador se compara la participación de mercado que tiene el país " $i$ " en la exportación del bien " $j$ " en relación a la exportación total en el mercado internacional de ese bien. ( $X_{ij}/X_j$ ). Esta relación la compara con la participación que tiene el país " $i$ " en el mercado total de exportaciones internacionales ( $X_i/X$ ). (Ivancevich, J & Lorenzi, P, 1997)

Según Durán Lima & Álvarez (2008) mencionan que un índice de VCR mayor que cero será indicativo de la existencia de un sector competitivo con potencial; y un índice negativo, de un sector importador neto carente de competitividad frente a terceros mercados, donde indica que se pueden tomar valores positivos o negativos, donde indicarán de un déficit o superávit en la totalidad de las exportaciones y también se logra determinar si hay una ventajas o desventaja en la comercialización internacional. De tal manera mencionan en el Índice de Balassa forma parte del índice de ventajas comparativa revelada y mide el grado de importancia de la exportación de un determinado

producto a un mercado, versus la importancia de las exportaciones del mismo producto a nivel mundial, donde recomiendan que se debe realizar la utilización de las siguientes escalas:

Entre +0.33 y +1 → Existe ventaja para el país.

Entre -0.33 y -1 → Existe desventaja para el país.

Entre -0.33 y +0.33 → Existe tendencia hacia un comercio intraproducto.

Para poder dar una lectura de índice normalizado de VCR recomiendan la utilización de las escalas antes mencionadas: entre +0.33 y +1 (existe ventaja para el país); entre -0.33 y -1 (existe desventaja para el país).

Normalizar:  $\frac{\text{Índice} - 1}{\text{Índice} + 1}$

Este índice forma parte de la familia de indicadores de ventaja comparativa revelada, y es el más conocido. También se lo suele denominar Índice de Balanza Comercial Relativa (IBCR), ya que está construido sobre el saldo comercial como información de referencia en el numerador, en relación al total de intercambios comerciales (Durán Lima & Alvarez, 2008).

Según Malca G., (2016) indica que las ventajas comparativas reveladas nos permite identificar aquellos productos de sectores que

tienen capacidad de competir internacionalmente, utilizado para analizar las ventajas o desventajas comparativas de los intercambios comerciales de un país con sus socios comerciales y también considera al mercado internacional como el espacio donde se refleja el patrón de especialización y las ventajas comparativas y sobre todo permiten identificar patrones de estructura relacionadas con el comercio entre diferentes países a nivel internacional, donde pueden ser cuantificadas a través de la comparación de la misma importancia de un determinado sector.

### **2.3. Definición de Términos Básicos**

**Balanza Comercial:** Muestra el valor total de las exportaciones e importaciones de bienes o mercancía de un país en un periodo determinado, (BCRP, 2018).

**Ventajas Comparativas:** Un país posee ventaja en la producción de un bien dado si el costo de oportunidad de producirlo en términos de otro es menor en ese país que en otros, (Sánchez Galán, 2019).

**Ventaja Comparativa Revelada:** nos permite identificar aquellos productos de sectores que tienen capacidad de competir internacionalmente. (Malca G., 2016)



**Competitividad:** capaz de competir y competitividad capacidad de competir, rivalidad para la consecución de un fin, también empresa o país para obtener rentabilidad en el mercado frente a sus otros competidores. (Labarca, Nelson, 2007)

**Importación:** Registro de la compra del exterior de bienes o servicios realizada por una empresa residente que da lugar a una transferencia de la propiedad de los mismos (efectiva o imputada), principalmente para satisfacer el consumo que a veces no se puede abastecer con los propios recursos del país, (BCR, (2004)

**Exportación:** es básicamente todo bien o servicio legítimo que el país productor envíe como mercancía a un tercero, para su compra o utilización, (BCR. 2004).

## 2.4.Hipótesis de la investigación

El Perú posee competitividad en la comercialización internacional de granadilla entre los años 2016 – 2020.

## 2.5.Operacionalización De Variables

**Tabla 1.**

Operacionalización de Variables.

Variable	Definición	Definición Operacional	Indicadores	Índice	Instrumento
Competitividad en la comercialización de granadilla	Competitividad: es un intercambio de bienes como productos y servicios entre países alrededor del mundo. (Anguiao Zúñiga, 2017) La investigación podríamos decir que la competitividad, es el intercambio de ventas que salen de nuestro país pero del producto granadilla.	Participación de mercado que tiene el país "i " en la exportación del bien "j " en relación a la exportación total en el mercado internacional de ese bien (Xij/Xj); dividido por la relación entre la participación que tiene el país "i " en el mercado total de exportaciones internacionales (Xi/X). (Durán Lima & Alvarez , 2008)	Exportaciones de granadilla desde Perú. (Partida arancelaria 081090)	IVCRij = (Xij/Xj)/(Xi/X)	Ficha de registro documental.
			Exportaciones Mundiales de granadilla (Partida arancelaria 081090)		
			Exportaciones Peruanas Totales		
			Exportaciones totales mundiales		

### **CAPÍTULO III:**

## **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1. Tipo de Investigación.**

La investigación que se va a realizar presenta los siguientes tipos de investigación:

**Diseño:** No experimental.

Debido a que los datos recopilados proceden de Trade Map, y son procesados sin ninguna alteración o manipulación de las variables. Como mencionan Tafur Portilla, & Izaguirre Sotomayor (2016), que un estudio no experimental es aquel en el cual no hay ningún control de variables.

Para el presente estudio se analizan los datos de las exportaciones FOB de la partida Arancelaria 081090 que representa a una familia de productos similares y que contiene a la granadilla. Estos datos serán usados para calcular la ventaja comparativa revelada de esta partida.

Los resultados obtenidos sobre la VCR para el periodo de estudio, permitirá identificar si existe o no ventaja comparativa para los años 2016 – 2020 con respecto a países competidores en todo el mundo.

**Descriptiva:**

Según Tafur Portilla, & Izaguirre Sotomayor (2016), mencionan en su investigación que el tipo de investigación descriptiva es la que toma información actualizada acerca de un conjunto de muestras de fenómenos, de realizarla, por lo tanto, intenta resolver un problema teniendo en cuenta a las variables.

Esta investigación busca describir la competitividad de las exportaciones peruanas en la comercialización de granadilla, para cada uno de los años del periodo de estudio 2016 al 2020, lo cual nos permitirá conocer la especialización exportadora del Perú.

### **3.2. Método de Investigación.**

Para Hernández Sampieri, (2014) el método inductivo se aplica en los principios descubiertos a casos particulares, a partir de un enlace de juicios se usa cuando se procesan y se analizan los datos obtenidos de los cuestionarios aplicados y en el análisis e interpretación de la información.

Donde también indica que es una estrategia de razonamiento que se basa en la inducción de premisas particulares para así poder generar conclusiones generales, donde se apoya en observaciones específicas y también se presta para la exploración de datos.

Como menciona Dávila Newman, (2006) el método inductivo permite expresarse en términos de probabilidades tendencias o posibilidades basándose en hechos recopilados mediante la observación.

El método utilizado es el inductivo puesto que se pretende realizar generalizaciones a partir del análisis anual de las cantidades de exportación de granadilla peruana para los años 2016 – 2020.

### **3.3.Población y Muestra.**

Tal como se indica en párrafos anteriores, la presente investigación utiliza la información de las exportaciones de la partida arancelaria 081090 para un periodo de tiempo específico, en este caso, comprendido desde el año 2016 hasta el año 2020. Pero el indicador de VCR no sólo utiliza las exportaciones del país, sino que también las contrasta con las exportaciones mundiales para esos mismos periodos.

#### **Población:**

Tal cual se indicó, cada uno de los datos de exportaciones del país y del mundo los encontramos para cada uno de los años desde los cuales se tienen registros oficiales. Para este se considera como población a las exportaciones anuales de la partida arancelaria 08109.

#### **Muestra**

De acuerdo al periodo de estudio que se abarca, que comprende 5 años, la muestra estará dada por las exportaciones anuales de la partida arancelaria 08109 desde el año 2016 hasta el año 2020.

