

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA**

Escuela Académico Profesional de Administración y Negocios  
Internacionales

Tesis

**Posicionamiento y eficiencia de la papa peruana al  
mercado internacional entre los años  
2009-2019: caso de estudio para la partida  
arancelaria 200520**

Katerin Stephanie Damian Quilca  
Rommel Mijail Moreno Ramirez

Para optar el Título Profesional de  
Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Huancayo, 2022

Repositorio Institucional Continental  
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

**Asesor**

Ma. Pedro Bernabe Venegas Rodriguez

0000-0001-9806-6419

## **Dedicatoria**

La presente investigación está dedicada en primer lugar a Dios, por bendecirme y guiarme hasta el día de hoy. Mis padres Juvenal y Nuri por ser los principales autores de mi vida; por sus dedicaciones, su amor y apoyo incondicional. A mis abuelos y mi tío Francisco porque con sus palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en mis sueños y metas. A mis hermanos, por estar siempre presentes, apoyándome y aconsejándome en todo momento, y a mi sobrina Rorayma porque desde que nació es una motivación para seguir adelante.

Katerin.

Esta investigación es dedicada en primera instancia a Dios, por el cuidado y protección durante todos los años de vida; a mis abuelos Delfina y Julio por nunca dejarme solo cuando los necesitaba; a mi madre Julia, por su apoyo incondicional y su perseverancia en todos los momentos; a mi padre Roosevelt por transmitirme una visión grande de la vida; a mi hermano Daniel por todas las enseñanzas que me ha brindado, sacando lo mejor de toda situación sin olvidar la amistad, la familia y la lealtad; a mi tía Irene, por su soporte durante toda mi educación y acogida en su hogar de forma incondicional; a mi ahijado Sebastián, que es un motor muy importante para mejorar cada día desde que vio el mundo por primera vez; finalmente a toda mi familia por siempre confiar en mi en todas mis metas.

Rommel.

## **Agradecimientos**

A todas aquellas personas que nos dieron la confianza y seguridad para la culminación de esta investigación. Los autores.

A nuestros colegas de estudio y amigos que nos dieron su apoyo directa e indirectamente con sus conocimientos y motivación para poder continuar. Los autores.

Al Lic. Pedro Bernabé Venegas Rodríguez por otorgarnos su tiempo y guía durante todo el desarrollo de la presente investigación.

Los autores.

## Tabla de Contenidos

Tabla de Contenidos .....	1
Lista de Tablas .....	4
Lista de Figuras.....	6
Resumen.....	7
<i>Abstract</i> .....	9
Introducción .....	10
Capítulo I: Planteamiento Del Estudio .....	1
1.1. Escenario de la Investigación.....	1
1.1.1. Territorial.....	1
1.1.2. Temporal.....	2
1.1.3. Conceptual.....	2
1.1.4. Experiencia y rol del investigador.....	2
1.2. Situación problemática.....	3
1.2.1. Antecedentes de investigación.....	3
1.2.1.1. Artículos científicos .....	3
1.2.1.2. Tesis nacionales e internacionales .....	7
1.2.2. Caracterización de los sujetos de estudio.....	9
1.2.3. Caracterización del problema.....	10
1.3. Formulación del Problema.....	12
1.3.1. Problema General.....	13
1.3.2. Problemas Específicos.....	13

1.4. Propósitos de la Investigación .....	13
1.4.1. Propósito general .....	13
1.4.2. Propósitos específicos.....	13
1.5. Justificación de la Investigación .....	14
1.5.1. Justificación Teórica.....	14
1.5.2. Justificación Práctica.....	14
Capítulo II: Estado del Arte .....	17
2.1. Revisión literaria.....	17
2.2. Marco conceptual.....	18
Capítulo III: Metodología .....	21
3.1. Enfoque de la investigación .....	21
3.2. Paradigma de la investigación .....	21
3.3. Métodos de investigación .....	22
3.4. Sistema de categorías.....	22
3.5. Selección de los sujetos de estudio .....	23
3.6. Técnicas de producción de información .....	24
3.6.1. Para la selección de países en estudio.....	24
3.6.2. Para la selección de países competidores.....	25
3.7. Técnicas de análisis de la información .....	26
3.7.1. Posicionamiento.....	26
3.7.2. Eficiencia .....	26

Capítulo IV: Resultados.....	28
4.1. Descripción del trabajo de campo.....	28
4.2. Análisis y síntesis de los resultados.....	29
4.2.1. Selección de países mercado.....	29
4.2.2. Selección de competidores.....	32
4.2.3. Posicionamiento.....	43
4.2.4. Eficiencia.....	48
4.3. Interpretación de los hallazgos.....	53
Conclusiones.....	66
Recomendaciones.....	70
Referencias.....	71
Apéndice A.....	78
Apéndice B.....	80
Apéndice C.....	81
Apéndice D.....	90
Apéndice E.....	93
Apéndice F.....	96
Apéndice G.....	99
Apéndice H.....	102



### Lista de Tablas

Tabla 1 Sistema de categorías.....	22
Tabla 2 Exportaciones del Perú en valor USD del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009-2019 .....	29
Tabla 3 Importaciones en valor USD del producto bajo partida arancelaria 200520 provenientes del mundo entre los años 2009-2019 .....	29
Tabla 4 Importaciones en valor USD de países seleccionados del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009-2019.....	32
Tabla 5 Importaciones de Estados Unidos en valor USD del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009-2019 .....	32
Tabla 6 Importaciones de Canadá en valor USD del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009-2019 .....	33
Tabla 7 Importaciones de Francia en valor USD del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009-2019 .....	37
Tabla 8 Importaciones de Alemania en valor USD del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009-2019 .....	39
Tabla 9 Importaciones de Japón en valor USD del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009-2019 .....	41
Tabla 10 Posicionamiento de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Estados Unidos.....	43
Tabla 11 Posicionamiento de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Canadá .....	44

Tabla 12 Posicionamiento de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Francia .....	45
Tabla 13 Posicionamiento de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Alemania.....	46
Tabla 14 Posicionamiento de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Japón .....	47
Tabla 15 Eficiencia de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Estados Unidos.....	48
Tabla 16 Eficiencia de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Canadá...49	
Tabla 17 Eficiencia de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Francia...50	
Tabla 18 Eficiencia de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Alemania50	
Tabla 19 Eficiencia de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Japón.....52	

## Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> Geografía de la producción de papa en el Perú .....	11
<i>Figura 2.</i> Inserción en el comercio internacional. ....	20
<i>Figura 3.</i> Importaciones mundiales del producto bajo partida 200520 en metabuscador. ....	24
<i>Figura 5.</i> Exportaciones de países seleccionados al mundo del producto bajo partida 200520 en metabuscador.....	25
<i>Figura 6.</i> Tendencia de exportaciones de los once países seleccionados hacia Estados Unidos en valor USD del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009-2019. <b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
<i>Figura 7.</i> Tendencia de exportaciones de los once países seleccionados hacia Canadá en valor USD del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009-2019.....	36
<i>Figura 8.</i> Tendencia de exportaciones de los once países seleccionados hacia Francia en valor USD del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009-2019.....	38
<i>Figura 9.</i> Tendencia de exportaciones de los once países seleccionados hacia Alemania en valor USD del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009-2019. ....	40
<i>Figura 10.</i> Tendencia de exportaciones de los once países seleccionados hacia Japón en valor USD del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009-2019.....	42
<i>Figura 11.</i> Estado del índice de inserción por país hacia el mercado de Estados Unidos. ....	53
<i>Figura 12.</i> Estado del índice de inserción por país hacia el mercado de Canadá.....	56
<i>Figura 13.</i> Estado del índice de inserción por país hacia el mercado de Francia.....	58
<i>Figura 14.</i> Estado del índice de inserción por país hacia el mercado de Alemania. ....	60
<i>Figura 15.</i> Estado del índice de inserción por país hacia el mercado de Japón. ....	63

## Resumen

La presente investigación denominada Posicionamiento y eficiencia de la papa peruana al mercado internacional entre los años 2009-2019: caso de estudio para la partida arancelaria 200520, se elaboró en el departamento de Junín, entre los meses de abril y noviembre del 2020 utilizando datos disponibles entre el periodo 2009-2019. El propósito general que se plantea en este estudio es calcular e interpretar el índice de inserción que ocupa la papa peruana en la oferta internacional entre el periodo establecido. Para ello el estudio se basó en la teoría de Fajnzylber, específicamente en el índice inserción como forma de medir la competitividad de un país en un mercado determinado, para su desarrollo se enmarcó en el enfoque cualitativo y el análisis documentario; de acuerdo a la recopilación de datos y acceso de los mismos, la población de estudio se encontró conformado por países que comprenden datos de exportación en valor FOB dentro de los once años bajo estudio para el producto integrado por la partida arancelaria: 200520 obtenido de la plataforma *Trade Map*; para la recolección de datos se aplicó los indicadores usando el método: *ex-post*, utilizando datos ocurridos en el pasado, a los países obtenidos se les dividió en dos grupos relacionados entre sí: países considerados como mercados y países de comparación; para la tabulación de la información se utilizó el programa Excel profesional 2019, donde se obtuvieron los resultados para el producto peruano, mostrando que tiene un dinamismo promedio positivo de 0.0315402 y una participación positiva promedio de 0.25409947 considerando cinco principales mercados destino al año 2019. La tesis concluye que el producto a medida que vaya adquiriendo mayores niveles de posicionamiento y eficiencia podrá mantener mercados establecidos o acceder a nuevos mercados que sean más rentables y sostenibles para los productores peruanos y empresas exportadoras del producto bajo partida arancelaria: 200520 si supera la barrera de capacidad producida que ha limitado su crecimiento en los mercados ya obtenidos.

**Palabras clave:** eficiencia, exportaciones, inserción, mercado internacional, posicionamiento.

### *Abstract*

The present investigation called Positioning and efficiency of the Peruvian potato in the international market between the years 2009-2019: case study for the tariff heading 200520, was conducted in the department of Junín, between the months of April and November 2020 using the data available between the period 2009-2019. The general purpose of this study is to calculate and interpret the insertion rate of the Peruvian potato in the international supply between the established period. For this, the study was based on Fajnzylber's theory, specifically on the insertion rate as a way of measuring the competitiveness of a country in a given market, for its development it was framed in the qualitative approach and documentary analysis; According to the data collection and access to them, the study population was made up of countries that include export data in FOB value within the eleven years under study for the product integrated by the tariff fraction: 200520 obtained from the platform *Trade Map*; For data collection, the indicators were applied using the method: ex-post, using data that occurred in the past, the countries obtained were divided into two interrelated groups: countries considered as markets and comparison countries; For the tabulation of the information, the Excel 2019 professional program was used, where the results were obtained for the Peruvian product, showing that it has a positive average dynamism of 0.0315402 and an average positive participation of 0.25409947 considering five main destination markets for the year. 2019. The thesis concludes that the product, to the extent that it acquires higher levels of positioning and efficiency, will be able to maintain established markets or access new, more profitable and sustainable markets for Peruvian producers and exporting companies of the product under the tariff item: 200520 if it exceeds the barrier of produced capacity that has limited its growth in the markets already conquered.

**Keywords:** efficiency, exports, insertion, international market, positioning.

## Introducción

Según el Ministerio de Desarrollo Agraria y Riesgo [MIDAGRI] a nivel mundial, el consumo global de la papa alcanzaría en promedio a 33 kilos por persona al año, debido al incremento de los ingresos reales en algunos países, la influencia de la cultura occidental, la rápida urbanización, la diversificación de las dietas y el crecimiento acelerado de la industria de la comida rápida [*fast-food*]. En el Perú, según el análisis desarrollado por Sierra y Selva Exportadora [SEE] (2020), resalta que en los últimos 10 años la papa peruana, ha sido ubicada en el puesto 16 del ranking mundial de países productores de papa, y es el segundo productor más importante en la agricultura peruana contando con más de 3,000 variedades.

La papa peruana actualmente es de interés de mercados extranjeros, ocasionando el incremento de precio y la producción de cultivo en las principales regiones productoras del país. Sin embargo, existe una diferenciación internacional con respecto a la producción de papa; ya que, en los países de desarrollo obtienen mejoras en su producción por manejar de manera adecuada ventajas competitivas en la era de la globalización.

Debido a la problemática encontrada la presente investigación titulada Posicionamiento y eficiencia de la papa peruana al mercado internacional entre los años 2009-2019: caso de estudio para la partida arancelaria 200520. Tuvo como principal objetivo el de obtener resultados que sustenten el estado del índice de inserción de la papa peruana en la oferta internacional a lo largo de los años. Para ello se considera la relevancia de relacionar el nivel de competitividad del Perú en el mercado internacional mediante los subíndices de posicionamiento y eficiencia.

En el capítulo I consta de la delimitación de la investigación, el cual plantea el territorial, temporal, conceptual, y experiencia y rol del investigador que se estableció para el desarrollo. Se realiza la situación problemática. A la vez, se muestran los antecedentes que presenta la investigación, expresados en artículos científicos que tuvieron relación con los

temas de estudio que se desarrollan en el mismo. Se exponen tesis nacionales como internacionales que demuestran un interés previo sobre el estudio de categorías que se desean realizar en la presente investigación. Asimismo, la caracterización de los sujetos de estudio y el problema. Adicionalmente en este capítulo se presenta la formulación del problema general y específicos con sus respectivos propósitos de la investigación y, por último, añade las justificaciones de la investigación.

El capítulo II aborda el estado del arte, contiene la revisión literaria, y también el marco conceptual para la comprensión del lector.

El capítulo III consta de los fundamentos que justifican la decisión de emplear la metodología de investigación para señalar el enfoque, paradigmas, método general y específico, y categorías; asimismo, selección de los sujetos de estudio y las técnicas de producción y análisis de información.

El capítulo IV se da a conocer los resultados, el proceso de descripción de trabajo de campo que se siguió para la recopilación de información. Se expone los resultados cualitativos por categorías, derivados del análisis y síntesis de los resultados e interpretación de los hallazgos de la investigación. Finalmente, se expone las conclusiones y recomendaciones.

Los autores.



## **Capítulo I: Planteamiento Del Estudio**

Arias (2007) considera que en una investigación no basta con tan solo visualizar un problema, sino que también es necesario plantearlo de manera adecuada; es por eso que en este capítulo se abordan temas como el escenario de la investigación, el cual especifica que la investigación está situada en el Perú con aplicación internacional; la situación problemática, donde se exponen antecedentes en forma tesis y artículos tanto nacionales como internacionales que demuestran un interés previo sobre el estudio de una o ambas categorías de estudio que se desean analizar en esta investigación; la formulación del problema, en ella se plantean los problemas que se pretenden analizar en el estudio, tanto generales y específicos; el propósito de la investigación, para resaltar los objetivos que se pretende lograr con la investigación, que debe ser sustentada durante el desarrollo de los siguientes capítulos; por último la justificación de la investigación para mostrar las bases teóricas y prácticas que sustentan al estudio. Todo esto es realizado con la finalidad de facilitar el entendimiento del trabajo investigativo y dar el contexto necesario para recalcar su relevancia.

### **1.1. Escenario de la Investigación**

Según Rodríguez (2005) una investigación ha de ser enfocada en temas delimitados con precisión, es muy importante y necesario hacerlo ya que permite ver la viabilidad para su desarrollo de ésta (Tamayo, 2004). Es así como se realizó el escenario territorial, temporal y conceptual de la presente investigación.

#### **1.1.1. Territorial.**

Desde la óptica de Sabino (2014), en toda delimitación de una investigación habrá de efectuarse una delimitación en cuanto al espacio; todo esto con el fin de situar el problema en un contexto definido y homogéneo. Teniendo en cuenta lo mencionado por Sabino, para este estudio indicó una delimitación realizada dentro del Perú, con aplicación internacional por su relación comercial con otros países necesarios para su estudio y comparación.

### **1.1.2. Temporal.**

Bajo la perspectiva de Alfaro (2012), la delimitación temporal se refiere al tiempo que se debe contar la investigación respecto a los hechos, fenómenos y sujetos de la realidad, es por lo que se delimita que la aplicación del estudio fue durante el periodo de abril a noviembre del año 2020.

### **1.1.3. Conceptual.**

Con el fin de profundizar en los conceptos de una investigación y buscar una visión más panorámica, se debe realizar una delimitación conceptual por lo que la presente investigación está delimitada por las categorías “Posicionamiento” y “Eficiencia”, conceptos que buscan lograr un conocimiento más amplio de lo concerniente en la investigación (Guzmán & Alvarado, 2009).

### **1.1.4. Experiencia y rol del investigador.**

Según Garduño (2002) el administrador mediante la investigación obliga a situarse en un horizonte dual, teniendo que trabajar con dos *siempre*: (a) la vida cotidiana, donde el tiempo gira en torno al pasado, presente y futuro; (b) el momento de preocupación, para enfrentar los riesgos que se presenten donde se debe continuar pese a los cambios inminentes, con lo que destaca las cualidades que debe contar un administrador a la hora de realizar una investigación en su carrera, entre estas destacan el contar con un pensamiento sistémico, que se demuestre en el estudio y enfatizar la aplicación del conocimiento por encima de su creación, las cuales complementándose con la investigación de Rivas (2011) se le suman tres características principales: (a) competencias sobre filosofía y epistemología, (b) competencias sobre el proceso de investigación y (c) competencias sobre técnicas de investigación.