### **3.4.Técnicas de Investigación.**

La técnica utilizada para el presente estudio es el análisis documental, tal como menciona Arias Gonzales , (2020) este recopila información de documentos oficiales y que proporcionan fuentes de principales, datos que son procesados por el investigador y permiten que se obtengan los resultados y conclusiones del estudio. del mismo modo Arias Gonzales , (2020) considera

que la característica retrospectiva de esta técnica, hace posible que el investigador pueda recopilar información de documentos que poseen información de años previos para así realizar los cálculos necesarios.

Como técnica de investigación tenemos al uso de información secundaria. Tal como indica (González Río, 1997) este tipo de datos indican el uso de información que ha sido elaborada por otros investigadores o son preexistentes de alguna fuente oficial. lo que concuerda con lo indicado por Arias Gonzales , (2020) en el párrafo anterior. Además, donde la información se recolectó de las diferentes fuentes confiables tales como: artículos, científicos, documentos estadísticos de los institutos y portales de estadística: tales como la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), Estadísticas del Comercio Internacional (TRADEMAP), y el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) y El Sistema Integral de Información de Comercio Exterior (SIICEX).

Los cuales se utilizarán como un instrumento de ficha registral para poder realizar un análisis documental.

### **3.5.Instrumentos.**

El instrumento utilizado es la ficha de registro documental, que en línea con lo establecido por Arias Gonzales , (2020), este instrumento permite recopilar la información o datos relevantes, obtenidas de distintas fuentes de información, El mismo Arias Gonzales , (2020) indica que es normal su uso en las ciencias relacionadas a la economía y contabilidad, y que además no

existe un formato único pues este se adapta a las necesidades de la investigación.

**Tabla 2.**

Lista de los exportadores para el producto seleccionado

<b>Lista de los exportadores para el producto seleccionado</b>					
Producto: 081090 Tamarindos frescos, los anacardos, la jaca, litchis, sapotillos, maracuyá, carambola, pitahaya ...					
Unidad : Dólar Americano miles					
<b>Exportadores</b>	<b>Valor exportado en 2016</b>	<b>Valor exportado en 2017</b>	<b>Valor exportado en 2018</b>	<b>Valor exportado en 2019</b>	<b>Valor exportado en 2020</b>

**Tabla 3.**

Lista de los exportadores para el producto seleccionado

<b>Lista de los exportadores para el producto seleccionado</b>					
Producto: TOTAL Todos los productos					
Fuentes: Cálculos del ITC basados en estadísticas de UN COMTRADE e del ITC.					
Unidad : Dólar Americano miles					
<b>Exportadores</b>	<b>Valor exportado en 2016</b>	<b>Valor exportado en 2017</b>	<b>Valor exportado en 2018</b>	<b>Valor exportado en 2019</b>	<b>Valor exportado en 2020</b>

**3.6.Técnicas de Análisis de Datos.**

Para procesar los datos estadísticos recopilados de las diferentes organizaciones se utilizará el programa Excel, como herramienta para



procesar datos. Y además se empleará el Índice de Ventaja Comparativa Revelada  $IVCR_{ij} = (X_{ij}/X_j)/(X_i/X)$ , con el cual indicaremos la ventaja comparativa en las exportaciones de granadilla de Perú.

Dónde:

- $IVCR_{ij}$ : es el índice de ventaja comparativa revelada de Perú en la granadilla.
- $X_{ij}$ : representa las exportaciones de Perú en la granadilla.
- $X_j$ : se refiere a las exportaciones mundiales de la granadilla.
- $X_i$ : son todas las exportaciones totales de Perú.
- $X$ : representa las exportaciones totales del resto de los países.
- Entre +0.33 y +1            Existe ventaja comparativa en el ámbito mundial para la granadilla.
- Entre -0.33 y -1            Existe desventaja comparativa en el ámbito de Perú para la granadilla.
- Entre -0.33 y +0.33            Existe tendencia hacia un comercio de granadilla.

**Normalizar:**  $\frac{\text{Índice} - 1}{2}$

$\frac{\text{Índice} + 1}{2}$

### **3.7.Aspectos éticos de la investigación**

La presente investigación se respetará todos los derechos de autor respectivos, a través de una adecuada cita y referencia de las investigaciones y opiniones utilizadas.

La información utilizada en esta investigación corresponde a fuentes oficiales los cuales se toman de manera fidedigna la que será procesada de acuerdo a los términos planteados en la metodología correspondiente.

Se respetarán las condiciones de acceso de la información estadística, de tal manera no se manipularon ningún dato. Los resultados o hallazgos de la investigación estarán disponibles para la comunidad académica y científica.

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

## 4.1. Presentación, análisis e interpretación de resultados

### 4.1.1. Competitividad del Perú en la comercialización de granadilla

Determinar la competitividad del Perú en la comercialización internacional de granadilla para entre los años 2016 – 2020.

Se emplea el Índice de Ventaja Comparativa Revelada  $IVCR_{ij} = (X_{ij}/X_j)/(X_i/X)$ , con el cual indicaremos la ventaja comparativa en las exportaciones de granadilla de Perú.

Datos:

**Tabla 4.**

Exportaciones mundiales totales de la partida 081090

	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020
	\$3,064,409.0	\$3,845,043.0	\$3,950,275.0	\$4,307,529.0	\$3,880,454.0
Mundo	0	0	0	0	0

**Tabla 5.**

Exportaciones mundiales totales

Exportadores	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020
	\$15,797,329,860.0	\$17,427,030,242.0	\$19,169,698,116.0	\$18,591,310,421.0	\$17,142,104,584.0
Mundo	0	0	0	0	0

**Tabla 6.**

Exportación Peruana de la partida 081090

Exportadores	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020
Perú	\$41,180.00	\$59,914.00	\$71,178.00	\$68,209.00	\$63,788.00

**Tabla 7.** Exportaciones Peruanas totales

Exportadores	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020
Perú	\$36,039,994.00	\$44,237,949.00	\$47,223,269.00	\$45,135,222.00	\$38,757,234.00

**Tabla 8.** Resultados de VCR

Exportador	VCRn 2016	VCRn 2017	VCRn 2018	VCRn 2019	VCRn 2020
Perú	0.709738	0.719825	0.759453	0.734128	0.758178

Exportador	PROMEDIO	OBSERVACIÓN/RESULTADO
Perú	0.736	Ventaja Comparativa

Del resultado de esta investigación podemos tomar puntos tales como que la competitividad de granadilla entre los años 2016 – 2020 con la partida arancelaria 081090, donde se aprecia que la exportación de Perú durante dicho periodo se logró determinar que tienen Ventaja Comparativa Revelada (VCR) de 0.736,

#### 4.1.2. Análisis de las exportaciones de granadilla a nivel mundial para los años 2016 al 2020.

**Tabla 9.**

Exportaciones mundiales de la partida 081090 para los años 2016 al 2020.

Exportadores	Valores Exportados 2016 - 2020 (FOB)				
	2016	2017	2018	2019	2020
Mundo	\$3,064,409.00	\$3,845,043.00	\$3,950,275.00	\$4,307,529.00	\$3,880,454.00

En la tabla 1, se presenta el valor de exportación a nivel mundial durante el periodo 2016 – 2020, expresado en miles de dólares americanos (USD). También muestra las exportaciones que han tenido un crecimiento ascendente con referente al año 2016 – 2019, en el año 2020 las exportaciones obtuvieron un crecimiento descendente debido a la crisis mundial causada por la pandemia la Covid-19.



*Figura 1: Exportaciones mundiales de la partida 081090 para los años 2016 al 2020.*

Como vemos en la figura anterior, las exportaciones de la partida arancelaria que contempla a la granadilla, se aprecia que a largo de los años 2016

al 2019 existe una tendencia creciente en las exportaciones de esta partida, con montos de exportación entre 3 y 4.5 millones de dólares anuales. Situación que cambia durante el 2020, indica que ha ido disminuyendo debido a que en dicho año inicia la pandemia.