Basándonos en estas investigaciones, los investigadores Bachilleres en Administración y Negocios Internacionales, con conocimientos especializados en estudios internacionales, investigación de mercados y análisis de situaciones empresariales, son idóneos

profesionalmente para asumir la responsabilidad de atender a los cambios que se susciten durante la elaboración de esta investigación y construir respuestas a estas circunstancias para el logro de los objetivos planteados.

## **1.2. Situación problemática**

### **1.2.1. Antecedentes de investigación**

#### ***1.2.1.1. Artículos científicos***

Según Andrade et al. (2016) en su artículo titulado, Posicionamiento y eficiencia del banano, cacao y flores del Ecuador en el mercado mundial, pretendieron analizar la inserción de estos tres productos del Ecuador al mercado internacional en el período 2010-2014. Esta investigación tuvo como objetivo específico el analizar el posicionamiento de los productos ecuatorianos en el ámbito internacional y la eficiencia de estos. Para su desarrollo utilizaron datos extraídos de las bases de la plataforma *Trade Map*, seleccionando los periodos que necesitaba, los países relacionados y una partida arancelaria lo más exacta posible a los productos en cuestión, seguidamente realizó la operación de datos adecuada basándose en la investigación de Schwartz et al. (2007) y el *indicador Fajnzylber* obtenido de Fajnzylber (1991), en cual mediante una matriz se pudo colocar el modo en el que se encuentra cada producto ecuatoriano. En conclusión, este artículo logró encontrar el índice de inserción de sus productos estudiados teniendo como principales conclusiones las siguientes: el banano ha experimentado una pérdida de eficiencia en el mercado mundial; las flores ecuatorianas han presentado un crecimiento notable de su participación en el mercado internacional; el cacao ecuatoriano, es el que se encuentra en la mejor situación ya que tiene valores muy positivos en posicionamiento y en su eficiencia en el mercado global.

Este artículo tiene relevancia en la presente investigación por su semejanza en los objetivos que este pretendía conseguir, con diferencia principal en la profundidad de la selección de países y en el producto para ser llamado mercado mundial; asimismo brinda una

idea de la importancia que es conocer el índice de inserción de los productos para todos los países, en este caso para los investigadores, el Ecuador. A todo esto, se suma el hecho de servir como base de información y procedimiento general para el desarrollo del presente estudio.

Según Carhuaz et al. (2020), en su artículo científico titulado, *Competitive Dynamics of Peruvian Grapes in the United States and the Netherlands Markets*, pretendieron analizar los cambios competitivos que la uva fresca peruana ha tenido durante el periodo 2010-2017 en los mercados seleccionados de Estados Unidos y Holanda, considerando para el logro de su objetivo los indicadores: (a) Balanza comercial relativa, (b) índices de comerciabilidad con los subindicadores: grado de apertura exportadora y penetración de las importaciones, (c) ventaja comparativa simétrica y (d) matriz de inserción de mercado [posicionamiento y eficiencia]; para su desarrollo, la investigación obtuvo datos de las bases de *Trade Map* y *Food and Agriculture Organization of the United Nations* [FAOSTAT], de estas consiguieron información histórica sobre la producción, exportación e importación de los países involucrados, para si obtener los indicadores necesarios con la finalidad de conseguir sus objetivos; para hallar los indicadores utilizaron bases teóricas de autores como Balassa (1965), Fajnzylber (1991) y Macías (2011), adaptándolas a sus necesidades y reemplazando las fórmulas con los datos obtenidos de forma documentaria. En conclusión, esta investigación logró sus objetivos, obteniendo como principales resultados que el Perú ha experimentado un crecimiento positivo en sus exportaciones al mundo, teniendo como principal competidor a Sudáfrica, a su vez encontraron la existencia de nuevos competidores, por lo que esta recomienda aumentar la producción y calidad de la uva peruana para que no descendan tanto en eficiencia como posicionamiento (Carhuaz et al, 2020).

Esta investigación es importante para el presente estudio por mostrar la importancia de obtener el índice de inserción de un producto dentro del objetivo de hallar el nivel de competitividad de algún país en el mercado internacional, lo cual obliga a determinar los

subíndices de posicionamiento y eficiencia. A su vez tiene una contribución temporal, siendo el más reciente estudio en darle importancia al hallar estos indicadores para un mejor análisis de los países comercialmente hablando.

Según Macías (2011), en su artículo científico titulado, México en el mercado internacional de aguacate, pretendió analizar las modificaciones del mercado internacional para México con el aguacate como producto de estudio dentro del periodo comprendido entre los años 2000 y 2007; para su análisis seleccionó 12 países con el cual realizar la comparativa necesaria y conocer la situación del país frente al mercado internacional; para la obtención de datos utilizó las plataformas, *Foreign Agricultural Service* [FAS] online para las importaciones y FAOSTAT para la producción, de este modo, mediante la medición de indicadores *ex-post* que consideran información del pasado, determinaron los valores de indicadores como: (a) Balanza Comercial Relativa [BCR], (b) Trazabilidad [T], (c) Grado de Penetración de Importaciones [GPI], (d) Ventaja comparativa revelada simétrica [VCRS], (e) Posicionamiento [Po] y (f) Eficiencia [Ef], estas últimas halladas mediante la síntesis de fórmulas del *indicador Fajnzylber* obtenido de Fajnzylber (1991) por Schwartz et al. (2007). Como conclusiones principales obtuvo que México tiene como principal país destino a Estados Unidos, donde tiene su mayor concentración de mercado, lo cual pone en peligro su competitividad a futuro en lo que respecta a otros países; asimismo detectó que la redistribución de mercados entre los países exportadores juega una gran influencia en el momento de apoderarse de un mercado, mientras México tiene una mayor presencia en Estados Unidos y Canadá, Perú y Chile ocupan cada vez más el mercado europeo, así continuamente otros competidores se apoderan en otros mercados con mejores políticas comerciales o una conveniente distancia geográfica que les permite ahorrar costos de penetración de mercado (Macías, 2011).

Este artículo tiene relevancia en el presente estudio por brindar un panorama general sobre la competitividad entre países, mostrando múltiples indicadores, pero sobre todo el

énfasis que le da al índice de inserción en todo su desarrollo frente a los otros, de esta forma se puede evidenciar lo importante de obtener este indicador para analizar correctamente a la competitividad de un producto en el mercado internacional y conocer en qué situación se encuentra frente a los otros países competidores.

Según Schwartz et al. (2007) en su artículo titulado, Estimación de la competitividad en el comercio internacional de la cereza, pretendieron analizar la competitividad de la industria de la cereza chilena en estado fresco en un periodo comprendido entre los años 2000 y 2004, para ello los autores seleccionaron 13 países con los que se realizará el análisis conjunto para ubicar la competitividad de la cereza chilena frente a otros, para ello los autores utilizaron seis indicadores propuestos por Rudas (2000) y modificados por Schwartz et al. (2007), los cuales son: (a) Balanza Comercial Relativa [BCR], (b) Trazabilidad (T), (c) Grado de Penetración de Importaciones [GPI], (d) Grado de Apertura Exportadora [GAE], (e) Especialización Internacional [EI] y el (f) Modo de Inserción al Mercado [Posicionamiento y Eficiencia], al hallar estos indicadores, los autores pudieron analizar la competitividad del producto en un mercado internacional y a su vez obtener la situación de los países competidores con la finalidad de realizar una comparación objetiva. El estudio logró sus objetivos planteados al inicio de la investigación, obteniendo como principales conclusiones: que la cereza chilena fresca obtuvo una inserción al mercado positiva y un crecimiento alto en su nivel de competitividad, a esto se le suma que ninguno de los países estudiados mostró una calificación vulnerable; en resumen, el producto chileno estudiado demostró resultados positivos en todos los indicadores restantes, aunque los resultados aún deben ser complementados con otras variables como tipo de cambio, costo de mano de obra, costos logísticos de envío y otros (Schwartz et al., 2007).

Este artículo es importante para la presente investigación no solo por la información presentada, el cual muestra la aplicación de bases teóricas necesarias para el estudio, sino por

haber tenido como uno de los autores a Marco Schwartz, quien en una investigación previa, (Schwartz et al., 2007), pudo modificar las fórmulas para la obtención de estos indicadores, los cuales tendrán una vital influencia durante todo el proceso investigativo, asimismo demostrando que estas pueden aplicarse de forma general y no solo a un caso aislado.

### ***1.2.1.2. Tesis nacionales e internacionales***

Según Balbín (2016) en su tesis titulado Competitividad de la oferta exportable de la Palta Hass [nombre científico: *Persea americana Mill*] en el mercado de Estados Unidos, pretende analizar la oferta exportable de la Palta Hass peruana incluyendo las características del mercado de Estados Unidos, su nivel de competitividad en el comercio internacional comparado con los valores de México y Chile con información comprendida entre los años 2004 y 2014, para ello realizó la evaluación del proceso de generación de valor, cadena de valor y las cinco fuerzas de Porter ; en el caso de Estados Unidos, tuvo en cuenta las características geográficas, psicográficas y conductuales del mercado, a ello se le sumó los requisitos de exportación; para hallar el nivel de competitividad del Perú en el comercio internacional, se utilizó el método de Ventaja Comparativa Revelada [VCR], realizando una comparación con México y Chile, donde se presentó un inconveniente de límites a los valores, el cual fue solucionado calculando el indicador de Ventaja Comparativa Revelada Simétrica [VCRS], utilizando la fórmula propuesta por Laursen (1988); asimismo utilizaron otros indicadores relacionados con una ventaja competitiva, como el índice de inserción. Como conclusiones principales se mostraron que Perú tuvo una inserción positiva con 25% de posicionamiento y 4.1 % de eficiencia, en contraste con Chile y México que mostraron tener una inserción en oportunidades perdidas. Teniendo en cuenta al VCRS, el Perú obtuvo valores superiores a cero y cercanos a uno, de esta forma confirmando que tiene ventajas comparativas para satisfacer al mercado de EEUU (Balvin, 2016).

Esta investigación tiene importancia en el presente estudio, principalmente con la cercanía de esta en temas geográficos a la ubicación del desarrollo del presente estudio, teniendo como centro al Perú con un producto agrícola como objeto de estudio, contribuyendo a sentar una base de investigación por ser la primera investigación en analizar un producto peruano con la base teórica de competitividad comercial internacional considerando valores matemáticos por encima de los aspectos subjetivos y circunstanciales.

Según Orellana (2009) en su tesis titulada *Análisis Competitivo de la Fruta Fresca Chilena*, pretendió analizar la competitividad de las principales frutas exportadas, para ello se obtuvieron datos dentro del período 1990-2007; como objetivo específico de investigación buscó encontrar cuales de las frutas frescas presentan una mayor competitividad y mejores proyecciones económicas en el futuro; para el desarrollo del estudio se utilizó como base el hallar los indicadores de competitividad, los cuales se dividen en tres grupos: (a) indicadores de posicionamiento, (b) indicadores de evolución, y (c) una matriz de posicionamiento propuesta por Fajnzylber (1991), el cual mide el modo de inserción a los mercados internacionales en función a dos subíndices: (a) posicionamiento, y (b) eficiencia; para la parte matemática analizó los datos aplicando las fórmulas vistas en la investigación sobre competitividad de Schwartz et al. (2007). Como conclusiones principales obtuvo que las frutas que presentaron mayores volúmenes de exportación se encuentran a la uva de mesa, manzanas y peras, estas frutas resultaron a su vez como las más competitivas ya que al agrupar sus valores representan en promedio el 80% del total exportado durante el período de estudio; asimismo esto es similar al observar los volúmenes de producción, en los que representaron el 71.3% de la producción total de fruta fresca; respecto al modo de inserción de la fruta fresca a los mercados internacionales, estas han demostrado tener un dinamismo positivo, según la matriz de posicionamiento, más de la mitad de las frutas seleccionadas se encuentran en una posición positiva en los mercados internacionales (Orellana, 2009).



Esta investigación tiene relevancia como base de información y guía en el desarrollo del presente estudio, mostrando la importancia de conocer el estado en el que se encuentra la competitividad de los productos en los países, asimismo resalta el índice de inserción como principal indicador de competitividad, el cual muestra de forma clara y gráfica la posición que ocupa el producto de un país respecto a otro en un mercado determinado.

### **1.2.2. Caracterización de los sujetos de estudio**

Según la Organización Mundial de Aduanas [OMA] (1988) en el presente trabajo de investigación, se considera la Nomenclatura Común de los Países Miembros del Acuerdo de Cartagena [NANDINA] basada en el sistema armonizado de designación y codificación de mercancías. La partida arancelaria de una mercancía se compone de ocho dígitos; los dos primeros identifican el capítulo, el tercero y el cuarto la partida, el quinto y el sexto las subpartidas del sistema armonizado y el séptimo y octavo las subpartidas subregionales. Por lo tanto, se considera la partida arancelaria hasta el 6 dígito ya que la clasificación arancelaria es internacional y tiene mayor facilidad para buscar información que corresponden a características más específicos en el producto señalado como papa procesada, regida bajo la partida arancelaria: 200520 (Organización Mundial de Aduanas [OMA], 1988).

En este estudio se utilizan datos extraídos de la plataforma *Trade Map*. Esta es una herramienta de análisis que cubre 5300 productos de sistema armonizado y 200 países, proporciona en forma de tablas, gráficos y mapas los indicadores de desempeño de las exportaciones nacionales, de demanda internacional, de barreras tarifarias y no tarifarias, de mercados alternativos y de mercados competitivos, así como un directorio de empresas importadoras y exportadoras (Internacional Trade Center [ITC], 2020).

A través de la plataforma *Trade Map* los sujetos de estudios fueron considerados como todos aquellos países que interactuaron comercialmente con el producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009 y 2019, dentro del mercado internacional, teniendo

como resultado a 125 países que exportan con la partida arancelaria 200520; entre los 10 principales se considera: Países Bajos, Bélgica, Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, México, Polonia, Canadá, Malasia y Francia. Asimismo, se obtiene 218 países que importan con la partida arancelaria 200520, entre los 10 principales se considera: Estados Unidos, Francia, Alemania, Países Bajos, Canadá, Reino Unido, Bélgica, España, Irlanda y Hong Kong [China] (ITC, 2020).

### **1.2.3. Caracterización del problema.**

El potencial del agro en el Perú es inmenso por ser un país megadiverso; siendo así, que este sector es y seguirá siendo un motor fuerte que da impulso a la economía del país. A la vez, el crecimiento de la agricultura en el Perú ha sido siempre motivo de preocupación; y ello, ha generado que exista cada vez un mayor interés en el desarrollo de productos con alto potencial agroexportador (Malca G., 2004) Debido que, en las últimas décadas, el comercio exterior sufrió considerables aumentos como resultados de la globalización. Uno de los productos poseedores de gran potencial agroexportador es la papa.

La papa [nombre científico: *Solanum Tuberosum L.*], es un tubérculo andino que procede de las culturas Preinca e inca, que se cultiva en diversas condiciones ambientales en casi todos los países del mundo, en el territorio peruano, la siembra de papa representa el 25% del producto bruto interno agropecuario, la producción se efectúa a lo largo del país, y ocupa un 95% del área en condiciones de Secano (FAO, 2008). El Perú según el Ministerio desarrollo Agrario y Riego [MIDAGRI] (2020), es el país con mayor diversidad de papa en el mundo, al referir con 8 especies nativas domesticadas y 2, 301 de las más de 4,000 variedades que existen en Latinoamérica, asimismo posee 91 de las 200 especies que crecen en forma silvestre en casi todo el continente.



*Figura 1.* Geografía de la producción de papa en el Perú. Elaborada por Egúsqiza (2008).

Centro Internacional de la papa (2020) menciona que la papa ha sido considerada uno de los cultivos de mayor difusión en el mundo y uno de los más importantes en la producción de alimentos seguidamente del arroz y trigo; asimismo, considera que la producción mundial de la papa ha aumentado con cifras considerables en las tres últimas décadas sobrepasando las 300 millones toneladas métricas.

Sierra y Selva Exportadora [SEE] (2020), muestra mediante una nota informativa publicada, que la papa ocupa un lugar importante en la economía agrícola del Perú, siendo el segundo cultivo de mayor importancia a nivel nacional, teniendo durante el 2019 un nivel de participación del 10.7% en el valor bruto de producción del subsector agrícola, superado únicamente por el arroz con el 11.5%; a esto resalta su importancia, mencionando que este

producto es la principal fuente de ingresos de más de 710 mil familias de nuestro país, considerando además al resto de actores participantes en la cadena de comercialización.

En relación con eso, la papa peruana juega un papel estratégico en la economía nacional, dado que la liberación del comercio ha llevado a la apertura comercial buscar mejorar los niveles de competitividad del producto. Actualmente debido a la globalización se percibe una competencia intensa, la acelerada innovación tecnológica y la gestión flexible, generando que países proveedores de materias primas elaboren estrategias industriales que les permita alcanzar una posición sólida y exitosa en la economía internacional; con tal fin, los gobiernos y las empresas van adoptando diferentes métodos para mejorar los niveles de productividad, crear ventajas competitivas, buscar satisfacer al cliente y en general para mantener su récord de líderes mundiales en la producción y/o comercialización del producto para un determinado comprador (Sierra y Selva Exportadora, 2020).

El Banco Mundial (2018), da énfasis de que el sector agrícola en el Perú está compuesto de varios mundos distintos, cada uno se opera con etapas diferentes de desarrollo. Por eso, sugiere que una estrategia gradual puede brindar apoyo de manera escalonada a los agricultores y otros actores del sistema alimentario para mejorar sus niveles de efectividad y competitividad.

Teniendo en cuenta estos antecedentes y la apertura económica que exige la competencia internacional, el presente trabajo pretende medir e interpretar los cambios y el comportamiento del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009 y 2019, dentro del mercado internacional a través del hallazgo de indicadores de competitividad.

### **1.3. Formulación del Problema**

Según Sánchez (2004) al haber identificado un problema existente, es necesario recordar que éste lleva implícito una o más preguntas de cuyas respuestas se ocupará esta investigación.

### **1.3.1. Problema General.**

¿Cuál es el estado del índice de inserción de la papa peruana en la oferta internacional, específicamente bajo la partida arancelaria 200520, entre el periodo 2009-2019?

### **1.3.2. Problemas Específicos.**

- ¿Cuál es el índice de posicionamiento que ha obtenido la papa peruana, específicamente bajo la partida arancelaria 200520, en la oferta internacional entre el periodo 2009-2019?
- ¿Cuál es el índice de eficiencia que ha obtenido la papa peruana, específicamente bajo la partida arancelaria 200520, en la oferta internacional entre el periodo 2009-2019?

## **1.4. Propósitos de la Investigación**

### **1.4.1. Propósito general**

Calcular el índice de inserción de la papa peruana en la oferta internacional, específicamente bajo la partida arancelaria 200520, entre el periodo 2009-2019.

### **1.4.2. Propósitos específicos.**

- Identificar a los principales países importadores de la partida arancelaria 200520.
- Seleccionar a los países competidores en la oferta exportable de la partida arancelaria 200520.
- Calcular el índice de posicionamiento de los países competidores en la oferta exportable y el Perú.
- Identificar a los principales países importadores de la partida arancelaria 200520.
- Seleccionar a los países competidores en la oferta exportable de la partida arancelaria 200520.

- Calcular el índice de eficiencia de los países competidores en la oferta exportable y el Perú.

## **1.5. Justificación de la Investigación**

### **1.5.1. Justificación Teórica.**

Esta investigación permite obtener el modo de inserción al mercado internacional de la papa peruana mediante la obtención de los índices de posicionamiento y eficiencia de los países competidores en la oferta exportable. Se apoya en la investigación realizada por Fajnzylber (1991) y su creación de la matriz de competitividad, en su desarrollo analizaron la relación entre el patrón de exportaciones y la competitividad de los países, siendo aplicada en países de América Latina.

Para la obtención y análisis de los indicadores se basó en la investigación de Schwartz et al. (2007), el cual teniendo en cuenta el *Indicador Fajnzylber*, logró encontrar la estimación de la competitividad en el mercado internacional de la cereza chilena, teniendo al índice de inserción como una pieza clave de su trabajo, mostrando la forma de obtenerlo al cruzar los resultados de los indicadores de posicionamiento y eficiencia en un plano cartesiano que tiene como cuadrantes a los modos: (a) de inserción al mercado positivo, (b) de inserción con oportunidades perdidas, (c) de inserción con oportunidades perdidas, y (d) de inserción en retirada.

### **1.5.2. Justificación Práctica.**

Según MINAGRI-INIA, obtenido de Andina (2020) Perú se ha consolidado dentro los 15 productores de papa andina en el mundo; más de 711 mil familias peruanas producen papa en 19 regiones del país, donde según el posee 91 de las 200 especies que crecen en forma silvestre en casi todo nuestro continente, asimismo cuenta con 190667 hectáreas de área geográfica denominados secanos y con 177,273 unidades agropecuarias, los cuales contribuyen a la producción de la papa, que se realiza durante todo el año, sobre todo en los meses de abril

mayo y junio en promedio con una concentración mayor al 52% de la producción anual. Por estos aspectos, este tubérculo se convierte en el segundo cultivo más importante, después del arroz para el país (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego [MIDAGRI], 2020)

De 2000 a 2010, el proyecto Innovación y Competitividad de la Papa [INCOPA], permitió dar el primer paso en la mejora de producción de la papa peruana mediante tres fases. La primera, entre 2001 y 2003, denominada fase de exploración y creación de instrumentos buscando la ejecución de los objetivos sobre la metodología para desarrollar innovaciones, las plataformas de actuación y las alianzas con ONG. La segunda entre 2004 y 2007, basándose en la adaptación de las metodologías y progreso de innovaciones comerciales, proyección al mercado, fortalecimiento de la plataforma y construcción de instrumentos para la revalorización *el día nacional de la papa*. La tercera, entre 2007 y 2010. Es la más relevante, ya que fue la fase del fortalecimiento de las innovaciones tecnológicas, la búsqueda de consolidación en el mercado y la revalorización: año internacional de la papa y alianza estratégicas con otros sectores. Con la ejecución de estas tres fases en la cadena productiva de la papa peruana, se obtuvo un crecimiento exponencial en la producción de todo el sector agropecuario (Proexpansión, 2011)

A partir del año 2011, después de todos los esfuerzos que el gobierno y las empresas peruanas realizaron para fomentar el incremento del comercio nacional e internacional de este producto, la papa procesada incrementó sus ventas internacionales marcando un punto de inflexión positivo bastante notorio en la comercialización de este producto, pasando de 81 toneladas exportadas en el 2010 a 179 toneladas el 2011, habiéndose incrementando más del 50% en un año; los años posteriores, la exportación de la papa ha ido en expansión constante hasta la actualidad según la plataforma virtual *Trade Map* (2020)

A pesar de que existe una participación creciente y continua de la papa procesada peruana en los mercados internacionales. No se puede pasar por alto el índice de inserción de

otros países, que tiende a variar entre lo favorable y desfavorable según el espacio temporal que se estudie, esto obliga analizar de forma combinada el indicador de posicionamiento y eficiencia de la papa procesada peruana en comparación con el resto de los proveedores de la región americana y otros mercados internacionales. Este estudio se realiza porque existe la necesidad de conocer el lugar que ocupa la papa peruana en el mercado internacional, mediante la estimación del índice de inserción, esto con la finalidad de conocer a ciencia cierta el estado de este producto al salir del país, lo cual permitirá tener conocimientos sobre que oportunidades se puede aprovechar por parte de las empresas peruanas o que debilidades se deben fortalecer en todo el sector, de esta forma poder observar y conocer en que mercados su producto está mejor establecido, por consiguiente, conocer si pueden alcanzar mejores mercados que el nacional y con qué países se puede trabajar en los próximos años, reduciendo el impacto de penetración, lo cual tiende a generar costos adicionales a las empresas en su afán de hacerse un lugar en el mercado internacional.



## Capítulo II: Estado del Arte

Según Hernández et al. (2014), el estado del arte o el estado de cuestión es el conocer la situación actual del problema, todo lo que se sabe de ello y también lo que no se conoce; en ese sentido en este capítulo se presentan la revisión literaria, con la que se muestra la evolución de las categorías en estudio, mostrando todos los cambios de la base teórica que sustenta esta investigación. Se muestra el marco conceptual con el que se trabaja y se respalda en la presente investigación, a su vez se detalla las respectivas ecuaciones con las que se calculan las categorías que componen la investigación; adicionalmente en este capítulo se explican los términos conceptuales que se deben tener en cuenta para el entendimiento preciso durante todo el proceso de estudio.

### 2.1. Revisión literaria

Los subíndices que componen al índice de inserción, fue propuesto por Fajnzylber (1988), de forma general y poco específica bajo el tema amplio de competitividad, en su investigación titulada *Competitividad Internacional: evolución y lecciones*, donde incluyó el tema de inserción internacional para los países industriales líderes, para lo cual, en su afán de hallar la competitividad internacional de los países analizó siete indicadores, entre ellos, el dinamismo relativo de las exportaciones en 20 años y la variación de productividad manufacturera. Unos años más tarde, el mismo Fajnzylber en colaboración con Ousméne J. Mandeng modificaron una matriz de competitividad previamente elaborado por Gluck (1985) en su publicación titulada: *A fresh look at strategic management*, para ubicar el índice de inserción en cuatro cuadrantes: (a) situación óptima, (b) situación con vulnerabilidad, (c) situación con oportunidades perdidas, y (d) situación en retirada, donde por primera vez se realizó el cruce de los subíndices de la indicador de inserción internacional, posicionamiento y eficiencia, considerándolas como parte vital a la hora de analizar la competitividad internacional de un producto (Fajnzylber, 1991).

Al pasar de los años, la teoría de la inserción fue aceptada por múltiples investigadores como una medida de competitividad, es así como en síntesis del *indicador Fajnzylber* en una investigación realizada por Schwartz, el índice de inserción sufrió un cambio en la definición de sus términos según su ubicación en el plano cartesiano, conociéndolos como modos de inserción según su valor. asimismo, estableció las fórmulas específicas para determinar los subíndices posicionamiento y eficiencia (Schwartz et al., 2007). Posteriormente, se realizaron múltiples investigaciones sobre competitividad internacional, los cuales en su mayoría incluyeron de forma primordial el hallar el índice de inserción, basados en estos autores mencionados.

## **2.2. Marco conceptual**

Con la finalidad de medir el trabajo, se analiza la inserción en el mercado mundial dentro del periodo 2009-2019 del producto determinado como papa procesada. En otros estudios realizados sobre el *Indicador Fajnzylber*, o el modo de inserción de un producto al mercado internacional han demostrado cómo los diferentes productos de los países pueden llegar a colocarse en cualquiera de los modos de inserción mencionados (Fajnzylber, 1988).

En lo concerniente a esta investigación, se entiende por inserción al mercado como el grado de la dinámica exportadora de la papa procesada, relacionado con los mercados del producto, en aspectos de su capacidad de crecimiento y/o de sostener su participación en dichos mercados, en relación con los competidores (Fajnzylber, 1991). El análisis del índice de inserción de la papa procesada en el mercado se puede desarrollar mediante indicadores *ex-post*, que utiliza información obtenida a lo largo de un bloque de años anteriores a cuando se estudia el fenómeno. Para realizar el análisis la investigación utiliza los indicadores: (a) posicionamiento, y (b) eficiencia (Schwartz et al., 2007).

Posicionamiento (Po). Es medido por la tasa de crecimiento promedio anual (TCA) de las exportaciones del producto en estudio.

$$TCA X_i^p = \left[ \left( \frac{X_a}{X_b} \right)^{1/a-b} \right] - 1 \quad \text{Ecuación 1}$$

donde:

p = corresponde al país.

x = valor de las exportaciones del país en estudio al país en comparación

i = producto estudiado.

a = año inicial del periodo.

b = año final del periodo.

Eficiencia (Ef). Es medido por la Tasa de crecimiento anual de la participación de las exportaciones mundiales del producto en estudio.

$$TCA \text{ part. } X_i^p = \left[ \left( \frac{\text{part. } X_a^p}{\text{part. } X_b^p} \right)^{1/a-b} \right] - 1 \quad \text{Ecuación 2}$$

donde:

$$\text{part. } X_a^p = \frac{X_a^p}{M_a^w} \quad \text{Ecuación 3}$$

$$\text{part. } X_b^p = \frac{X_b^p}{M_b^w} \quad \text{Ecuación 4}$$

$X_a^p$  = representa las exportaciones del país en estudio al país en comparación en el año inicial del periodo.

$X_b^p$  = representa las exportaciones del país en estudio al país en comparación en el año final del periodo.

$M_a^w$  = representa las importaciones mundiales del país en comparación en el año inicial del periodo.

$M_b^w$  = representa las importaciones mundiales del país en comparación en el año final del periodo.

El análisis agrupado de los valores que se obtiene como resultado en los indicadores de posicionamiento y eficiencia, permite conocer cómo se está insertado en el mercado

internacional del producto. Los indicadores pueden resultar positivo o negativo, esto depende de la existencia de un decrecimiento o crecimiento anual en las exportaciones y las participaciones en ellas. Las distintas situaciones obtenidas en un periodo determinado son clasificados en cuatro categorías (Schwartz et al., 2007).

		Posicionamiento relativo del producto	
		Desfavorable	Favorable
Eficiencia relativa de los países	Alta	<b>Modo de inserción con vulnerabilidad</b>	<b>Modo de inserción al mercado positivo</b>
	Baja	<b>Modo de inserción en retirada</b>	<b>Modo de inserción con oportunidades perdidas</b>

*Figura 2.* Inserción en el comercio internacional. Matriz elaborada por el equipo investigador basados en la investigación de Fajnzylber (1991) y Schwartz et al (2007).

- Modo de inserción al mercado positivo: cuando los dos indicadores obtienen resultados positivos.
- Modo de inserción con oportunidades perdidas: cuando el valor de posicionamiento resulta positivo y el de eficiencia negativo.
- Modo de inserción con vulnerabilidad: cuando el resultado de posicionamiento es negativo y el de eficiencia es positivo.
- Modo de inserción en retirada: cuando ambos resultados son negativos.

### **Capítulo III: Metodología**

Según Bernal (2010) la metodología de un estudio cualitativo se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar; la preocupación no es obtener una medida, sino cualificar y describir la razón de estudio a partir de características determinantes, de esta forma se presenta el enfoque de la investigación, siendo de tipo cualitativo; el paradigma de investigación, caracterizada por ser post positivista; el método de la investigación, evidenciando el análisis documental; se detalla al sistema de categorías y subcategorías y la relación entre ellas; se realiza la selección de los sujetos de estudio, exponiendo las razones y la forma en que fueron seleccionados; finalmente se muestra las técnicas de producción y análisis de información, que muestran el cómo se analizan los datos y las herramientas con las que fueron obtenidos.

#### **3.1. Enfoque de la investigación**

Esta investigación tiene enfoque cualitativo basado en la definición de Bernal (2010), donde menciona que los investigadores que utilizan este método buscan entender una situación social como un conjunto, teniendo en cuenta sus propiedades y sus variaciones. En forma general, la investigación cuantitativa tiene origen en bases teóricas aceptadas por la comunidad científica, en contraste la investigación cualitativa busca conceptuar sobre la realidad, con base en la información obtenida de la población o sujetos de estudio (Bernal, 2010).

#### **3.2. Paradigma de la investigación**

Esta investigación tiene como paradigma al pospositivismo basado en la definición y características encontradas por Guba & Lincoln (1994), desde esta perspectiva obtener el índice de inserción es posible al incluir métodos cualitativos como el análisis documental, que posee elementos cuantitativos; a su vez bajo este paradigma el estudio incluye la teoría fundamentada de subtipo sistemática que, mediante la codificación axial y selectiva, se puede analizar éste

índice disgregando sus componentes en categorías, en este caso los índices de posicionamiento y eficiencia, para operarlos después.

### 3.3. Métodos de investigación

Esta investigación tiene como método de investigación, al análisis documental, basado en la definición de Baena (2017), la cual menciona que es la búsqueda de una respuesta específica a partir de la indagación en documentos, para ello se entiende por documento, todo aquello donde el hombre ha dejado rastro de información y conocimiento; para fines de este trabajo se realiza la búsqueda de toda información relacionada con el índice de inserción de comercio internacional existente, considerando la base teórica y la aplicativa de la misma.

### 3.4. Sistema de categorías

Tabla 1

*Sistema de categorías*

Categorías	Definición	Subcategorías
Posicionamiento	Según Fajnzylber (1991) se entiende por el dinamismo relativo de algún sector determinado en las importaciones de un país, siendo positiva si esta aumenta y negativa si esta disminuye.	SB1 Países importadores
		SB2 Países competidores en la oferta exportable
		SB3 Índice de posicionamiento
Eficiencia	Según Fajnzylber (1991) se entiende como la participación relativa del país en un rubro determinado considerándola alta cuando dicha participación sube y baja cuando disminuye.	SB4 Países importadores
		SB5 Países competidores en la oferta exportable
		SB6 Índice de Eficiencia

Fuente: Elaboración de tabla por equipo investigador. Matriz completa en los apéndices.

### 3.5. Selección de los sujetos de estudio

En este estudio se selecciona la información obtenida por la plataforma *Trade Map*, de donde se extrae a los países que comprenden datos de exportación en valor FOB del periodo 2009-2019, específicamente en el producto señalado como papa procesada, regida bajo la partida arancelaria: 200520. La selección de los países pasa por unos filtros adicionales, dividiéndose en dos grupos relacionado entre sí: (a) países considerados como mercado (primer grupo), y (b) países de comparación [segundo grupo].

Para el primer grupo se seleccionó a los países que hayan mostrado continuidad importadora dentro del periodo establecido, es decir, todos aquellos que hayan realizado al menos una importación dentro del periodo establecido; seguidamente a ello se realizó un ranking de los cinco países con mayores importaciones de productos bajo la partida arancelaria 200520 y aquellos que tengan una relación comercial con el Perú (aquellos que importaron al menos una vez al país dentro del periodo en estudio), esto con la finalidad de determinar su importancia como mercado en el comercio internacional del producto y su significancia para el país en estudio: finalmente se escogieron a dos representantes como máximo por continente para darle un contexto global a la investigación; como consecuencia al paso de todos estos filtros se obtiene a los siguientes países que para fines de esta investigación se denominan como mercados: Estados Unidos, Canadá, Francia, Alemania y Japón, con los que se trabaja para todo el análisis (Landín, 2018).

El segundo grupo, que para fines de esta investigación se denominan como competidores se seleccionan seguidamente a la conformación del primer grupo; en primer lugar, son determinados por los países que hayan mostrado continuidad exportadora a estos países, considerando que cuenten con nueve a once años de exportaciones dentro del periodo de estudio; en segunda instancia se determina a once países que hayan superado las mil toneladas de exportación acumulada para cada país previamente seleccionado en el primer

grupo, a estos se les suman las exportaciones del Perú, para un preciso análisis comparativo entre países (Moya, 2015).