**4.1.3. Análisis de las exportaciones de granadilla de los principales países exportadores para los años 2016 al 2020.**

**Tabla 10.**

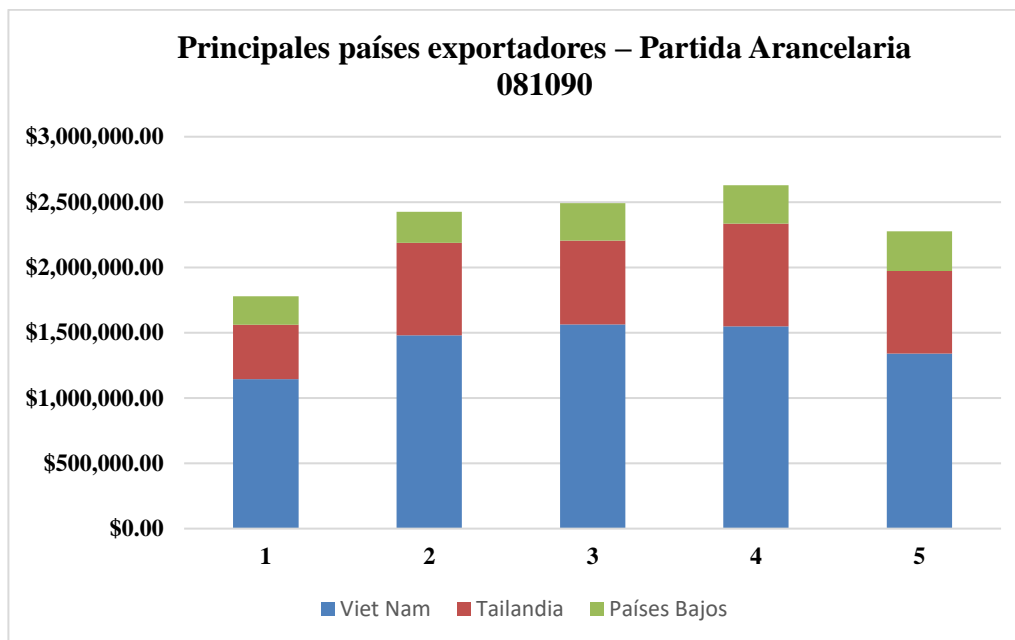
Principales países exportadores – Partida Arancelaria 081090

<b>Nº</b>	<b>Exportadores</b>	<b>Valor exportado en 2016</b>	<b>Valor exportado en 2017</b>	<b>Valor exportado en 2018</b>	<b>Valor exportado en 2019</b>	<b>Valor exportado en 2020</b>
	Mundo	\$3,064,409.00	\$3,845,043.00	\$3,950,275.00	\$4,307,529.00	\$3,880,454.00
<b>1</b>	Viet Nam	\$1,144,740.00	\$1,479,306.00	\$1,563,283.00	\$1,549,394.00	\$1,341,076.00
<b>2</b>	Tailandia	\$415,410.00	\$709,184.00	\$640,477.00	\$785,921.00	\$630,149.00
<b>3</b>	Países Bajos	\$219,321.00	\$236,407.00	\$286,543.00	\$293,639.00	\$305,914.00
<b>4</b>	China	\$167,986.00	\$126,473.00	\$160,001.00	\$244,837.00	\$252,802.00
<b>5</b>	Turquía	\$104,253.00	\$97,302.00	\$115,029.00	\$98,166.00	\$126,075.00
<b>6</b>	Hong Kong, China	\$89,457.00	\$123,789.00	\$82,966.00	\$121,181.00	\$105,764.00
<b>7</b>	Ecuador	\$10,228.00	\$15,786.00	\$41,598.00	\$69,241.00	\$92,677.00
<b>8</b>	India	\$81,263.00	\$109,477.00	\$98,482.00	\$114,529.00	\$89,878.00
<b>9</b>	España	\$89,324.00	\$118,550.00	\$91,875.00	\$96,150.00	\$87,874.00
<b>10</b>	Estados Unidos de América	\$62,342.00	\$63,640.00	\$67,961.00	\$70,094.00	\$78,293.00
<b>11</b>	Colombia	\$57,044.00	\$62,041.00	\$74,863.00	\$80,197.00	\$76,931.00
<b>12</b>	Taipei Chino	\$36,355.00	\$33,955.00	\$48,563.00	\$63,374.00	\$69,839.00
<b>13</b>	Egipto	\$127,819.00	\$97,836.00	\$77,755.00	\$71,830.00	\$66,519.00
<b>14</b>	Perú	\$41,180.00	\$59,914.00	\$71,178.00	\$68,209.00	\$63,788.00
<b>15</b>	México	\$21,989.00	\$27,966.00	\$25,752.00	\$28,535.00	\$42,814.00
<b>16</b>	Azerbaiyán	\$11,814.00	\$13,843.00	\$17,841.00	\$26,830.00	\$36,740.00
<b>17</b>	Sudáfrica	\$51,916.00	\$53,015.00	\$33,547.00	\$33,349.00	\$33,437.00
<b>18</b>	Francia	\$15,286.00	\$26,152.00	\$18,560.00	\$24,754.00	\$22,077.00
<b>19</b>	Israel	\$31,109.00	\$28,983.00	\$23,646.00	\$18,643.00	\$21,207.00
<b>20</b>	Alemania	\$13,956.00	\$12,880.00	\$15,649.00	\$16,514.00	\$20,110.00



En la tabla 10 se presenta el valor de exportación de los principales países exportadores de granadilla con la partida arancelaria 081090, en el mundo en miles de dólares americanos (USD), fue elaborada teniendo en cuenta la participación de mercado de cada país se pudo elegir a Viet Nam, Tailandia y Países Bajos, como los 3 principales países exportadores mundiales, debido a la alta participación.

También podemos observar las exportaciones ascendentes para los países de Viet Nam, Tailandia y Países Bajos, en los años 2016 las exportaciones de Viet Nam superaron a las de Tailandia y Países Bajos y así mismo las exportaciones de Tailandia superaron a Países Bajos, para el año 2017 las exportaciones de Viet Nam superaron a las de Tailandia, así mismo Tailandia superó las exportaciones de Países Bajos, para el año 2018 las exportaciones de Viet Nam superaron a las de Tailandia, así mismo Tailandia superó las exportaciones de Países Bajos, para el año 2019 las exportaciones de Viet Nam lideró las exportaciones mundiales ante los países de Tailandia y Países Bajos. Sin embargo para el año 2020, las exportaciones de Viet Nam, Tailandia y Países Bajos obtuvieron un descenso debido a la actual coyuntura que estamos pasando la Covid-19. Las exportaciones descendentes que obtuvieron Viet Nam como de Tailandia, en el año 2020 con referente a los años anteriores, sin embargo dichos países siguieron liderando las exportaciones, para el año 2020 las exportaciones de Viet Nam superaron a las de Tailandia, en el año 2020 Tailandia superó las exportaciones de Países Bajos, sin embargo para en el 2020 Países Bajos obtuvo un crecimiento de manera ascendente con referente al año 2019.



*Figura 2. Principales países exportadores – Partida Arancelaria 081090*

Podemos ver en esta imagen, los principales países exportadores de la partida arancelaria de la granadilla, se evalúa que durante los años 2016 al 2019 existe exportaciones de la partida arancelaria 081090, de manera creciente hasta el año 2019, y cambia durante el 2020 debido al inicio de la pandemia.

Viet Nam es el primer país exportador más grande a nivel mundial que ha demostrado que el crecimiento de sus exportaciones mundiales de Granadilla y también su principal comprador es china, en los años 2016 - 2018 de un monto de \$1,144,740.00, en el año 2017 obtuvo un crecimiento de \$1,479,306.004, las exportaciones para el año 2018 son de \$1,563,283.00, sin embargo para el años 2019 donde el monto total para dicho año es \$1,549,394.00, dichas exportaciones obtuvieron un crecimiento de manera descendente obteniendo una diferente entre

los años 2018 – 2019 de \$13,889, y también para el año 2020 las exportaciones llegaron a un monto de \$1,341,076, sin embargo siguieron disminuyendo obteniendo una diferencia de \$208,318, esto ocurre debido a la pandemia que se está viviendo actualmente.

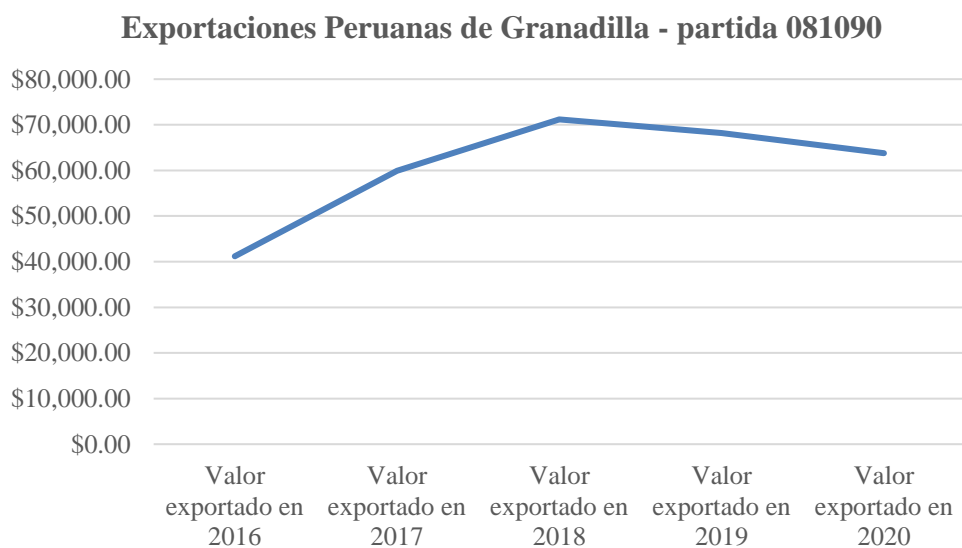
Tailandia que es el segundo exportador más grande a nivel mundial ha mostrado grandes crecimientos en la evolución de sus exportaciones de granadilla ya que su mayor comprador es Viet Nam seguido de China, para el año 2016 se las exportaciones obtuvieron un monto de \$415,410, para el año 2017 obtuvo un crecimiento de \$709,184, para el año 2018 las exportaciones son de \$ 640,477 en este año se obtuvo un crecimiento de manera descendente de una diferencia de un monto -\$ 68,707.00 , sin embargo para el años 2019 un crecimiento donde el monto total para dicho año es \$ 785,921 obteniendo una diferencia de \$145,444.00 y para el año 2020 las exportaciones obtuvieron una caída de -\$155,772 debido a la pandemia que se está viviendo actualmente.

Países Bajos que es el tercer exportador más grande a nivel mundial ha mostrado grandes crecimientos en la evolución de sus exportaciones de granadilla, para el año 2016 se las exportaciones obtuvieron un monto de \$219,321 para el año 2017 obtuvo un crecimiento de \$236,407 para el año 2018 las exportaciones son de \$286,543.00, para el años 2019 obtuvo un crecimiento de \$293,639 y para el año 2020 las exportaciones obtuvieron un crecimiento de un monto de \$305,914 es el primer país a nivel mundial que se ha mantenido las exportaciones de manera ascendente en medio de la actual pandemia.

Estos países son los principales exportadores de granadilla debido a que conforman la mayor parte de las exportaciones mundiales de granadilla con la partida arancelaria 081090 de tal manera llegan a obtener una mayor participación en el mercado internacional.

A nivel mundial las exportaciones de granadilla siguieron en aumento en los últimos 5 años debido al incremento del poder adquisitivo en los países compradores.

**4.1.4. Analizar las exportaciones de granadilla del Perú durante los años 2016 al 2020.**



**Figura 3.** *Exportaciones Peruanas de Granadilla - partida 081090*

Podemos ver en la figura según las exportaciones Peruanas de Granadilla con partida 081090, se aprecia en la imagen que a largo de los años 2016 al 2018 existe una creciente en el valor de exportaciones de esta partida, con montos de

exportación de 70 millones de dólares anuales. A partir del 2018 empieza a caer el valor de las exportaciones, en el año 2019 las exportaciones se sigue manteniendo con referente al 2018, sin embargo para el año 2020 las exportaciones de granadilla ha descendido de una manera significativa esto se debe a la actual pandemia que actualmente se vive a nivel mundial.

## 4.2. Discusión

Los resultados de la investigación indican que el Perú posee ventaja comparativa revelada para el periodo 2016 - 2020, tal como Quesquén Valdivia, (2017) logró determinar en su investigación comercio internacional y competitividad de granadilla del para el periodo 2008 – 2016. Lo que permite consolidar los resultados puesto que esta competitividad se está manteniendo a lo largo del tiempo.

Así mismo también señala Malca G. (2016) que si el VCR es mayor a +0.33 y +1, entonces se concluye que el país posee ventajas comparativas en el ámbito mundial para la exportación de granadilla. Por lo tanto al encontrarse con un resultado positivo, determina que Perú posee altos índices de ventaja comparativa para la partida arancelaria 081090, lo cual se evidenció para los últimos años que las exportaciones han ido incrementando de manera ascendente.

Del mismo modo también mencionan Álvarez Berrio & Zuleta Cardeño, (2020) que la granadilla y pitahaya para el año 2016 presentan crecimientos mayores a un 15%, y donde se determinara que en el país de Colombia posee altos índices de ventajas comparativas como competitivas, de la misma forma el Ministerio de Agricultura y Riego, (2018) menciona que las exportaciones granadilla en Perú para los años 2014-2018 ha ido creciendo paulatinamente, donde representa una tasa de crecimiento promedio del 11.8%. Y durante muestra que colombia muestra que es uno de los principales competidores en la producción y exportación de granadilla.

**CAPÍTULO V:**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **4.1.CONCLUSIONES**

- Del estudio se concluye que el país posee competitividad en exportaciones de granadilla para los años 2016 – 2020 ya que se obtuvo un índice de VCR de 0.736.
- Las exportaciones de granadilla a nivel mundial entre los años 2016-2020 presentan fluctuaciones a lo largo del periodo de estudio, sin embargo para el año 2020 tuvieron un comportamiento descendente debido a la pandemia (COVID 19) , aunque la tendencia creciente se mantiene.
- De acuerdo a los resultados de la investigación ha quedado demostrado que las exportación de granadilla peruana durante el periodo 2016-2020 ha sido favorable y de una manera competitiva, ha tenido como resultado de un índice de Ventaja Comparativa Revelada positiva.



## 4.2.RECOMENDACIONES

- Debido a que Perú se sitúa en el puesto 14 con las exportaciones más altas en los últimos 5 años. Para penetrar en el mercado mundial se puede un exportador debe ofrecer un producto de buena calidad, un buen servicio y precio, y también poder realizar una estrategia de marketing organizada, participar de ferias nacionales e internacionales y así poder desarrollar un mercado con mayor competitividad.
- Para poder seguir teniendo una tendencia positiva en la exportación de granadilla cada país exportador deberá mejorar su capacidad productiva, a través del apoyo de adopción de tecnología, fortalecimiento de asistencia técnica, herramientas para poder combatir los insectos, brindar capacitaciones a los productores, participar en ferias internacionales, esta manera se creará conciencia de que la calidad de nuestro producto, y el cuidado de nuestros campos, es lo que nos dará sostenibilidad en el tiempo, así también para poder mejorar el precio de exportación.
- Para que la competitividad de exportación de granadilla siga siendo favorable para el Perú se debe mejorar los diferentes aspectos ya antes mencionados y de tal manera brindar asesorías para obtener mejores beneficios que se tiene por los tratados de libre comercio y de esta manera tendremos mejores oportunidades en el mercado internacional.

## LISTA DE REFERENCIAS

### Bibliografía

Ministerio De Comercio Exterior y Turismo. (Octubre de 2005). *Planes Operativos de Productos Seleccionados POP'S*. Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/27710.PDF>

Sánchez Galán, J. (7 de mayo de 2019). *Ventaja comparativa*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-comparativa.html#:~:text=La%20ventaja%20comparativa%20es%20la,relativamente%20menos%20recursos%20que%20otro.&text=El%20modelo%20de%20la%20ventaja,ventaja%20absoluta%20de%20Adam%20Smith>.