### 3.6. Técnicas de producción de información

#### 3.6.1. Para la selección de países en estudio

ITC TRADE MAP  
Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas  
Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado, etc.

Inicio & Búsqueda Disponibilidad de Datos Documentos de referencia Otras Herramientas Más

Producto: ... 200520 - Patatas "papas", preparadas o conserva  
 Mundo  País: Todos  
 Socio: Todos

otros criterios: Importaciones | Series de tiempo anuales | por país | Valores | Dólar Americano

Grupo de productos: Ninguno  
 Grupo de países: Ninguno  
 Grupo de socios: Ninguno

**Lista de los importadores para el producto seleccionado**  
**Producto: 200520 Patatas "papas", preparadas o conservadas sin vinagre ni ácido acético, sin congelar**

Figura 3. Importaciones mundiales del producto bajo partida 200520 en metabuscador. Configurado por el equipo de investigador en la plataforma *Trade Map*.

Como se muestra en la figura 1, para la obtención de los valores de importación mundial del producto se hizo uso de la plataforma virtual *Trade Map*, donde lo primero fue colocar la partida arancelaria 200520, de esa forma seleccionar el producto en específico, posteriormente se colocó como todos dentro de la casilla de países, con ello se pudieron observar todos los países involucrados, en otros criterios se colocaron los siguientes: importaciones, con lo que se muestra el número de importaciones de cada país, series de tiempo anuales, donde se especifica que los valores sean anuales, por país, para mostrar los valores específicos de cada país, valores, para obtener el valor monetario acumulado de las importaciones y dólar americano, especificando la moneda con la que se requieren los datos.

ITC TRADE MAP  
Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas  
Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado, etc.

Inicio & Búsqueda Disponibilidad de Datos Documentos de referencia Otras Herramientas Más

Producto: ... 200520 - Patatas "papas", preparadas o conserva  
 Mundo  País: Perú  
 Socio: Todos

otros criterios: Exportaciones | Series de tiempo anuales | por país | Datos directos | Valores | Dólar Americano

Grupo de productos: Ninguno  
 Grupo de países: Ninguno  
 Grupo de socios: Ninguno

**Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú**  
**Producto: 200520 Patatas "papas", preparadas o conservadas sin vinagre ni ácido acético, sin congelar**

Figura 4. Exportaciones del Perú al mundo del producto bajo partida 200520 en metabuscador. Configurado por el equipo de investigador en la plataforma *Trade Map*.



Como se muestra en la figura 2, para la obtención de los valores de exportaciones mundiales del Perú se hizo uso de la plataforma virtual *Trade Map*, donde lo primero fue colocar la partida arancelaria 200520, de esa forma seleccionar el producto en específico, posteriormente se colocó el nombre del Perú dentro de la casilla de países, con ello se detalla la información del país en específico, en la casilla socios se colocó todos, con la finalidad de obtener a todos los países relacionados en el mundo, en otros criterios se colocaron los siguientes: exportaciones, con lo que se muestra el número de exportaciones del Perú a cada país, series de tiempo anuales, donde se especifica que los valores sean anuales, por país, para evidenciar los valores específicos de cada país, valores, para obtener el valor monetario acumulado de las importaciones y dólar americano, especificando la moneda con la que se requieren los datos.

### 3.6.2. Para la selección de países competidores

*Figura 5.* Exportaciones de países seleccionados al mundo del producto bajo partida 200520 en metabuscador. Configurado por el equipo de investigador en la plataforma *Trade Map*.

Como se muestra en la figura 3, para la obtención de los valores de importaciones por país en estudio se hizo uso de la plataforma virtual *Trade Map*, donde lo primero fue colocar la partida arancelaria 200520, de esa forma seleccionar el producto en específico, posteriormente se colocó el nombre de los 5 países seleccionados dentro de la casilla de países, con ello se detalla la información del país en específico, en la casilla socios se colocó todos, con la finalidad de obtener a todos los países relacionados a estos 5 países comercialmente, en otros criterios se colocaron los siguientes: importaciones, con lo que se muestra el número de

importaciones del mundo a cada país seleccionado, series de tiempo anuales, donde se especifica que los valores sean anuales, por país, para especificar los valores propios de cada país, valores, para obtener el valor monetario acumulado de las importaciones y dólar americano, especificando la moneda con la que se requieren los datos.

Estos procesos de obtención de datos sirvieron para la selección de todos los países involucrados en la presente investigación y de esa forma segmentar de forma precisa el alcance del estudio y su relación con el Perú.

### 3.7. Técnicas de análisis de la información

#### 3.7.1. Posicionamiento

Reemplazando la Ecuación 1 para los países seleccionados como mercado.

$$TCA X_i^p = \left[ \left( \frac{X_a}{X_b} \right)^{1/a-b} \right] - 1$$

donde:

p = países seleccionados como mercado (Estados Unidos, Canadá, Francia, Alemania y Japón)

$X_a$  = valor de las exportaciones de los once países seleccionados como competidores incluido al Perú en 2009 hacia los cinco países seleccionados como mercado.

$X_b$  = valor de las exportaciones de los once países seleccionados como competidores incluyendo al Perú en 2019 hacia los cinco países seleccionados como mercado.

i = papa procesada

a = 2009

b = 2019

#### 3.7.2. Eficiencia

Reemplazando la Ecuación 2, 3 y 4 para los países seleccionados como mercado.

$$TCA \text{ part. } X_i^p = \left[ \left( \frac{\text{part. } X_a^p}{\text{part. } X_b^p} \right)^{1/a-b} \right] - 1$$

donde:

$$part.X_a^p = \frac{X_a^p}{M_a^w}$$

$$part.X_b^p = \frac{X_b^p}{M_b^w}$$

$X_a^p$  = representa las exportaciones de los once países seleccionados como competidores incluyendo al Perú en 2009 hacia los cinco países seleccionados como mercado.

$X_b^p$  = representa las exportaciones de los once países seleccionados como competidores incluyendo al Perú en 2019 hacia los cinco países seleccionados como mercado.

$M_a^w$  = representa las importaciones mundiales de los cinco países seleccionados como mercado en el 2009.

$M_b^w$  = representa las importaciones mundiales de los cinco países seleccionados como mercado en el 2019.

## Capítulo IV: Resultados

Según Baena (2017) las investigaciones modernas necesitan que se realice un procesamiento de información claro, comprensible y efectivo con la finalidad de interpretar de forma eficiente los resultados obtenidos en un estudio, de esta forma se presentan los resultados de la presente investigación, describiendo el trabajo de campo, junto al análisis y síntesis de resultados obtenidos que permiten entender adecuadamente lo que se pretendía obtener al plantear los propósitos al inicio del estudio, tanto generales como específicos.

### 4.1. Descripción del trabajo de campo

Se realizó el trabajo de campo para llevar a cabo el análisis de esta investigación en un periodo comprendido entre el 01 de abril y el 30 de noviembre del 2020.

Para la selección del producto en estudio se tomó en cuenta el crecimiento de este en los últimos años y la relevancia que viene presentando a la economía del Perú, para ello se revisó información en los registros de exportación y producción procedentes del Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI] y la revisión de un análisis de mercado realizado el año 2020 por la Unidad de Inteligencia Comercial de Sierra y Selva Exportadora [MINAGRI-INIA], obtenido de Andina (2020).

La selección de países se realizó teniendo en cuenta únicamente los datos estadísticos obtenidos de las plataformas de *Trade Map* y *Verytrade* para encontrar un contraste exacto de los países involucrados económicamente al Perú, específicamente la obtención de dato de importación y exportación de los últimos 10 años; la recopilación de toda la información se realizó por dos meses en el afán de encontrar todo conocimiento asociado al análisis de la investigación, esto incluyó la búsqueda de antecedentes más relacionados al estudio, para lo cual se usó metabuscadores generales como Google, Bing, entre otros, sumado a buscadores específicos en bases documentadas de revistas importantes como Scopus, Redalyc y registros de investigación de universidades del mundo.

## 4.2. Análisis y síntesis de los resultados

### 4.2.1. Selección de países mercado

Tabla 2

*Exportaciones del Perú en valor USD del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009-2019*

Importadores	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Exp. acumuladas
Estados Unidos	34		64	83	242	271	157	190	227	108	948	2324
Bolivia	1		16	68	191	225	255	281	357	437	407	2238
Francia	19	99	130	115	183	272	182	261	275	286	302	2124
Alemania							29	112	53	116	45	355
Chile			12	76	14	12	36	19	4	2		175
Canadá	1	4	13	1	2	4	4	1	2	4	7	43
Japón			5		26		4	2			3	40
Bélgica			4	3		2	2		2	2	2	17
Reino Unido			7	2				1				10
España	6	1	2									9
Haití		1	1	1								3

Fuente: Elaboración de tabla por equipo investigador basado en datos obtenidos de la plataforma *Trade Map*.

Tabla 3

*Importaciones en valor USD del producto bajo partida arancelaria 200520 provenientes del mundo entre los años 2009-2019*

Importadores	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Francia	203888	198266	223763	206969	224065	240025	200812	224719	244541	255964	247059
Alemania	140471	132817	164326	150689	170352	180115	151489	171423	197477	197183	196522

Estados Unidos	130666	130216	128194	150469	143651	145638	165212	162278	173080	196176	204501
Canadá	104016	108660	128109	133208	127483	125677	118668	123656	131485	131460	126473
Países Bajos	111654	94497	119491	128223	135640	135441	98451	107495	116137	113904	131679
Reino Unido	71572	73970	72752	74017	88359	91955	71755	68384	92272	116090	85330
Bélgica	55139	58210	67843	61063	62521	66190	60109	59574	70941	73897	71398
Irlanda	63961	59323	64024	72972	66575	70065	54262	55798	57655	59192	48456
España	62310	49633	38863	44017	41080	24323	55720	59518	54560	63304	61746
Hong Kong,	27073	30927	30950	45401	53291	55424	61463	65929	55829	57122	56239
China											
Italia	41445	34819	43012	39222	45992	58707	52993	53102	51538	54279	62058
Dinamarca	39008	39041	40917	34121	53776	56832	50379	44669	53356	52424	56331
Suecia	51924	42473	52543	52091	48440	52801	48385	41297	42754	37868	39912
México	27768	37128	30459	32664	46984	48001	51399	42068	38378	37150	40330
Rusia,	44944	35953	44837	35175	34818	35912	21570	23989	32269	32823	27417
Federación de											
Austria	30568	27561	29299	29516	30771	30213	25781	26367	28840	32689	31455
Japón	14250	19813	44789	31004	30163	23419	19893	21492	31690	27508	29846
Ucrania	19343	19939	23752	23908	32269	32144	18237	17517	22421	33458	22284
Finlandia	21935	18882	21200	24819	28171	25873	22369	25002	21361	27360	23451
Kazajstán	16231	13733	25940	24982	29177	26421	21338	17543	21247	27878	30440
Belarús	22342	26113	10869	16092	27403	27540	19587	16524	22794	26309	30831
Tailandia	9164	11969	17203	36955	40862	32126	29225	33064	17344	8331	9021
Hungría	14604	13999	18059	14414	16514	19315	19466	21391	23447	27036	28690
Eslovaquia	17648	18346	19030	19159	18418	19774	17263	17013	18514	22160	22781
Singapur	1576	2036	3085	14008	21010	20064	19538	20220	25181	36634	40654

Fuente: Elaboración de tabla por equipo investigador basado en datos obtenidos de la plataforma *Trade Map*.

Se puede observar en la Tabla 2 y detallado en el Apéndice B, al primer paso para la selección de los países de estudio, los países a los que el Perú realizó exportaciones del producto bajo partida arancelaria 200520, de este modo se resalta la relación económica internacional que el país tuvo en 11 años, para la elaboración de la tabla se filtró la información considerando a todos aquellos que hayan realizado al menos una importación durante el periodo de tiempo.

Se puede observar en la Tabla 3 y detallado en el Apéndice C, a los principales países importadores del producto bajo partida arancelaria 200520 a nivel mundial, para lo que se consideró a todos aquellos que realizaron cuando menos una importación en cada año y cuyo valor acumulado en los once años sea mayor a veinte mil dólares americanos, de esta forma se puede resaltar su importancia como mercados destino.

En la Tabla 4, la cual fue obtenida a partir de las Tablas 2 y 3, se puede observar a las importaciones en valor de los países seleccionados como mercado, para ello se tuvo en cuenta algunos aspectos como que existiera una relación comercial internacional con el Perú entre los años 2011 y 2019, que pertenezcan a los principales países importadores del mundo tanto en continuidad y en valor monetario, finalmente considerar a 2 países como máximo por continente.

Se puede observar en la Tabla 5 y detallado en el Apéndice D, a las importaciones realizadas por Estados Unidos del producto bajo partida 200520 entre los años 2009-2019, donde se seleccionaron a once países exportadores a dicho país, teniendo como razón principal el contar con el mayor valor acumulado en dólares al final del periodo de tiempo, en esta tabla se incluyen los valores del Perú con la finalidad de obtener los cálculos necesarios para el estudio.

Tabla 4

*Importaciones en valor USD de países seleccionados del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009-2019*

Importadores	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Estados Unidos	130666	130216	128194	150469	143651	145638	165212	162278	173083	196221	204554
Canadá	104016	108660	128109	133208	127483	125677	118668	123656	131485	131460	126473
Francia	203888	198266	223763	206969	224065	240025	200812	224709	244495	255645	246320
Alemania	140471	132817	164326	150689	170352	180115	151489	171423	197477	197183	196522
Japón	14250	19813	44789	31004	30163	23419	19893	21492	31690	27508	29846

Fuente: Elaboración de tabla por equipo investigador basado en datos obtenidos de la plataforma *Trade Map*.

#### 4.2.2. Selección de competidores

Tabla 5

*Importaciones de Estados Unidos en valor USD del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009-2019*

Exportadores	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Canadá	62538	67926	52685	52422	51485	56624	66328	71106	79138	93147	102717
México	59653	54061	64703	75984	70437	68877	73675	72924	78893	83904	82022
Alemania	904	843	1567	9185	10321	4029	3618	817	833	986	782
China	2060	2067	1481	1242	826	1661	2080	1467	1245	3479	2272
Italia	3590	3372	448	3357	1799	1427	562	78	89	103	377
Honduras			3	4	519	4283	10175	6494	3770	4090	2296
Reino Unido	245	376	950	2367	2495	2712	2355	2767	1388	1147	1445
Países Bajos	50	0.01	176	2617	58	26	108	26	83	123	104



España	124	65	25	84	1978	2101	1969	1284	1295	1675	2071
Hong Kong, China	0.01	44	4	103	738	806	819	1198	1533	1518	1582
Irlanda	322	334	367	1008	526	466	486	588	828	924	1426
Perú	34		64	83	242	271	157	190	227	108	948

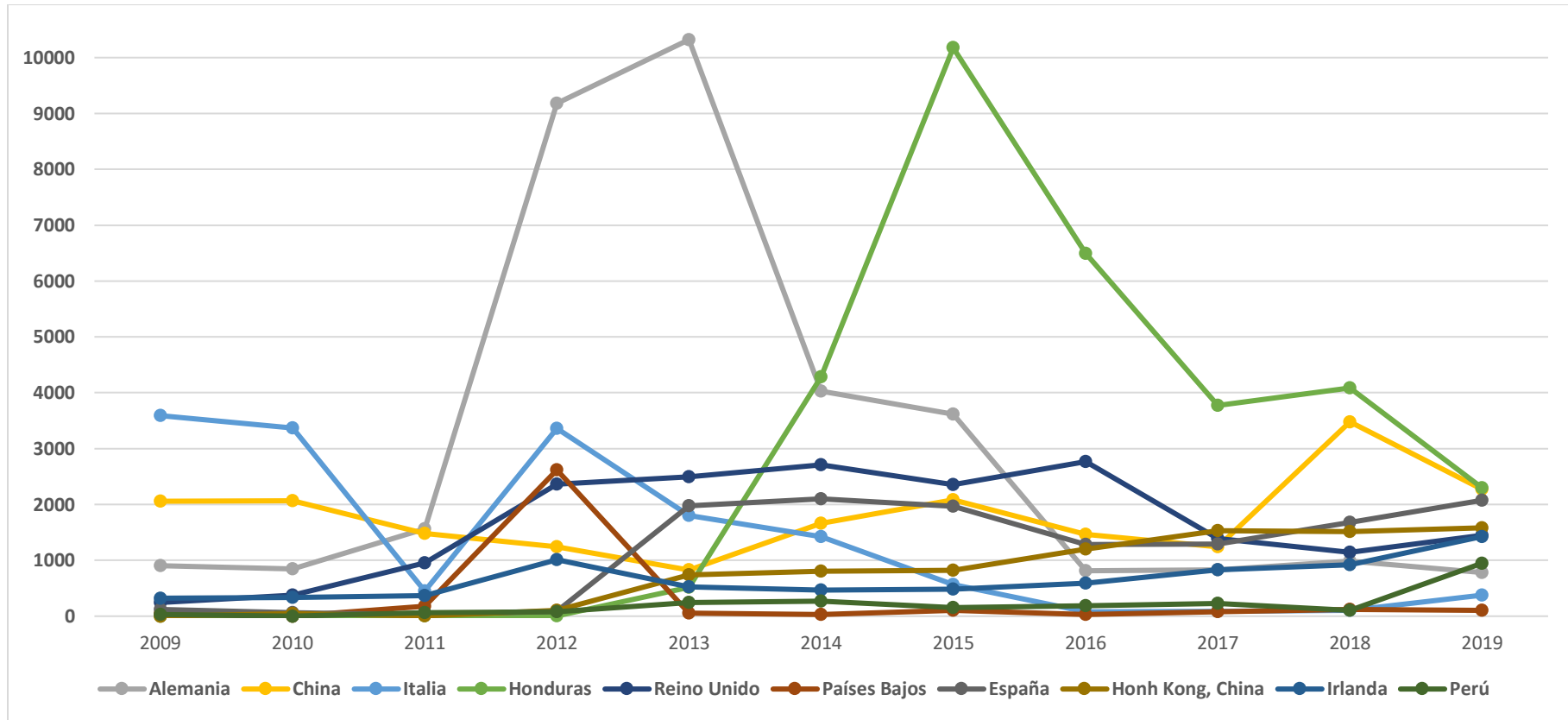
Fuente: Elaboración de tabla por equipo investigador basado en datos obtenidos de la plataforma *Trade Map*.