Álvarez Berrio, J. E., & Zuleta Cardeño, A. M. (4 de agosto de 2020). - *Principales Factores Para El Desarrollo De Las Ventajas Comparativas En Las Exportaciones Del Sector Frutícola Colombiano*. Obtenido de <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/6160/Principales%20factores%20para%20el%20desarrollo%20de%20las%20ventajas%20comparativas%20en%20las%20exportaciones%20del%20sector%20frut%C3%A9cola%20colombiano.pdf?sequence=1>

Alvarez Leiva, M. J. (2020). *Determinación De La Competitividad Y Los Factores Que Afectan Las Exportaciones De Jengibre Peruano (2012 -2019)* . Obtenido de [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/10663/1/2020\\_Alvarez%20Leiva.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/10663/1/2020_Alvarez%20Leiva.pdf)

Andina. (02 de Febrero de 2016). *Implementarán 65 ha de granadilla de exportación en región Cajamarca*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-implementaran-65-ha-granadilla-exportacion-region-cajamarca-599033.aspx>

Andina. (26 de Abril de 2021). *Día de la Granadilla: productores de Cajamarca triplicaron producción de esta fruta*. Obtenido de [https://andina.pe/agencia/noticia-mundial-rusia-2018-peru-queda-el-puesto-20%C2%B0-del-certamen-714963.aspx/\(www.facebook.com/noticia-dia-de-granadilla-productores-cajamarca-triplicaron-produccion-esta-fruta-842784.aspx](https://andina.pe/agencia/noticia-mundial-rusia-2018-peru-queda-el-puesto-20%C2%B0-del-certamen-714963.aspx/(www.facebook.com/noticia-dia-de-granadilla-productores-cajamarca-triplicaron-produccion-esta-fruta-842784.aspx)

Anguiao Zúñiga, G. (27 de mayo de 2017). *La competitividad en el comercio internacional*. Obtenido de <https://prezi.com/wppaofsgob1/la-competitividad-en-el-comercio-internacional/>

Arias Gonzales , J. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica*. Perú: [https://www.researchgate.net/publication/350072286\\_TECNICAS\\_E\\_INSTRUMENTOS\\_DE\\_INVESTIGACION\\_CIENTIIFICA](https://www.researchgate.net/publication/350072286_TECNICAS_E_INSTRUMENTOS_DE_INVESTIGACION_CIENTIIFICA).

Arroyo Cossio, A. J., & Hernández Flores, A. A. (15 de Marzo de 2021). *Competitividad de la fresa mexicana en el mercado estadounidense de 1992 a 2017*. Obtenido de <http://revista.corpoica.org.co/index.php/revista/article/view/1414/849>

Balassa. (1965). *Comparative Advantage by Sector of Industry, Brazil 1986-2001*. California, San Diego: Marc-Andreas Muendler.

- Balvin Calderón, E. (2016). “*Competitividad De La Oferta Exportable De La Palta Hass (Persea Americana) En El Mercado De Estados Unidos*”. Obtenido de <https://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/2744/E71-B34-T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- BCR. (26 de Marzo de 2004). *Publicaciones y Seminarios*. Obtenido de [https://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario/i.html#:~:text=Importaci%C3%B3n%20\(Import\)&text=Registro%20de%20la%20compra%20del,mismos%20\(efectiva%20o%20imputada\)](https://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario/i.html#:~:text=Importaci%C3%B3n%20(Import)&text=Registro%20de%20la%20compra%20del,mismos%20(efectiva%20o%20imputada)).
- BCRP. (23 de Agosto de 2018). *Guía Metodológica de la Nota Semanal*. Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Guia-Metodologica/Guia-Metodologica-12.pdf>
- Botero Pinzon, L. (Julio de 2014). *Internacionalización y Competitividad*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1513/151339264001.pdf>
- Cabanillas Alfaro , C. R., & Sánchez Chávez, E. (Noviembre de 2016). *Impacto De La Cadena Productiva De Exportación En La Rentabilidad De La Asociación Andina De Cultivos Y Crianzas San Pablo, Como Productor De Aguaymanto En El Periodo 2016-2018*. Obtenido de <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/195/TESIS%20N%C2%B0%2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Dávila Newman, G. (2006). *El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales*. Obtenido de Universidad

Pedagógica Experimental Libertador - Caracas, Venezuela:  
<https://www.redalyc.org/pdf/761/76109911.pdf>

de la Hoz Correa, P. (2013). *Generalidades de Comercio Internacional*. Obtenido de  
<https://colmayorbolivar.edu.co/files/generalidadesdecomerciointernacional.pdf>

Durán Lima, J., & Alvarez, M. (2008). *Indicadores de comercio exterior y política comercial: mediciones de posición y dinamismo comercial*. Obtenido de  
[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3690/S2008794\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3690/S2008794_es.pdf)

El Peruano. (26 de Abril de 2021). *Más de 300 productores de granadilla potenciaron su producción con planes de negocio*. Obtenido de  
<https://elperuano.pe/noticia/119570-mas-de-300-productores-de-granadilla-potenciaron-su-produccion-con-planes-de-negocio>

Fernández Gómez, S. (Agosto de 2016). *Análisis De La Competitividad De Las Frutas Exóticas Caso Maracuyá Y Granadilla Como Oportunidad De Negocio En El Mercado Mexicano*. Obtenido de  
<https://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/599/1/07091507084-2016-2-NIIE.pdf>

Fiallos Moreno, D. A. (mayo de 2020). *Análisis y Proyección de la Demanda de Pitahaya de Ecuador a Singapur 2014-2019*. Obtenido de  
<http://dspace.uhemisferios.edu.ec:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/11>

28/Dione%20Alexandra%20Fiallos%20Moreno\_Trabajo%20de%20Titulaci%  
c3%b3n%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Galindo, M., & Ríos, V. (Julio de 2015). *Exportaciones” en Serie de Estudios Economicos* . Obtenido de Mexico:  
[https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201507\\_mexicoexports.pdf?m=1453513184](https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201507_mexicoexports.pdf?m=1453513184)

Garcia Rios, S. I., & Morales Chuquipoma, M. A. (Abril de 2018). *Ventajas Comparativas Reveladas De Los Principales Productos Agroexportables Del Perú En El Año 2016*. Obtenido de  
<http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/752/VENTAJA%20COMPARTIVA%20REVELADA%20DE%20LOS%20PRODUCTOS%20AGROEXPORTABLES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

González Río, M. J. (1997). *Metodología de la investigación social. Técnicas de recolección de datos*. Aguaclara. Madrid (España).

Gracia Hernández, M. (septiembre - diciembre de 2008). *Los determinantes de la Competitividad nacional. Análisis y reflexiones*. Obtenido de  
[http://www.utm.mx/edi\\_antteriores/temas036/ENSAYO2-36.pdf](http://www.utm.mx/edi_antteriores/temas036/ENSAYO2-36.pdf)

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México : Sexta edición - Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, Reg. Núm. 736.

- Huesca Rodríguez, C. (2012). *Comercio Internacional*. Obtenido de [http://190.57.147.202:90/xmlui/bitstream/handle/123456789/502/Comercio\\_internacional.pdf?sequence=1](http://190.57.147.202:90/xmlui/bitstream/handle/123456789/502/Comercio_internacional.pdf?sequence=1)
- Ivancevich , & Lorenzi. (1997). *El Concepto de Competitividad y Algunos Estudios Regionales*. <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/18941/Capitulo1.pdf>.
- Ivancevich, J, & Lorenzi, P. (1997). *Gestión de calidad y competitividad*. España: 2da. Edición. McGraw-Hill. .
- Labarca, Nelson. (2007). *Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial*. Maracaibo, Venezuela: Omnia, vol. 13, núm. 2, 2007, pp. 158-184 Universidad del Zulia.
- Malca G., O. (2016). *La Alianza del Pacífico – AP como oportunidad*. Obtenido de <http://centroestudiosinternacionales.uc.cl/images/actividades/presentaciones/enero/31/La-Alianza-del-Pacifico-como-oportunidad.pdf>
- Malca, O., Florián, S., Barrantes, S., Cerdán, Zhu. (2016). *Análisis e Identificación de las Potenciales Oportunidades Comerciales con Países miembros del TPP en el Sector de Alimentos Frescos*. Obtenido de <http://revistas.up.edu.pe/index.php/business/article/view/79/80>
- Ministerio de Agricultura y Riego. (2018). *Análisis de Mercado 2014-2018*. Obtenido de

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1471764/An%C3%A1lisis%20de%20Mercado%20-%20Granadilla%202014%20-%202018.pdf>

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2017). *Formas de Exportación*. Obtenido de <https://www.midagri.gob.pe/portal/comercio-exterior/icomoeexportar/introduccion62/677-formas-de-exportacion>

Nicolás N, O., & Favila T. , A. (14 de Marzo de 2019). *Competitividad de México en la exportación de limón a Países Bajos*. Obtenido de <http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/45883/Articulo4.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

OMC. (2005). *Exportaciones*. Obtenido de [https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/thewto\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/thewto_s.htm)

Peña Vines, J., & Triguero Sánchez, R. (2011). *Modelo de Competitividad Internacional de la Empresa: En economías en Desarrollo y/o Emergentes de Latinoamérica*. Madrid - España: Escuela de Organización Industrial Press.

Porter E. , M. (1982). *Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los Sectores Industriales y de la competencia*. Obtenido de [https://www.academia.edu/24621661/ESTRATEGIA\\_COMPETITIVA\\_T%C3%A9cnicas\\_para\\_el\\_an%C3%A1lisis\\_de\\_los\\_sectores\\_y\\_de\\_la\\_competencia](https://www.academia.edu/24621661/ESTRATEGIA_COMPETITIVA_T%C3%A9cnicas_para_el_an%C3%A1lisis_de_los_sectores_y_de_la_competencia)



Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press. Obtenido de [http://www.economie.ens.fr/IMG/pdf/porter\\_1990\\_-\\_the\\_competitive\\_advantage\\_of\\_nations.pdf](http://www.economie.ens.fr/IMG/pdf/porter_1990_-_the_competitive_advantage_of_nations.pdf)

Quesquén Valdivia, A. (14 de Julio de 2017). *Comercio Internacional Y Competitividad De Granadilla Peruana, 2008-2016*. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/1918/Quesqu%  
c3%a9n\\_VAH.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/1918/Quesqu%c3%a9n_VAH.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ramírez Padrón, L., Caamal Cauch , I., Pat Fernández, V., & Martínez Luis, D. (01 de Enero de 2018). *Ventaja Comparativa Revelada De La Fresa (Fragaria Spp.) Mexicana En Los Mercados Importadores*. Obtenido de <file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/160-Otro-251-1-10-20180331.pdf>

Romero Simón, E. (2019). *Sostenibilidad De La Agricultura Familiar: El Caso Del Cultivo De Granadilla (Passiflora Ligularis Juss) En La Provincia De Oxapampa, Pasco, Perú*. Obtenido de [https://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/4111/romero-  
simon-elisa-margarita.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/4111/romero-simon-elisa-margarita.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

SENASA. (27 de Noviembre de 2020). *Se gestiona acceso de granadilla peruana a nuevos mercados internacionales*. Obtenido de [https://www.gob.pe/institucion/senasa/noticias/318154-se-gestiona-acceso-de-  
granadilla-peruana-a-nuevos-mercados-internacionales](https://www.gob.pe/institucion/senasa/noticias/318154-se-gestiona-acceso-de-granadilla-peruana-a-nuevos-mercados-internacionales)

Serpa Jaime, D. V. (04 de Mayo de 2018). *Exportación De Granadilla Fresca Con Destino Al Mercado De Amsterdam - Holanda*. Obtenido de [https://repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4483/serpa\\_jdv.pdf?sequence=3](https://repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4483/serpa_jdv.pdf?sequence=3)

SUNAT. (2021). Obtenido de <https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html>

Tafur Portilla, R., & Izaguirre Sotomayor, M. (2016). *Como hacer un proyecto de investigación. Uso de diagramas, matrices y mapas conceptuales*. Mexico: Alfaomega.

Vanegas Mendieta , D., & Patiño Castro, J. (2018 ). *Comparativo de las oportunidades de negocio de aguacate colombiano y mexicano hacia Estados Unidos entre 2007 y 2017* . Obtenido de <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/1037/PatinoCastro-JohanCamilo-2019.pdf?sequence=7&isAllowed=y>

Vernon, R. (1996). *International Investment and International Trade in the Product Cycle Quarterly Journal of Economics*. Estados Unidos : 2a ed. Obtenido de EE.UU: Quarterly Journal of Economics.

## ANEXOS

### Anexo 01

Exportaciones mundiales de los principales 20 países - partida 081090 para los años 2016 al 2020.

Exportadores	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020
Mundo	\$3,064,409.00	\$3,845,043.00	\$3,950,275.00	\$4,307,529.00	\$3,880,454.00
Viet Nam	\$1,144,740.00	\$1,479,306.00	\$1,563,283.00	\$1,549,394.00	\$1,341,076.00
Tailandia	\$415,410.00	\$709,184.00	\$640,477.00	\$785,921.00	\$630,149.00
Países Bajos	\$219,321.00	\$236,407.00	\$286,543.00	\$293,639.00	\$305,914.00
China	\$167,986.00	\$126,473.00	\$160,001.00	\$244,837.00	\$252,802.00
Turquía	\$104,253.00	\$97,302.00	\$115,029.00	\$98,166.00	\$126,075.00
Hong Kong, China	\$89,457.00	\$123,789.00	\$82,966.00	\$121,181.00	\$105,764.00
Ecuador	\$10,228.00	\$15,786.00	\$41,598.00	\$69,241.00	\$92,677.00
India	\$81,263.00	\$109,477.00	\$98,482.00	\$114,529.00	\$89,878.00
España	\$89,324.00	\$118,550.00	\$91,875.00	\$96,150.00	\$87,874.00
Estados Unidos	\$62,342.00	\$63,640.00	\$67,961.00	\$70,094.00	\$78,293.00
Colombia	\$57,044.00	\$62,041.00	\$74,863.00	\$80,197.00	\$76,931.00
Taipei Chino	\$36,355.00	\$33,955.00	\$48,563.00	\$63,374.00	\$69,839.00
Egipto	\$127,819.00	\$97,836.00	\$77,755.00	\$71,830.00	\$66,519.00
Perú	\$41,180.00	\$59,914.00	\$71,178.00	\$68,209.00	\$63,788.00
México	\$21,989.00	\$27,966.00	\$25,752.00	\$28,535.00	\$42,814.00
Azerbaiyán	\$11,814.00	\$13,843.00	\$17,841.00	\$26,830.00	\$36,740.00
Sudáfrica	\$51,916.00	\$53,015.00	\$33,547.00	\$33,349.00	\$33,437.00

Francia	\$15,286.00	\$26,152.00	\$18,560.00	\$24,754.00	\$22,077.00
Israel	\$31,109.00	\$28,983.00	\$23,646.00	\$18,643.00	\$21,207.00
Alemania	\$13,956.00	\$12,880.00	\$15,649.00	\$16,514.00	\$20,110.00
Bélgica	\$12,869.00	\$11,941.00	\$13,220.00	\$21,213.00	\$19,652.00
Yemen	\$12,208.00	\$24,060.00	\$23,456.00	\$13,760.00	\$19,276.00
Grecia	\$14,397.00	\$14,221.00	\$13,778.00	\$16,669.00	\$18,565.00
Austria	\$5,525.00	\$4,892.00	\$4,514.00	\$4,110.00	\$18,489.00
Malasia	\$18,689.00	\$16,383.00	\$19,358.00	\$18,874.00	\$15,708.00
Italia	\$11,902.00	\$11,786.00	\$12,575.00	\$11,528.00	\$14,562.00
Hungría	\$4,789.00	\$8,586.00	\$3,484.00	\$5,965.00	\$14,350.00
Ghana	\$94.00	\$5,253.00	\$7,214.00	\$6,583.00	\$14,337.00
Chile	\$10,293.00	\$11,664.00	\$13,886.00	\$11,051.00	\$12,507.00
Reino Unido	\$2,343.00	\$4,957.00	\$3,829.00	\$5,314.00	\$10,663.00
Guatemala	\$7,033.00	\$7,261.00	\$9,828.00	\$8,175.00	\$10,636.00
Lao	\$7,290.00	\$24,470.00	\$18,700.00	\$35,539.00	\$8,809.00
República Árabe Siria	\$8,493.00	\$10,218.00	\$10,451.00	\$8,220.00	\$5,470.00
Marruecos	\$6,223.00	\$10,751.00	\$8,574.00	\$8,277.00	\$5,375.00
Australia	\$2,151.00	\$5,134.00	\$3,806.00	\$2,996.00	\$4,774.00
Honduras	\$3,023.00	\$2,475.00	\$2,200.00	\$3,141.00	\$4,423.00
Pakistán	\$6,947.00	\$9,185.00	\$5,929.00	\$7,456.00	\$3,974.00
República Checa	\$2,441.00	\$1,943.00	\$1,817.00	\$3,697.00	\$3,924.00
Líbano	\$2,421.00	\$2,671.00	\$2,872.00	\$2,494.00	\$3,840.00
Nueva Zelandia	\$4,480.00	\$4,559.00	\$4,442.00	\$2,752.00	\$3,409.00
Polonia	\$1,115.00	\$1,018.00	\$625.00	\$1,479.00	\$3,086.00
Bangladesh	\$1,017.00	\$2,413.00	\$2,162.00	\$4,581.00	\$2,894.00
Arabia Saudita	\$10,252.00	\$14,865.00	\$17,195.00	\$4,814.00	\$2,846.00
Uganda	\$92.00	\$1,028.00	\$1,416.00	\$2,477.00	\$2,710.00