Tabla 6

*Importaciones de Canadá en valor USD del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009-2019*

Exportadores	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Estados Unidos	97688	103717	122508	124576	116424	114671	109669	111671	120638	119210	117462
México	5020	3747	3631	5851	7405	7182	5631	7587	7118	7603	4526
Bélgica	163	162	161	136	168	159	107	141	114	163	172
India	112	169	250	271	416	406	403	404	237	283	325
China	27	35	23	34	14	40	49	105	121	351	425
Filipinas	106	151	202	198	319	301	241	406	277	347	363
Reino Unido	60	108	385	1356	1657	1839	1508	1688	1235	834	595
España					4	4	30	182	144	233	307
Hong Kong, China	224	204	121	220	320	370	319	390	456	462	519
Malasia	1	5	8	31	8	10	14	111	254	443	228
Alemania	150	146	112	86	171	108	127	139	138	141	102
Perú	1	4	13	1	2	4	4	1	2	4	7

Fuente: Elaboración de tabla por equipo investigador basado en datos obtenidos de la plataforma *Trade Map*.

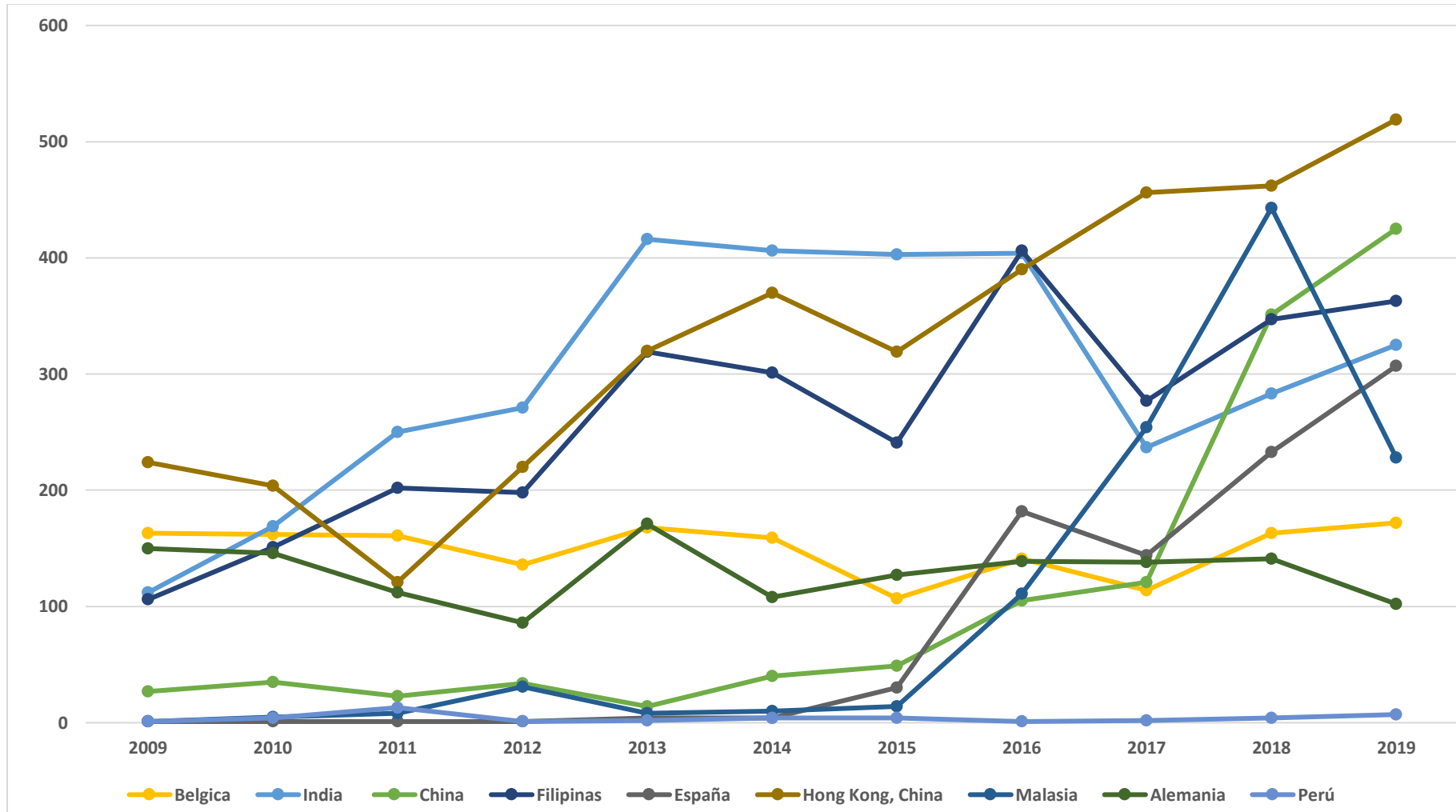


*Figura 6.* Tendencia de exportaciones de los once países seleccionados hacia Estados Unidos en valor USD del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009-2019. Elaboración de figura por equipo investigador con datos obtenidos de la Tabla 5.

Nota: En la Figura 6 se omitieron a los países de Canadá y México por tener los valores de exportación mayores hacia Estados Unidos, de esa forma poder obtener una visión más clara de las variaciones de las líneas de tendencia del resto de países en el periodo de tiempo determinado.

Se puede observar en la Tabla 6 y comprobado en el Apéndice E, a las importaciones realizadas por Canadá del producto bajo partida 200520 entre los años 2009-2019, convirtiéndose en el segundo país del continente americano en ser seleccionado como mercado, donde se seleccionaron a once países exportadores a dicho país, teniendo como razón, el contar con el mayor valor acumulado en dólares al final del periodo de tiempo, en esta tabla se incluyen los valores de exportación del Perú con la finalidad de obtener los cálculos necesarios para el estudio. Se puede observar en la Tabla 7 y comprobado en el Apéndice F, a las importaciones realizadas por Francia del producto bajo partida 200520 entre los años 2009-2019, donde se seleccionaron a once países exportadores a dicho país, teniendo como razón principal el contar con el mayor valor acumulado en dólares al final del periodo de tiempo, en esta tabla se incluyen los valores de exportación del Perú con la finalidad de obtener los cálculos necesarios para el estudio.

Se puede observar en la Tabla 8 y comprobado en el Apéndice G, a las importaciones realizadas por Alemania del producto bajo partida 200520 entre los años 2009-2019, convirtiéndola en el segundo país del continente europeo en ser seleccionado como mercado, donde se escogieron a once países exportadores a dicho país, teniendo como principal argumento el contar con el mayor valor acumulado en dólares al final del periodo de tiempo, en esta tabla se incluyen los valores de exportación del Perú con la finalidad de obtener los cálculos necesarios para el estudio. Se puede observar en la Tabla 9 y comprobado en el Apéndice H, a las importaciones realizadas por Japón del producto bajo partida 200520 entre los años 2009-2019, convirtiéndose en el único país del continente asiático, de donde se seleccionaron a once países exportadores a dicho país, teniendo como razón principal el contar con el mayor valor acumulado en dólares al final del periodo de tiempo, en esta tabla se incluyen los valores del Perú con la finalidad de obtener los cálculos necesarios para el estudio.



*Figura 7.* Tendencia de exportaciones de los once países seleccionados hacia Canadá en valor USD del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009-2019. Elaboración de figura por equipo investigador con datos obtenidos de la Tabla 6.

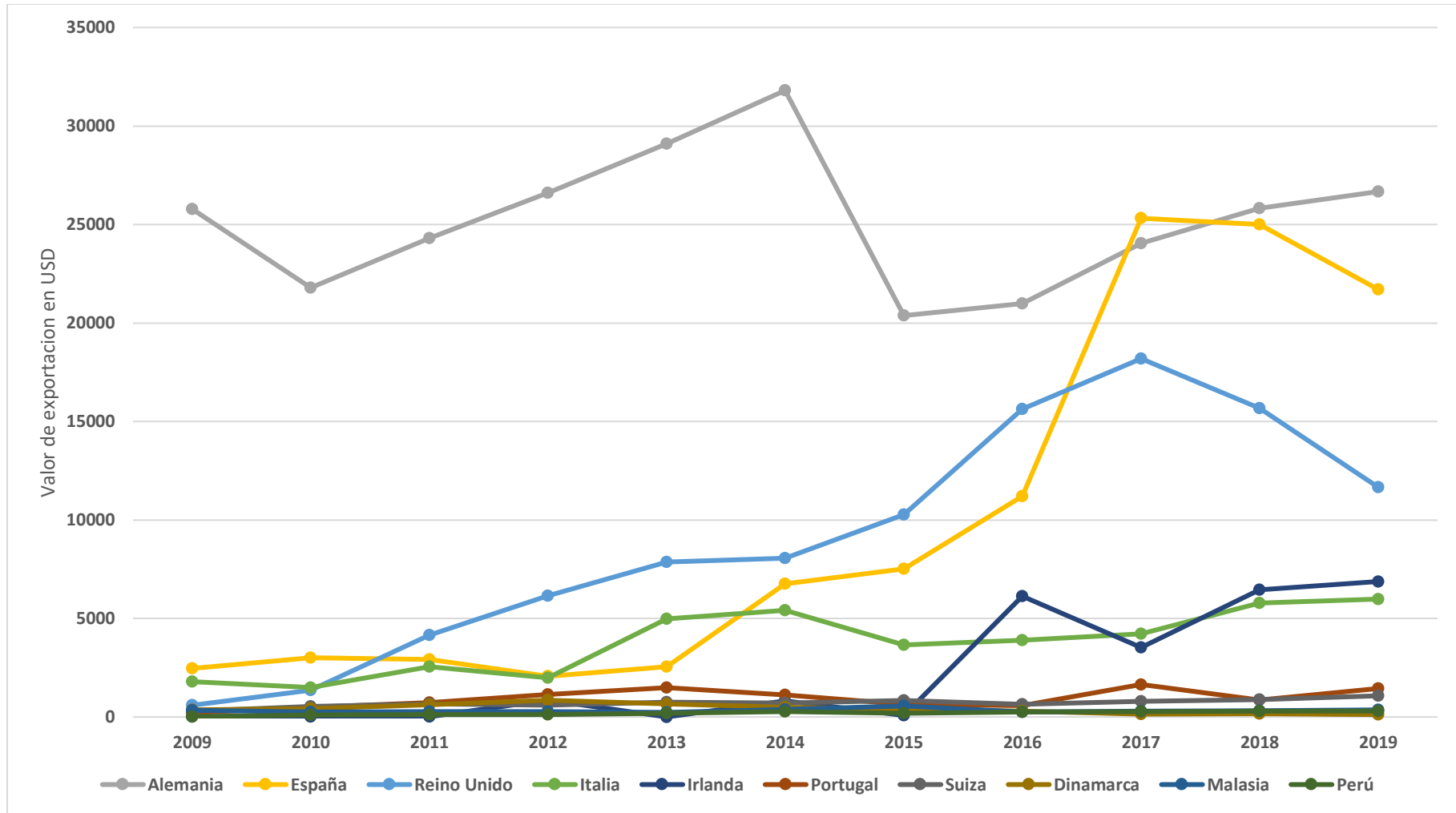
Nota: En la Figura 7 se omitieron a los países de Estados Unidos y México por tener los valores de exportación mayores hacia Canadá, de esa forma poder obtener una visión más clara de las variaciones de las líneas de tendencia del resto de países en el periodo de tiempo determinado.

Tabla 7

*Importaciones de Francia en valor USD del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009-2019*

Exportadores	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Países Bajos	60484	58166	75263	65264	62831	74568	63937	68092	75680	72522	71548
Bélgica	104832	102522	106048	96839	107366	104114	88154	93460	85101	98805	94800
Alemania	25783	21792	24302	26615	29110	31805	20376	20990	24052	25818	26676
España	2464	3011	2913	2066	2541	6765	7518	11210	25316	25010	21694
Reino Unido	595	1365	4160	6152	7873	8068	10281	15628	18190	15667	11652
Italia	1802	1496	2555	1988	4978	5425	3649	3901	4229	5780	5985
Irlanda	17	12	11	855	1.285	807	89	6130	3521	6446	6876
Portugal	217	498	727	1150	1489	1117	646	568	1649	864	1439
Suiza	296	532	675	599	751	714	843	639	796	892	1074
Dinamarca	359	432	616	851	655	487	394	291	138	162	121
Malasia	347	254	268	278	232	389	561	251	297	312	362
Perú	19	99	130	115	183	272	182	261	275	286	302

Fuente: Elaboración de tabla por equipo investigador basado en datos obtenidos de la plataforma *Trade Map*.



*Figura 8.* Tendencia de exportaciones de los once países seleccionados hacia Francia en valor USD del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009-2019. Elaboración de figura por equipo investigador con datos obtenidos de la Tabla 7.

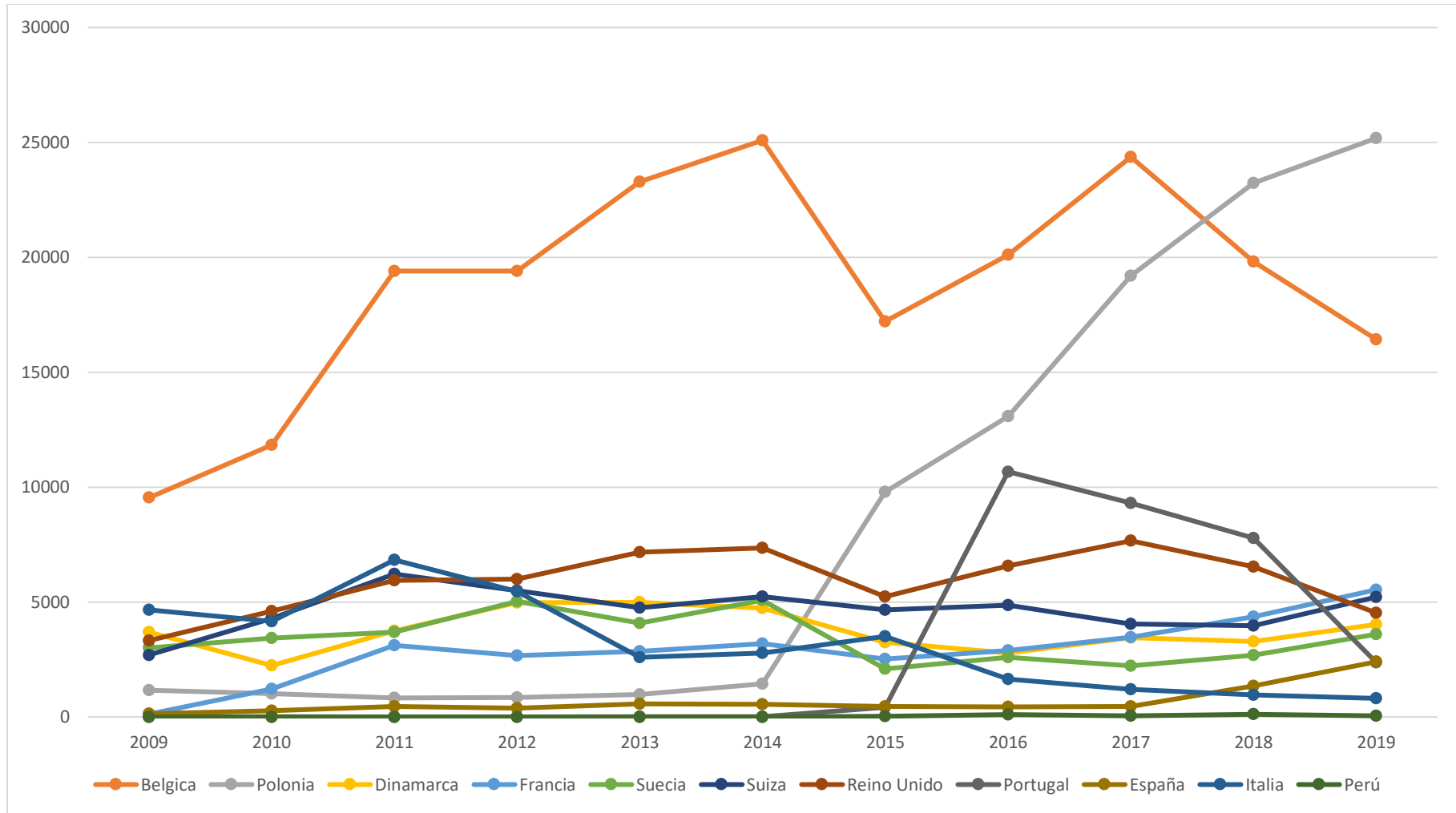
Nota: En la Figura 8 se omitieron a los países de Países Bajos y Bélgica por tener los valores de exportación mayores hacia Francia, de esa forma poder obtener una visión más clara de las variaciones de las líneas de tendencia del resto de países en el periodo de tiempo determinado.

Tabla 8

*Importaciones de Alemania en valor USD del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009-2019*

Exportadores	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Países Bajos	108176	93213	111052	96716	115378	119475	98538	101964	116895	117130	121321
Bélgica	9541	11845	19406	19399	23285	25090	17200	20113	24361	19819	16430
Polonia	1163	1019	828	854	986	1446	9798	13081	19199	23228	25185
Dinamarca	3698	2238	3749	4967	4987	4736	3253	2781	3451	3293	4019
Francia	123	1229	3110	2677	2865	3182	2517	2887	3478	4356	5535
Suecia	3008	3437	3687	5028	4090	5079	2093	2598	2221	2683	3608
Suiza	2698	4285	6220	5497	4756	5237	4663	4857	4046	3968	5210
Reino Unido	3326	4605	5948	5994	7173	7353	5233	6569	7666	6541	4533
Portugal	11	4	3	3	7	8	429	10672	9312	7784	2369
España	142	281	451	378	576	560	453	445	455	1350	2401
Italia	4664	4158	6834	5456	2604	2775	3505	1643	1210	955	808
Perú							29	112	53	116	45

Fuente: Elaboración de tabla por equipo investigador basado en datos obtenidos de la plataforma *Trade Map*.



*Figura 9.* Tendencia de exportaciones de los once países seleccionados hacia Alemania en valor USD del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009-2019. Elaboración de figura por equipo investigador con datos obtenidos de la Tabla 8.

Nota: En la Figura 9 se omitió al país Países Bajos por tener los valores de exportación mayores hacia Alemania, de esa forma poder obtener una visión más clara de las variaciones de las líneas de tendencia del resto de países en el periodo de tiempo determinado.

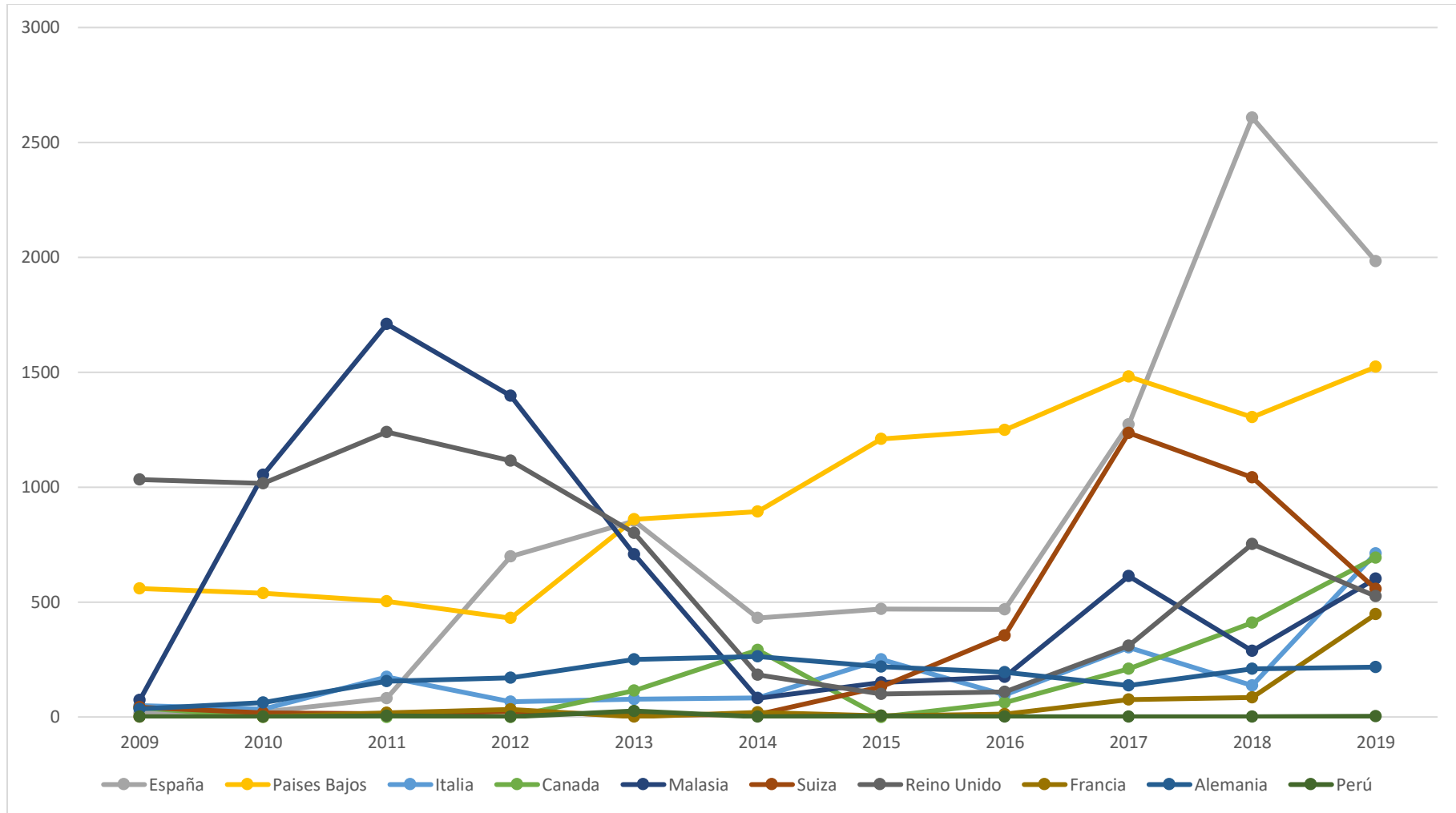


Tabla 9

*Importaciones de Japón en valor USD del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009-2019*

Exportadores	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
China	5101	5790	10908	12304	12389	10332	7776	7750	9660	10169	10826
Estados Unidos	6873	10509	13009	13360	13111	10419	9235	10529	15225	9414	9823
España	16	21	81	699	853	430	470	468	1273	2608	1983
Países Bajos	558	539	503	430	860	893	1209	1248	1481	1304	1523
Italia	50	34	175	67	78	83	250	96	302	136	712
Canadá	40				115	291		63	210	410	693
Malasia	73	1053	1710	1397	707	81	150	175	613	287	602
Suiza	43	18	14	24	8	11	132	355	1236	1043	557
Reino Unido	1033	1017	1240	1114	801	184	100	109	310	752	526
Francia			18	33		19	4	12	76	85	447
Alemania	35	62	155	170	251	263	219	194	136	209	216
Perú			5		26		4	2			3

Fuente: Elaboración de tabla por equipo investigador basado en datos obtenidos de la plataforma *Trade Map*.



*Figura 10.* Tendencia de exportaciones de los once países seleccionados hacia Japón en valor USD del producto bajo partida arancelaria 200520 entre los años 2009-2019. Elaboración de figura por equipo investigador con datos obtenidos de la Tabla 9.

Nota: En la Figura 10 se omitió a los países de China y Estados Unidos por tener los valores de exportación mayores hacia Japón, de esa forma poder obtener una visión más clara de las variaciones de las líneas de tendencia del resto de países en el periodo de tiempo determinado.

### 4.2.3. Posicionamiento

Tabla 10

*Posicionamiento de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Estados Unidos*

País	Año inicial (a)	Año final (b)	$X_a$	$X_b$	Posicionamiento
Canadá	2009	2019	62538	93147	0.05087203
México	2009	2019	59653	83904	0.03235676
Alemania	2009	2019	904	986	-0.01439288
China	2009	2019	2060	3479	0.00984358
Italia	2009	2019	3590	103	-0.20177617
Honduras	2009	2019	0.01	4090	1.16818926
Reino Unido	2009	2019	245	1147	0.19418105
Países Bajos	2009	2019	50	123	0.07598529
Hong Kong, China	2009	2019	0	1518	1.08891442
Irlanda	2009	2019	322	924	0.16044982
Perú	2009	2019	34	108	0.39486746

Fuente: Elaboración de tabla por equipo investigador basado en datos obtenidos de la plataforma *Trade Map*. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber (1991) y Schwartz et al (2007).

Según la Tabla 10 obtenida al remplazar la Ecuación 1, se puede obtener todos los valores del indicador posicionamiento de los once países seleccionados en la Tabla 5 incluyendo al Perú, teniendo a Estados Unidos como mercado destino. Destaca Honduras con el mayor valor de posicionamiento con una tasa anual de crecimiento 116.81%, esto se debe a la evolución de sus exportaciones, partiendo de no realizarlas a un valor de 4,090 dólares americanos en el 2019; en contraste, Italia muestra el menor valor de posicionamiento con una tasa anual de crecimiento de -20.17%, esto se debe a disminuir radicalmente sus ex\*portaciones en los once años, pasando de 3,590 dólares americanos al inicio del periodo a solo haber exportado 103 dólares americanos el 2019. Por otro lado, Perú obtuvo un valor de posicionamiento con una tasa anual de crecimiento positivo intermedio con 39.48%, en

comparación a los otros países, esto a razón de su crecimiento en valor monetario de sus exportaciones dentro del periodo de tiempo establecido.

Tabla 11

*Posicionamiento de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Canadá*

País	Año inicial (a)	Año final(b)	$X_a$	$X_b$	Posicionamiento
Estados Unidos	2009	2019	97688	117462	0.01860456
México	2009	2019	5020	4526	-0.01030567
Bélgica	2009	2019	163	172	0.00538890
India	2009	2019	112	325	0.11241423
China	2009	2019	27	425	0.31735407
Filipinas	2009	2019	106	363	0.13099341
Reino Unido	2009	2019	60	595	0.25787235
España	2009	2019	0.01	307	0.77302083
Hong Kong, China	2009	2019	224	519	0.08765694
Malasia	2009	2019	1	228	0.72104999
Alemania	2009	2019	150	102	-0.03783204
Perú	2009	2019	1	7	0.21481404

Fuente: Elaboración de tabla por equipo investigador basado en datos obtenidos de la plataforma *Trade Map*. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber (1991) y Schwartz et al (2007).

Según la Tabla 11 obtenida al remplazar la Ecuación 1, se puede obtener todos los valores del indicador posicionamiento de los once países seleccionados en la Tabla 6 incluyendo al Perú, teniendo a Canadá como mercado destino. Destaca España con el mayor valor de posicionamiento con una tasa anual de crecimiento de 77.30%, esto se debe a la evolución de sus exportaciones, partiendo de no realizarlas a un valor de 307 dólares americanos en el 2009; en contraste, Alemania muestra el menor valor de posicionamiento con una tasa anual de crecimiento -3.78%, esto se debe principalmente a exportar de manera continua valores similares, presentando bajo interés en aumentar su ingreso al mercado canadiense, terminando con solo 102 dólares americanos el 2019. Por su parte, Perú obtuvo un

valor de posicionamiento con una tasa anual de crecimiento positivo intermedio con 21.48% en comparación a los otros países, aunque su valor de exportación aun es muy escaso.

Tabla 12

*Posicionamiento de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Francia*

País	Año inicial (a)	Año final (b)	$X_a$	$X_b$	Posicionamiento
Países Bajos	2009	2019	60484	71548	0.01694086
Bélgica	2009	2019	104832	94800	-0.01000854
Alemania	2009	2019	25783	26676	0.00341069
España	2009	2019	2464	21694	0.24299646
Reino Unido	2009	2019	595	11652	0.34644417
Italia	2009	2019	1802	5985	0.12753735
Irlanda	2009	2019	17	6876	0.82258879
Portugal	2009	2019	217	1439	0.20825918
Suiza	2009	2019	296	1074	0.13755199
Dinamarca	2009	2019	359	121	-0.10304822
Malasia	2009	2019	347	362	0.00424091
Perú	2009	2019	19	302	0.31863723

Fuente: Elaboración de tabla por equipo investigador basado en datos obtenidos de la plataforma *Trade Map*. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber (1991) y Schwartz et al (2007).

Según la Tabla 12 obtenida al remplazar la Ecuación 1, se puede obtener todos los valores del indicador de posicionamiento en los once países seleccionados en la Tabla 7 incluyendo al Perú, teniendo a Francia como mercado destino. Destaca Irlanda con el mayor valor de posicionamiento al lograr una tasa anual de crecimiento de 78.84%, esto se debe a la evolución de sus exportaciones, pasando de 17 dólares americanos al inicio del periodo a un valor de 6,870 dólares americanos en 2019; en contraste, Dinamarca muestra el menor valor de posicionamiento con una tasa anual de crecimiento de -11.98%, esto debido a una disminución en sus exportaciones, pasando de 359 dólares americanos al inicio del periodo a solo haber exportado 121 dólares americanos en 2019. Por su parte, Perú obtuvo un valor de posicionamiento positivo intermedio con una tasa anual de crecimiento de 29.39% en

comparación a los otros países, esto a razón de su crecimiento en valor monetario de sus exportaciones dentro del periodo establecido, partiendo de 19 al inicio del periodo a 302 dólares americanos al final del 2019.

Tabla 13

*Posicionamiento de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Alemania*

País	Año inicial (a)	Año final (b)	$X_a$	$X_b$	Posicionamiento
Países Bajos	2009	2019	108176	121321	0.01153405
Bélgica	2009	2019	9541	16430	0.05585521
Polonia	2009	2019	1163	25185	0.36005423
Dinamarca	2009	2019	3698	4019	0.00835884
Francia	2009	2019	123	5535	0.46325916
Suecia	2009	2019	3008	3608	0.01835423
Suiza	2009	2019	2698	5210	0.06802047
Reino Unido	2009	2019	3326	4533	0.03144565
Portugal	2009	2019	11	2369	0.71126488
España	2009	2019	142	2401	0.32681503
Italia	2009	2019	4664	808	-0.16080037
Perú	2009	2019	0	45	0.46325916

Fuente: Elaboración de tabla por equipo investigador basado en datos obtenidos de la plataforma *Trade Map*. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber (1991) y Schwartz et al (2007).

Según la Tabla 13 obtenida al remplazar la Ecuación 1, se puede obtener todos los valores del indicador posicionamiento de los once países seleccionados en la Tabla 8 incluyendo al Perú, teniendo a Alemania como mercado destino. Destaca Portugal con el mayor valor obtenido, esto se debe a la evolución de sus exportaciones, partiendo de 11 dólares americanos al inicio del periodo a un valor de 2,369 dólares americanos en el 2019; en contraste, Italia muestra el menor valor obtenido, esto debido a disminuir radicalmente sus exportaciones en los once años, pasando de 4,664 dólares americanos al inicio del periodo a solo haber exportado 808 dólares americanos el 2019. Por otro lado, Perú obtuvo un valor positivo mayor al promedio en comparación a los otros países en este mercado con 46.32%, esto a razón de su incremento en

valor monetario de sus exportaciones, partiendo de no realizarlas a unos 45 dólares americanos en 2019.

Tabla 14

*Posicionamiento de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Japón*

País	Año inicial (a)	Año final (b)	$X_a$	$X_b$	Posicionamiento
China	2009	2019	5101	10826	0.07815517
Estados Unidos	2009	2019	6873	9823	0.03635794
España	2009	2019	16	1983	0.61927374
Países Bajos	2009	2019	558	1523	0.10562174
Italia	2009	2019	50	712	0.30422043
Canadá	2009	2019	40	693	0.33004803
Malasia	2009	2019	73	602	0.23488741
Suiza	2009	2019	43	557	0.29192908
Reino Unido	2009	2019	1033	526	-0.06526492
Francia	2009	2019	0.01	447	0.84090235
Alemania	2009	2019	35	216	0.19960584
Perú	2009	2019	0	3	0.11612317

Fuente: Elaboración de tabla por equipo investigador basado en datos obtenidos de la plataforma *Trade Map*. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber (1991) y Schwartz et al (2007).

Según la Tabla 14 obtenida al remplazar la Ecuación 1, se puede obtener todos los valores del indicador posicionamiento de los once países seleccionados en la Tabla 9 incluyendo al Perú, teniendo a Japón como mercado destino. En esta Tabla se puede destacar a Francia con el mayor valor de posicionamiento al lograr una tasa anual de crecimiento de 84.09%, esto se debe a la evolución de sus exportaciones, partiendo de no realizarlas a un valor de 447 dólares americanos en el 2019; en contraste, Reino Unido muestra el menor valor de posicionamiento con una tasa anual de crecimiento de -6.52%, esto se debe a disminuir radicalmente sus exportaciones en los once años pasando de 1,033 dólares americanos al inicio del periodo a solo haber exportado 526 dólares americanos el 2019. Perú obtuvo un valor

positivo bajo con una tasa anual de crecimiento de 11.61% en comparación a los otros países, pese a esto, la cantidad exportada en valor es muy inferior a los demás.