Túnez	\$3,095.00	\$4,342.00	\$8,694.00	\$8,511.00	\$2,690.00
Indonesia	\$6,739.00	\$3,354.00	\$3,010.00	\$3,798.00	\$2,638.00
Singapur	\$3,722.00	\$3,647.00	\$3,108.00	\$3,088.00	\$2,630.00
Kenya	\$1,612.00	\$1,579.00	\$2,242.00	\$2,309.00	\$2,620.00
Argentina	\$856.00	\$1,941.00	\$2,117.00	\$3,710.00	\$2,252.00
República Dominicana	\$1,566.00	\$1,906.00	\$2,098.00	\$2,359.00	\$2,208.00
Brasil	\$1,763.00	\$1,582.00	\$2,425.00	\$2,990.00	\$2,048.00
Portugal	\$2,876.00	\$7,897.00	\$4,836.00	\$3,336.00	\$1,901.00
Irán	\$11,854.00	\$4,172.00	\$13,259.00	\$5,030.00	\$1,831.00
Georgia	\$591.00	\$982.00	\$1,091.00	\$1,172.00	\$1,823.00
Letonia	\$758.00	\$917.00	\$889.00	\$1,479.00	\$1,754.00
Rusia, Federación de	\$496.00	\$499.00	\$914.00	\$576.00	\$1,715.00
Mauricio	\$1,576.00	\$937.00	\$2,110.00	\$1,284.00	\$1,361.00
Nicaragua	\$1,390.00	\$969.00	\$1,444.00	\$1,781.00	\$1,183.00
Armenia	\$2,113.00	\$3,324.00	\$1,521.00	\$1,579.00	\$1,168.00
Lituania	\$1,720.00	\$2,712.00	\$1,633.00	\$1,760.00	\$1,065.00
Mozambique	\$192.00	\$258.00	\$629.00	\$604.00	\$1,017.00
Dinamarca	\$1,216.00	\$1,191.00	\$1,019.00	\$668.00	\$998.00
Camerún	\$59.00	\$153.00	\$524.00	\$677.00	\$884.00
Jordania	\$604.00	\$221.00	\$299.00	\$2,624.00	\$724.00
Croacia	\$1,813.00	\$1,256.00	\$1,233.00	\$931.00	\$721.00
Rumania	\$207.00	\$723.00	\$698.00	\$1,023.00	\$689.00
Emiratos Árabes Unidos	\$24,181.00	\$23,954.00	\$62,204.00	\$75,205.00	\$675.00
Zimbabwe	\$73.00	\$329.00	\$581.00	\$470.00	\$648.00
Eslovenia	\$483.00	\$498.00	\$1,029.00	\$489.00	\$586.00
Madagascar	\$280.00	\$615.00	\$318.00	\$290.00	\$584.00
Bulgaria	\$562.00	\$522.00	\$861.00	\$338.00	\$520.00

Costa Rica	\$674.00	\$444.00	\$215.00	\$655.00	\$511.00
Suecia	\$3,417.00	\$3,578.00	\$3,809.00	\$3,843.00	\$441.00
Belarús	\$566.00	\$728.00	\$1,561.00	\$532.00	\$384.00
Jamaica	\$1,981.00	\$2,237.00	\$2,398.00	\$2,197.00	\$376.00
Myanmar	\$5,449.00	\$6,996.00	\$4,977.00	\$9,819.00	\$75.00
Guyana	\$223.00	\$250.00	\$136.00	\$140.00	\$28.00
Omán	\$6,854.00	\$2,951.00	\$2,591.00	\$52.00	\$23.00

## Anexo 02

Exportaciones de granadilla de los principales 20 países - partida 081090 para los años 2016 al 2020.

Exportadores	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020
<b>Mundo</b>	<b>\$15,797,329,860.00</b>	<b>\$17,427,030,242.00</b>	<b>\$19,169,698,116.00</b>	<b>\$18,591,310,421.00</b>	<b>\$17,142,104,584.00</b>
Yemen	\$943,000.00	\$2,341,412.00	\$1,666,917.00	\$1,573,993.00	\$1,232,745.00
República Árabe Siria	\$818,365.00	\$796,475.00	\$733,620.00	\$733,490.00	\$823,025.00
Viet Nam	\$176,580,787.00	\$215,118,607.00	\$243,698,698.00	\$264,610,323.00	\$281,441,457.00
Egipto	\$22,973,369.00	\$26,434,038.00	\$29,483,042.00	\$30,632,553.00	\$26,815,145.00
Lao, República Democrática Popular	\$3,124,169.00	\$4,909,734.00	\$5,814,806.00	\$5,809,346.00	\$6,718,892.00
Tailandia	\$213,558,947.00	\$235,871,371.00	\$249,921,314.00	\$245,380,465.00	\$229,277,734.00
Colombia	\$31,095,444.00	\$37,770,123.00	\$41,769,699.00	\$39,496,225.00	\$31,045,676.00
Perú	\$36,039,994.00	\$44,237,949.00	\$47,223,269.00	\$45,135,222.00	\$38,757,234.00
Ecuador	\$16,797,667.00	\$19,122,460.00	\$21,606,134.00	\$22,329,379.00	\$20,226,568.00
Azerbaiyán	\$13,380,819.00	\$15,306,018.00	\$19,489,068.00	\$19,635,203.00	\$13,740,568.00
Jamaica	\$1,201,787.00	\$1,309,718.00	\$1,878,239.00	\$1,586,351.00	\$960,470.00
Líbano	\$3,509,342.00	\$2,843,536.00	\$3,829,848.00	\$3,731,350.00	\$3,807,461.00

Guatemala	\$10,463,396.00	\$11,011,392.00	\$10,863,493.00	\$11,183,088.00	\$11,658,469.00
Armenia	\$1,807,790.00	\$2,144,963.00	\$2,383,414.00	\$2,620,069.00	\$2,519,990.00
Mauricio	\$2,197,276.00	\$2,094,865.00	\$1,979,069.00	\$1,873,604.00	\$1,548,472.00
Turquía	\$142,606,247.00	\$156,992,940.00	\$167,923,862.00	\$180,870,841.00	\$169,657,940.00
Honduras	\$4,084,642.00	\$5,289,789.00	\$4,486,630.00	\$3,091,163.00	\$8,297,448.00
Países Bajos	\$468,176,328.00	\$527,907,822.00	\$587,893,084.00	\$576,784,455.00	\$551,597,804.00
Sudáfrica	\$76,586,727.00	\$89,555,817.00	\$95,179,154.00	\$90,419,473.00	\$85,686,133.00
Grecia	\$27,810,925.00	\$32,154,816.00	\$39,490,521.00	\$37,885,527.00	\$35,070,462.00

### Anexo 03

Determinación de la ventaja comparativa revelada (VCR) para las exportaciones de granadilla para los años 2016 – 2020 - de la partida arancelaria 081090, en los 20 principales países.