#### 4.2.4. Eficiencia

Tabla 15

*Eficiencia de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Estados Unidos*

País	Año inicial (a)	Año final (b)	$X_a^p$	$X_b^p$	$M_a^w$	$M_b^w$	Eficiencia
Canadá	2009	2019	62538	93147	130666	204554	0.00481312
México	2009	2019	59653	83904	130666	204554	-0.01289064
Alemania	2009	2019	904	986	130666	204554	-0.05759128
China	2009	2019	2060	3479	130666	204554	-0.03441709
Italia	2009	2019	3590	103	130666	204554	-0.23676171
Honduras	2009	2019	0	4090	130666	204554	1.07315919
Reino Unido	2009	2019	245	1147	130666	204554	0.14184101
Países Bajos	2009	2019	50	123	130666	204554	0.02882568
Hong Kong, China	2009	2019	0	1518	130666	204554	0.99735890
Irlanda	2009	2019	322	924	130666	204554	0.10958819
Perú	2009	2019	34	108	130666	204554	0.33373149

Fuente: Elaboración de tabla por equipo investigador basado en datos obtenidos de la plataforma *Trade Map*. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber (1991) y Schwartz et al (2007).

Según la Tabla 15 obtenida al remplazar la Ecuación 2, 3 y 4, se puede obtener todos los valores del indicador eficiencia de los once países seleccionados en la Tabla 5 incluyendo al Perú, teniendo a Estados Unidos como mercado destino. En esta Tabla se puede destacar a Honduras con el mayor valor de eficiencia al obtener una tasa anual de participación de 107.31%, esto se debe a la evolución de sus exportaciones, habiendo partido de no realizarlas a un valor de 4,090 dólares americanos en el 2019; en contraste se destaca a Italia con el menor valor obtenido, al conseguir -23.67% como tasa anual de participación, esto se debe a disminuir radicalmente sus exportaciones en los once años pasando de 3,590 dólares americanos al inicio del periodo a solo haber exportado 103 dólares americanos el 2019. Por otro lado, Perú obtuvo



un valor positivo intermedio en comparación, con una tasa anual de participación de 33.37%, esto a causa de un incremento de sus exportaciones, partiendo de 34 dólares americanos al inicio del periodo a un valor de 108 dólares americanos el 2019.

Tabla 16

*Eficiencia de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Canadá*

País	Año inicial (a)	Año final (b)	$X_a^p$	$X_b^p$	$M_a^w$	$M_b^w$	Eficiencia
Estados Unidos	2009	2019	97688	117462	104016	126473	-0.00111418
México	2009	2019	5020	4526	104016	126473	-0.02946474
Bélgica	2009	2019	163	172	104016	126473	-0.01407401
India	2009	2019	112	325	104016	126473	0.09087947
China	2009	2019	27	425	104016	126473	0.29185196
Filipinas	2009	2019	106	363	104016	126473	0.10909899
Reino Unido	2009	2019	60	595	104016	126473	0.23352173
España	2009	2019	0.01	307	104016	126473	0.73869766
Hong Kong, China	2009	2019	224	519	104016	126473	0.06660144
Malasia	2009	2019	1	228	104016	126473	0.68773290
Alemania	2009	2019	150	102	104016	126473	-0.05645824
Perú	2009	2019	1	7	104016	126473	0.19129697

Fuente: Elaboración de tabla por equipo investigador basado en datos obtenidos de la plataforma *Trade Map*. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber (1991) y Schwartz et al (2007).

Según la Tabla 16 obtenida al remplazar la Ecuación 2, 3 y 4, se puede obtener todos los valores del indicador eficiencia de los once países seleccionados en la Tabla 6 incluyendo al Perú, teniendo a Canadá como mercado destino. En esta Tabla se puede destacar a España con el mayor valor de eficiencia al obtener una tasa anual de participación de 73.86%, esto se debe a la evolución de sus exportaciones, habiendo partido de no realizarlas a un valor de 307 dólares americanos en el 2019; en contraste, destaca Alemania con el menor valor obtenido, al obtener -5.64% como tasa anual de participación, esto se debe a disminuir sus exportaciones en los once años pasando de 150 dólares americanos al inicio del periodo a solo haber exportado 102 dólares americanos el 2019. Por su parte, Perú obtuvo un valor positivo en comparación

con los otros países, con una tasa anual de participación de 19.12%, esto a causa de un incremento de sus exportaciones, pese a obtener valores monetariamente bajos.

Tabla 17

*Eficiencia de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Francia*

País	Año inicial (a)	Año final (b)	$X_a^p$	$X_b^p$	$M_a^w$	$M_b^w$	Eficiencia
Países Bajos	2009	2019	60484	71548	203888	246320	-0.00210488
Bélgica	2009	2019	104832	94800	203888	246320	-0.02854957
Alemania	2009	2019	25783	26676	203888	246320	-0.01538165
España	2009	2019	2464	21694	203888	246320	0.21971704
Reino Unido	2009	2019	595	11652	203888	246320	0.32122733
Italia	2009	2019	1802	5985	203888	246320	0.10642030
Irlanda	2009	2019	17	6876	203888	246320	0.78845449
Portugal	2009	2019	217	1439	203888	246320	0.18563034
Suiza	2009	2019	296	1074	203888	246320	0.11624739
Dinamarca	2009	2019	359	121	203888	246320	-0.11984676
Malasia	2009	2019	347	362	203888	246320	-0.01456698
Perú	2009	2019	19	302	203888	246320	0.29394118

Fuente: Elaboración de tabla por equipo investigador basado en datos obtenidos de la plataforma *Trade Map*. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber (1991) y Schwartz et al (2007).

Según la Tabla 17 obtenida al remplazar la Ecuación 2, 3 y 4, se puede obtener todos los valores del indicador eficiencia de los once países seleccionados en la Tabla 7 incluyendo al Perú, teniendo a Francia como mercado destino. En esta Tabla se puede destacar a Irlanda con el mayor valor de eficiencia al obtener una tasa anual de participación de 78.84%, esto se debe a la evolución de sus exportaciones, habiendo partido de 17 dólares americanos a un valor de 6,876 dólares americanos en el 2019; en contraste, destaca Dinamarca con el menor valor obtenido, al conseguir -11.98% como tasa anual de participación, esto se debe a disminuir sus exportaciones en los once años pasando de 359 dólares americanos al inicio del periodo a solo haber exportado 121 dólares americanos el 2019. Por otra parte, Perú obtuvo un valor positivo intermedio en comparación con los otros países, con una tasa anual de participación de 29.39%,

esto a causa de un incremento de sus exportaciones teniendo una variación desde 19 dólares americanos al inicio de periodo hasta 302 dólares americanos en el 2019.

Tabla 18

*Eficiencia de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Alemania*

País	Año inicial (a)	Año final (b)	$X_a^p$	$X_b^p$	$M_a^w$	$M_b^w$	Eficiencia
Países Bajos	2009	2019	108176	121321	140471	196522	-0.02186667
Bélgica	2009	2019	9541	16430	140471	196522	0.02099101
Polonia	2009	2019	1163	25185	140471	196522	0.31514541
Dinamarca	2009	2019	3698	4019	140471	196522	-0.02493704
Francia	2009	2019	123	5535	140471	196522	0.41494253
Suecia	2009	2019	3008	3608	140471	196522	-0.01527170
Suiza	2009	2019	2698	5210	140471	196522	0.03275458
Reino Unido	2009	2019	3326	4533	140471	196522	-0.00261255
Portugal	2009	2019	11	2369	140471	196522	0.65475914
España	2009	2019	142	2401	140471	196522	0.28300377
Italia	2009	2019	4664	808	140471	196522	-0.18851064
Perú	2009	2019	0	45	140471	196522	0.41494253

Fuente: Elaboración de tabla por equipo investigador basado en datos obtenidos de la plataforma *Trade Map*. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber (1991) y Schwartz et al (2007).

Según la Tabla 18 obtenida al remplazar la Ecuación 2, 3 y 4, se puede obtener todos los valores del indicador eficiencia de los once países seleccionados en la Tabla 8 incluyendo al Perú, teniendo a Alemania como mercado destino. En esta Tabla destaca Portugal con el mayor valor de eficiencia al obtener una tasa anual de participación de 65.47%, esto se debe a la evolución de sus exportaciones, habiendo partido de 11 dólares americanos a un valor de 2,369 dólares americanos en el 2019; en contraste, destaca Italia con el menor valor obtenido, al conseguir -18.85% como tasa anual de participación, esto se debe a disminuir radicalmente sus exportaciones en los once años pasando de 4.664 dólares americanos al inicio del periodo a solo haber exportado 808 dólares americanos el 2019. Por otro lado, Perú obtuvo un valor positivo intermedio en comparación con los otros países, con una tasa anual de participación

de 41.45%, esto a causa de un incremento de sus exportaciones partiendo de no realizarlas al inicio de periodo hasta 45 dólares americanos en el 2019.

Tabla 19

*Eficiencia de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Japón*

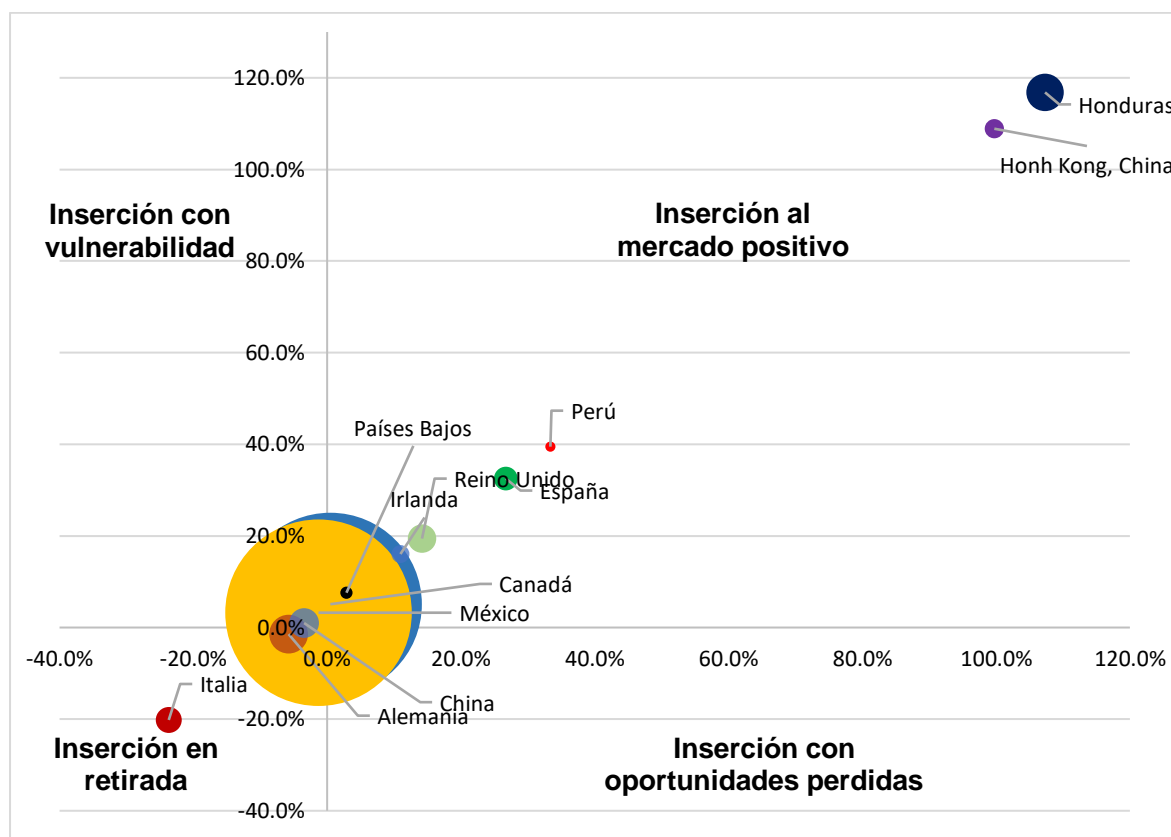
País	Año inicial (a)	Año final (b)	$X_a^p$	$X_b^p$	$M_a^w$	$M_b^w$	Eficiencia
China	2009	2019	5101	10826	14250	29846	0.00132289
Estados Unidos	2009	2019	6873	9823	14250	29846	-0.03749576
España	2009	2019	16	1983	14250	29846	0.50387987
Países Bajos	2009	2019	558	1523	14250	29846	0.02683212
Italia	2009	2019	50	712	14250	29846	0.21127812
Canadá	2009	2019	40	693	14250	29846	0.23526517
Malasia	2009	2019	73	602	14250	29846	0.14688596
Suiza	2009	2019	43	557	14250	29846	0.19986268
Reino Unido	2009	2019	1033	526	14250	29846	-0.13187669
Francia	2009	2019	0.01	447	14250	29846	0.70971462
Alemania	2009	2019	35	216	14250	29846	0.11411865
Perú	2009	2019	0	3	14250	29846	0.03658519

Fuente: Elaboración de tabla por equipo investigador basado en datos obtenidos de la plataforma *Trade Map*. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber (1991) y Schwartz et al (2007).

Según la Tabla 19 obtenida al remplazar la Ecuación 2, 3 y 4, se puede obtener todos los valores del indicador eficiencia de los once países seleccionados en la Tabla 9 incluyendo al Perú, teniendo a Japón como mercado destino. En esta Tabla destaca Francia con el mayor valor de eficiencia al obtener una tasa anual de participación de 70.97%, esto se debe a la evolución de sus exportaciones, partiendo de no realizarlas a un valor de 447 dólares americanos en el 2019; en contraste, destaca Reino Unido con el menor valor obtenido, al conseguir -13.18% como tasa anual de participación, esto se debe a disminuir radicalmente sus exportaciones en los once años pasando de 1.033 dólares americanos al inicio del periodo a solo haber exportado 526 dólares americanos el 2019. Por otro lado, Perú obtuvo un valor positivo bajo en comparación con los otros países, con una tasa anual de participación de

41.45%, esto a causa de un incremento de sus exportaciones partiendo de no realizarlas al inicio de periodo hasta 45 dólares americanos en el 2019.

### 4.3. Interpretación de los hallazgos



*Figura 11.* Estado del índice de inserción por país hacia el mercado de Estados Unidos. Gráfico elaborado por el equipo investigador con información obtenida en la Tabla 10 y 15. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber (1991) y Schwartz et al (2007).

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR] obtenido de Gestión (2018) Perú y Estados Unidos celebraron un acuerdo de promoción comercial suscrito el año 2006 y puesto en ejecución el 17 de enero del 2009 cuando fue publicado en el diario el Peruano, a su vez el comercio internacional entre Perú y Estados Unidos creció en más del 60% desde la firma de este acuerdo comercial pasando de 9 millones hasta más de 16 millones en el 2017, generando como consecuencia el incremento de exportaciones de todos los productos peruanos y su ingreso al mercado estadounidense. Las exportaciones peruanas al mercado estadounidense del producto bajo partida arancelaria 200520 se incrementaron en

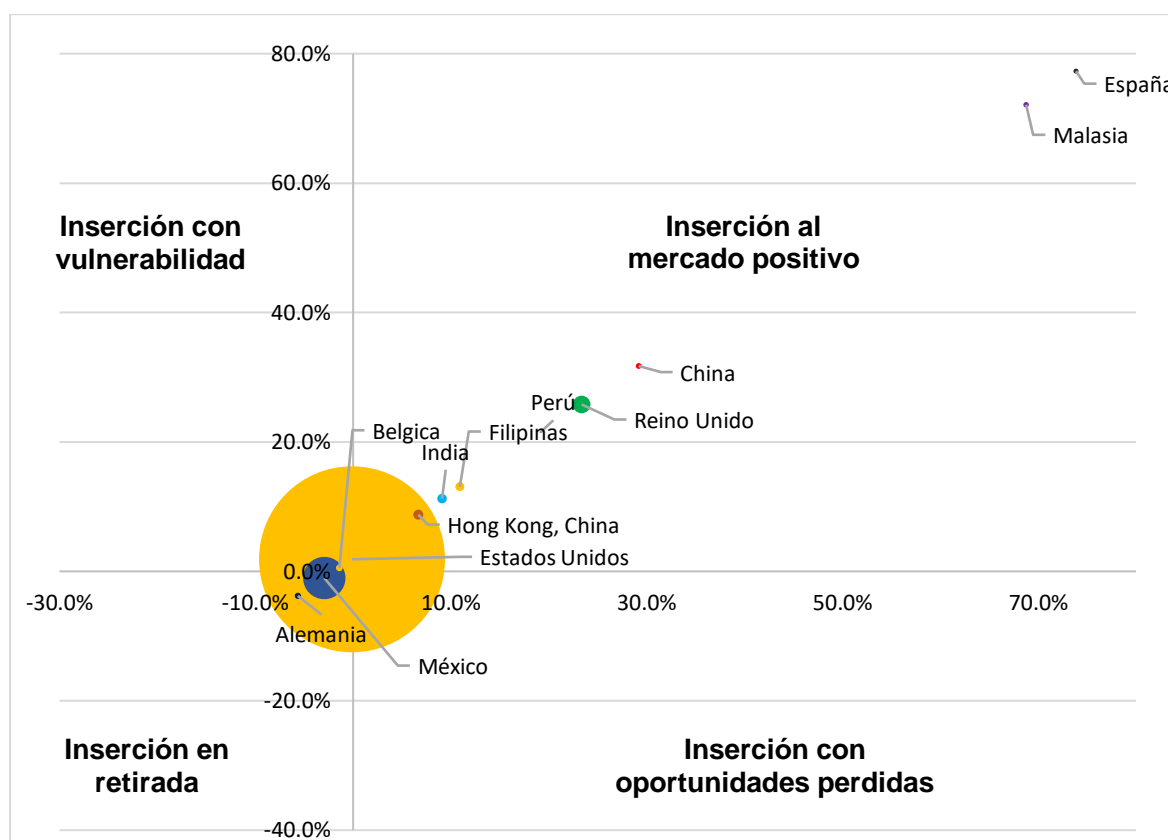
2,688.23% en valor monetario dentro del periodo 2009-2019 y con una variación promedio anual de exportaciones del 104.52%, a consecuencia de estas variaciones en sus participaciones y al ser hallados los índices de posicionamiento, el cual se determinó por la variación de la tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas, y el índice de eficiencia determinado por la variación de la tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas en relación a la variación de las importaciones mundiales de Estados Unidos en los once años determinados, estos siendo obtenidos en la Tabla 10 y la Tabla 15, que al ser plasmados en un diagrama cartesiano se obtuvo el índice de inserción del producto, el cual según Fajnzylber (1988) es un indicador de competitividad, donde Perú se ubica en el cuadrante de inserción al mercado positivo, aunque con un bajo volumen de exportación en valor monetario, representado por el diámetro de la circunferencia que lo ilustra, como se muestra en la Figura 11, y al ser hallado permitió visualizar la colocación y penetración de mercado real que tiene el producto peruano respecto a los países competidores.