Exportadores	VCR 2016	VCR 2017	VCR 2018	VCR 2019	VCR 2020
<b>Mundo</b>	<b>0.00019398</b>	<b>0.00022064</b>	<b>0.00020607</b>	<b>0.0002317</b>	<b>0.00022637</b>
Yemen	66.73748	46.57362	68.28541	37.73092	69.07570
República Árabe Siria	53.49966	58.14548	69.13128	48.36814	29.35999
Viet Nam	33.41953	31.16752	31.12951	25.27184	21.04975
Egipto	28.68188	16.77480	12.79806	10.12056	10.95840
Lao, República Democrática Popular	12.02901	22.58906	15.60610	26.40339	5.79176
Tailandia	10.02758	13.62718	12.43621	13.82359	12.14124
Colombia	9.45693	7.44479	8.69749	8.76364	10.94667
Perú	5.89032	6.13840	7.31438	6.52241	7.27056
Ecuador	3.13891	3.74154	9.34294	13.38346	20.24097
Azerbaiyán	4.55147	4.09912	4.44238	5.89749	11.81180
Jamaica	8.49755	7.74124	6.19564	5.97740	1.72936
Líbano	3.55636	4.25733	3.63907	2.88478	4.45530
Guatemala	3.46501	2.98866	4.39019	3.15506	4.03012
Armenia	6.02544	7.02366	3.09683	2.60106	2.04751
Mauricio	3.69750	2.02724	5.17380	2.95780	3.88272
Turquía	3.76866	2.80908	3.32417	2.34247	3.28274
Honduras	3.81523	2.12060	2.37953	4.38559	2.35480
Países Bajos	2.41495	2.02967	2.36526	2.19726	2.44996
Sudáfrica	3.49450	2.68304	1.71041	1.59185	1.72385
Grecia	2.66866	2.00450	1.69309	1.89897	2.33849



## Anexo 04

### Determinación de la ventaja comparativa revelada normalizada

Exportadores	VCRn 2016	VCRn 2017	VCRn 2018	VCRn 2019	VCRn 2020	PROMEDIO	OBSERVACIÓN/RESULTADO
<b>Mundo</b>							
Yemen	0.970474	0.957960	0.971134	0.948362	0.971459	0.964	Ventaja Comparativa
República Árabe Siria	0.963303	0.966185	0.971482	0.959488	0.934124	0.959	Ventaja Comparativa
Viet Nam	0.941893	0.937825	0.937752	0.923873	0.909296	0.930	Ventaja Comparativa
Egipto	0.932619	0.887481	0.855052	0.820153	0.832754	0.866	Ventaja Comparativa
Lao, República Democrática Popular	0.846496	0.915215	0.879562	0.927016	0.705526	0.855	Ventaja Comparativa
Tailandia	0.818637	0.863268	0.851149	0.865080	0.847807	0.849	Ventaja Comparativa
Colombia	0.808739	0.763168	0.793761	0.795158	0.832589	0.799	Ventaja Comparativa
Perú	0.709738	0.719825	0.759453	0.734128	0.758178	0.736	Ventaja Comparativa
Ecuador	0.516781	0.578196	0.806631	0.860951	0.905842	0.734	Ventaja Comparativa
Azerbaiyán	0.639735	0.607775	0.632514	0.710039	0.843894	0.687	Ventaja Comparativa
Jamaica	0.789419	0.771199	0.722054	0.713360	0.267228	0.653	Ventaja Comparativa
Líbano	0.561053	0.619579	0.568879	0.485170	0.633384	0.574	Ventaja Comparativa
Guatemala	0.552073	0.498578	0.628956	0.518659	0.602395	0.560	Ventaja Comparativa
Armenia	0.715320	0.750737	0.511818	0.444609	0.343726	0.553	Ventaja Comparativa
Mauricio	0.574242	0.339333	0.676050	0.494669	0.590392	0.535	Ventaja Comparativa
Turquía	0.580595	0.474939	0.537483	0.401640	0.533009	0.506	Ventaja Comparativa
Honduras	0.584651	0.359098	0.408201	0.628639	0.403839	0.477	Ventaja Comparativa
Países Bajos	0.414339	0.339861	0.405693	0.374465	0.420283	0.391	Ventaja Comparativa
Sudáfrica	0.555011	0.456970	0.262104	0.228351	0.265744	0.354	Ventaja Comparativa
Grecia	0.454842	0.334332	0.257360	0.310100	0.400926	0.352	Ventaja Comparativa
Georgia	0.252340	0.310050	0.351878	0.304034	0.518362	0.347	Ventaja Comparativa

## Anexo 05

Exportaciones de granadilla con la partida arancelaria 081090, determinación de la ventaja comparativa revelada normalizada

Tendencia hacia comercio intraproducto

<b>Exportadores</b>	<b>VCRn 2016</b>	<b>VCRn 2017</b>	<b>VCRn 2018</b>	<b>VCRn 2019</b>	<b>VCRn 2020</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>OBSERVACIÓN/RESULTADO</b>
Nicaragua	0.218891	-0.057285	0.165828	0.186294	0.013441	0.105	Tendencia hacia comercio intraproducto
Myanmar	0.412883	0.391109	0.182566	0.401307	-0.961610	0.085	Tendencia hacia comercio intraproducto
República Dominicana	-0.039960	-0.084080	0.040122	0.005097	-0.004842	-0.017	Tendencia hacia comercio intraproducto
Hong Kong, China	-0.056690	0.010075	-0.171338	-0.011989	-0.082748	-0.063	Tendencia hacia comercio intraproducto
Chile	-0.042207	-0.109623	-0.056158	-0.183579	-0.100216	-0.098	Tendencia hacia comercio intraproducto
Madagascar	-0.200391	-0.003703	-0.320766	-0.344011	0.137309	-0.146	Tendencia hacia comercio intraproducto
Taipei Chino	-0.196398	-0.344609	-0.172975	-0.092847	-0.058180	-0.173	Tendencia hacia comercio intraproducto
Irán, República Islámica del	-0.123112	-0.658210	-0.200515	-0.172268	-0.185637	-0.268	Tendencia hacia comercio intraproducto
Mozambique	-0.544376	-0.600685	-0.256721	-0.288634	0.129845	-0.312	Tendencia hacia comercio intraproducto

## Anexo 06

### Ficha comercial

---

<b>SECCIÓN II</b>	PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
<b>CAPÍTULO 8</b>	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
<b>08.10</b>	Las demás frutas u otros frutos, frescos.
<b>0810.90</b>	Los demás: tamarindos, peras de marañón [merey, cajuil, anacardo, cajú], frutos del árbol del pan, litchis, sapotillos, frutos de la pasión, carambolas, pitahayas y demás frutos comestibles, frescos (exc. Frutos
<b>0810.90.10.00</b>	Granadilla, "maracuyá" (parchita) y demás frutas de la pasión (Passiflora spp.)

---

## Anexo 07

### Matriz de consistencia

<b>MATRIZ DE CONSISTENCIA</b>			
<b>TÍTULO: “Competitividad Del Comercio Internacional De La Granadilla Peruana 2016-2020”</b>			
<b>Problema</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Variables e indicadores</b>
<p><b>Problema General:</b> ¿Cuál es la competitividad del Perú en la comercialización internacional de granadilla para entre los años 2016 – 2020?</p> <p><b>Problemas Específicos:</b> -¿Cómo han sido las exportaciones de granadilla a nivel mundial para los años 2016 al 2020? -¿Cómo han sido las exportaciones de granadilla del Perú durante los años 2016 al 2020?</p>	<p><b>Objetivo General:</b> Determinar la competitividad del Perú en la comercialización internacional de granadilla para entre los años 2016 – 2020.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b> -Analizar las exportaciones de granadilla a nivel mundial para los años 2016 al 2020. -Analizar las exportaciones de granadilla del Perú durante los años 2016 al 2020.</p>	<p>El Perú posee competitividad en la comercialización internacional de granadilla entre los años 2016 – 2020.</p>	<p><b>Variable:</b> Competitividad en la comercialización de granadilla</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Exportaciones de granadilla desde Perú. (Partida arancelaria 081090)</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Exportaciones Mundiales de granadilla (Partida arancelaria 081090)</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Exportaciones Peruanas Totales</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Exportaciones totales mundiales</p>
<b>Tipo y diseño de investigación</b>	<b>Población y muestra</b>	<b>Técnicas e instrumentos</b>	<b>Programa a utilizar</b>
<p><b>Tipo:</b> Descriptiva (Cuantitativa)</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental</p>	<p><b>Población:</b> Exportaciones del país y del mundo</p> <p><b>Muestra:</b> Exportaciones anuales de la partida arancelaria 08109.</p>	<p><b>Variable 1:</b> <i>Técnica: Análisis documental</i> <i>Instrumento: Ficha de registro documental</i></p>	<p>- Excel.</p>