Como referencia principal positiva según Fajnzylber (1988), considerando el nivel de competitividad en base a su índice de inserción, se halló a Honduras, ante ello y considerando sus niveles de exportación al mercado estadounidense y su fortalecimiento de sus relaciones comerciales a partir según el Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica [COMEX] obtenido del Sistema de Información sobre Comercio Exterior (2020) por su TLC Estados Unidos-Centro América-República Dominicana aplicada en todos los países miembros el año 2006 a la cual pertenece y la que según América Economía (2014) ha podido obtener un crecimiento de exportaciones del 56.50% al año 2014 y continuó hacia el 2015, de ese modo al obtenerse sus índice de posicionamiento y eficiencia se ubicó en el cuadrante inserción al mercado positivo al año 2019, aunque con una disminución de su volumen de exportaciones representado en la Figura 11, mostrando poco interés en incrementar el mercado ya obtenido en Estados Unidos específicamente en el producto 200520.

Un hallazgo opuesto al mencionado con resultado negativo, según Fajnzylber (1988), considerando el nivel de competitividad en base a su índice de inserción, se halló a Italia, que según el Observatorio de Complejidad Económica [OEC] (2020) ha tenido una tasa de crecimiento anual del 4.27% en todas sus exportaciones al mercado estadounidense, pese a ello en lo que refiere al producto bajo partida arancelaria 200520 las exportaciones italianas no han presentado una variación en valor monetario significativo, manteniéndose durante los once años en estudio con un perfil bajo en comparación a los otros productos que exporta a este mercado, esta baja variación de exportaciones resultó en índices negativos al hallar sus índices de posicionamiento y eficiencia, lo que llevó a ubicarse en el cuadrante de inserción en retirada al año 2019, demostrando que no pretende ampliar este mercado con este producto en específico por su ubicación y dando señas de detener las exportaciones por su cada vez más bajo volumen comercializado interpretándose como una retirada de mercado.

Según MINCETUR obteniendo de la Cámara (2021) Perú y Canadá realizaron un acuerdo de promoción comercial suscrito el año 2008 y puesto en vigencia el 01 de agosto del 2009 cuando fue publicado en el diario El Peruano, desde la firma de este acuerdo el comercio internacional entre estos dos países creció en 44% al 2009, teniendo como pico de crecimiento el 2012 donde comenzó el descenso de las exportaciones teniendo una variación anual de -13%, representando al 2018 solo el 28% del valor exportado el 2010. Las exportaciones peruanas al mercado canadiense del producto bajo partida arancelaria 200520 se incrementaron en 700% en valor monetario dentro del periodo 2009-2019 y con una variación promedio anual de exportaciones de 83.27%, a consecuencia de estas variaciones en sus participaciones y al ser hallado el índice de posicionamiento, el cual se determinó por la variación de la tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas, y el índice de eficiencia determinado por la variación de la tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas en relación a la variación de las importaciones mundiales de Canadá en los once años en estudio, estos siendo obtenidos en

la Tabla 11 y la Tabla 16, que al ser plasmados en un diagrama cartesiano se obtuvo el índice de inserción del producto, el cual según Fajnzylber (1988) es un indicador de competitividad, donde Perú se ubica en el cuadrante de inserción al mercado positivo, aunque con un bajo volumen de exportación en valor monetario, representado por el diminuto diámetro de la circunferencia que lo ilustra, como se muestra en la Figura 12, y al ser hallado permitió visualizar la colocación y penetración de mercado real que tiene el producto peruano respecto a los países competidores.



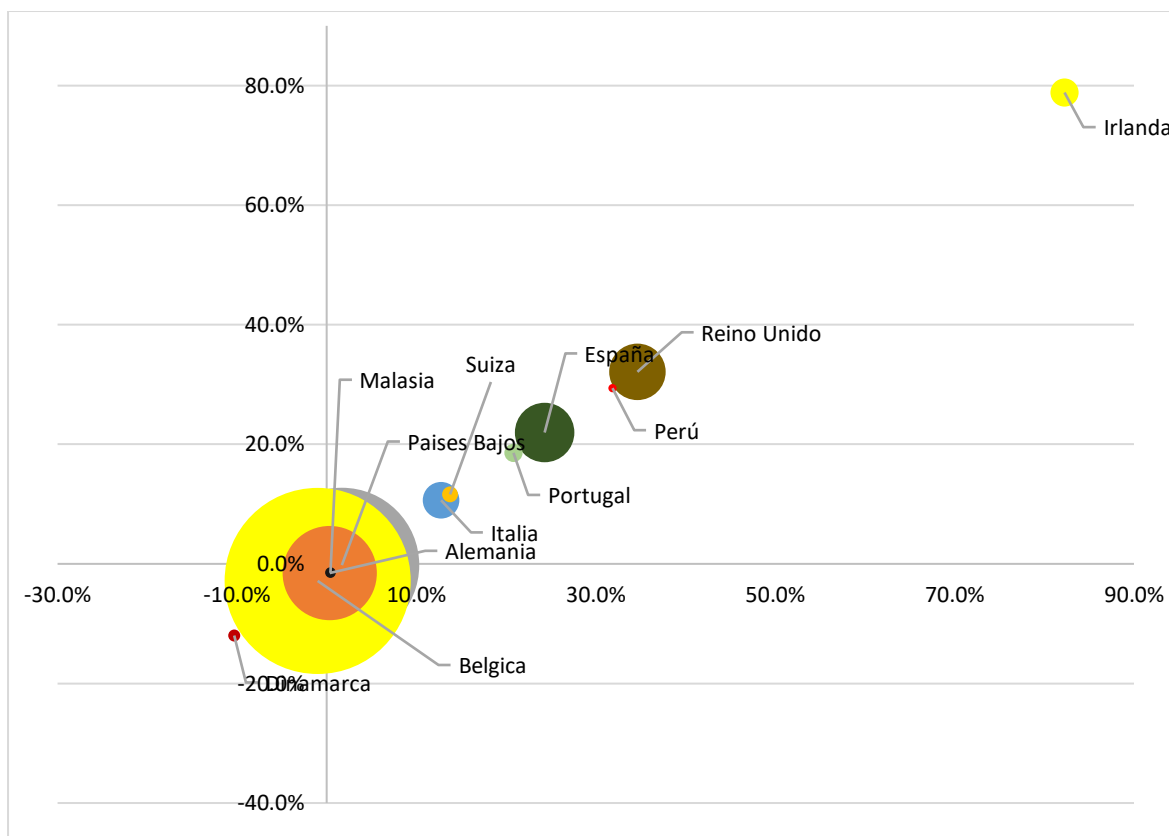
*Figura 12.* Estado del índice de inserción por país hacia el mercado de Canadá. Gráfico elaborado por el equipo investigador con información obtenida en la Tabla 11 y 16. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber (1991) y Schwartz et al (2007).

Como referencia principal positiva según Fajnzylber (1988), considerando el nivel de competitividad en base a su índice de inserción, se halló a España, ante ello y considerando sus niveles de exportación al mercado canadiense y su fortalecimiento de su interrelación comercial, según el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital [MINECO] (2020) al año 2014 representó el 4.2% del total de exportaciones de la Unión Europea [UE]



hacia Canadá, a su vez según España Exportación e Inversiones [ICEX] (2020) por la firma del Acuerdo Económico y Comercial Global [CETA] el 30 de octubre del 2016 y aplicada provisionalmente desde el 21 de setiembre del 2017 y la firma del Acuerdo de Asociación Estratégica [SPA] el 30 de octubre del 2016 que lleva aplicándose desde el 1 de abril del 2017 con las que obtuvieron un incremento en las exportaciones del 1759.46% en el primer año y del 12.97% al 2019, de ese modo al hallarse sus índices de posicionamiento y eficiencia donde se ubicó en el cuadrante inserción al mercado positivo al año 2019, pese a que el volumen de exportaciones en valor del producto bajo partida 200520 es considerablemente menor que los países que están en comparación como se muestra en la Figura 12, mostró un claro interés en mejorar sus posición en el mercado canadiense al partir de no realizar exportaciones a tener un crecimiento promedio anual del 24.23%.

Un hallazgo antagónico al mencionado con resultado negativo, según Fajnzylber (1988), teniendo en consideración el nivel de competitividad en base a su índice de inserción, se halló a Alemania, la cual según OEC (2020) ha ido obteniendo una tasa de crecimiento anual de 5.37% en todas sus exportaciones, siendo los automóviles y medicamentos los principales productos exportados hacia el mercado canadiense, pese a ello en lo referente al producto bajo partida arancelaria 200520 las exportaciones alemanas no han presentado una variación en valor monetario significativo, manteniéndose durante los once años en estudio con un perfil bajo en comparación a los otros productos que exporta a este mercado, esta baja variación de exportaciones resultó en índices negativos al hallar sus índices de posicionamiento y eficiencia, lo que llevó a ubicarse en el cuadrante de inserción en retirada al año 2019, demostrando que no pretende ampliar este mercado con este producto en específico por la complejidad económica de Alemania, el cual está colocado en el ranking cuatro de mercados más complejos donde ingresar, sumado a su constante variación y poca evolución de volumen exportado en valor (Observatorio de Complejidad Económica [OEC], 2020)

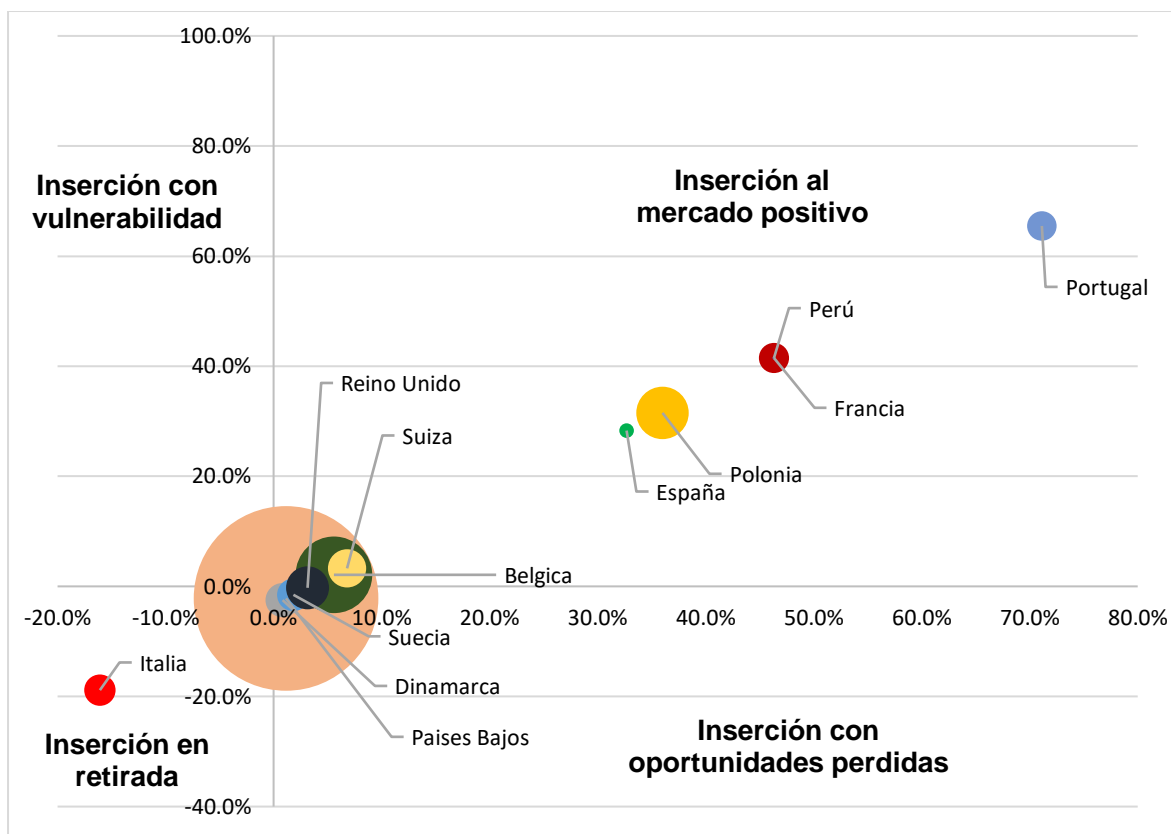


*Figura 13.* Estado del índice de inserción por país hacia el mercado de Francia. Gráfico elaborado por el equipo investigador con información obtenida en la Tabla 12 y 17. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber (1991) y Schwartz et al (2007).

Según MINCETUR obtenido de la Plataforma Francia (2021), Perú y la Unión Europea, celebraron un acuerdo de promoción comercial suscrito el año 2012 y puesto en ejecución el 1 de marzo del 2013 cuando fue publicado en el diario el Peruano, a su vez el comercio internacional entre Perú y Francia disminuyó 5% desde la firma de los intercambios comerciales entre ambos países al 2019, a pesar de la disminución de las exportaciones en general, se ha generado una alza estos últimos años en la exportaciones de hidrocarburos, la compra de productos agrícolas y agroalimentarios por parte del mercado francés. Las exportaciones peruanas al mercado francés del producto bajo partida arancelaria 200520 se incrementaron en 1489.47% en valor monetario dentro del periodo 2009-2019 y con una variación promedio anual de exportaciones del 16.98%, a consecuencia de estas variaciones en sus participaciones y al ser hallados los índices de posicionamiento, el cual se determinó por la

variación de la tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas, y el índice de eficiencia determinado por la variación de la tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas en relación a la variación de las importaciones mundiales de Francia en los once años determinados, estos siendo obtenidos en la Tabla 12 y la Tabla 17, que al ser plasmados en un diagrama cartesiano se obtuvo el índice de inserción del producto, el cual según Fajnzylber (1988) es un indicador de competitividad, donde Perú se ubica en el cuadrante de inserción al mercado positivo, aunque con un bajo volumen de exportación en valor monetario, representado por el diámetro de la circunferencia que lo ilustra, como se muestra en la Figura 13, y al ser hallado permitió visualizar la colocación y penetración de mercado real que tiene el producto peruano respecto a los países competidores.

Como referencia principal positiva según Fajnzylber (1988), considerando el nivel de competitividad en base a su índice de inserción, se halló a Irlanda, que según OEC (2020), ha tenido una tasa de crecimiento anual del 2.70% en todas sus exportaciones al mercado francés. Irlanda según EUROSTAT (2020) mediante la herramienta EUROESTACOM en un informe titulado: Análisis comercio exterior europeo, ha podido mantener un superávit comercial con todo el mundo, incrementando en el año 2019, 71 mil millones de euros a diferencia del año anterior; asimismo ICEX (2020) menciona que los costos de transporte marítimo son bajos a través de conexiones marítimas directas entre la isla de Irlanda y el países del continente europeo (Francia y España), siendo así que pasan a ser competitivos en determinados productos, de ese modo al obtenerse sus índices de posicionamiento y eficiencia se ubicó en la cuadrante inserción al mercado positivo al 2019, aunque con un aumento de su volumen de exportaciones representado en la Tabla 7, mostrando interés en incrementar el mercado ya obtenido en Francia específicamente en el producto 200520.



*Figura 14.* Estado del índice de inserción por país hacia el mercado de Alemania. Gráfico elaborado por el equipo investigador con información obtenida en la Tabla 13 y 18. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber (1991) y Schwartz et al (2007).

Un hallazgo opuesto al mencionado con resultado negativo, según Fajnzylber (1988), considerando el nivel de competitividad en base a su índice de inserción, se halló a Dinamarca, que según OEC (2020), ha tenido una tasa de crecimiento anual del 1.77% en todas sus exportaciones al mercado francés, pese a ello en lo que refiere al producto bajo partida arancelaria 200520 las exportaciones dinamarqueses no han presentado una variación en valor monetario significativo, manteniéndose durante los once últimos años en estudio con un perfil bajo en comparación a los otros productos que exporta a este mercado, esta baja variación de exportaciones resultó en índices negativos al hallar sus índices de posicionamiento y eficiencia, lo que llevó a ubicarse en el cuadrante de inserción en retirada al año 2019, demostrando que no pretende ampliar este mercado con este producto en específico, esto en consecuencia al mayor interés en sectores como la exportación de fármacos y los servicios de energía y medio

ambiente, con los cuales si tiene una amplia aceptación en el mercado Francés (Observatorio de Complejidad Económica [OEC], 2020).

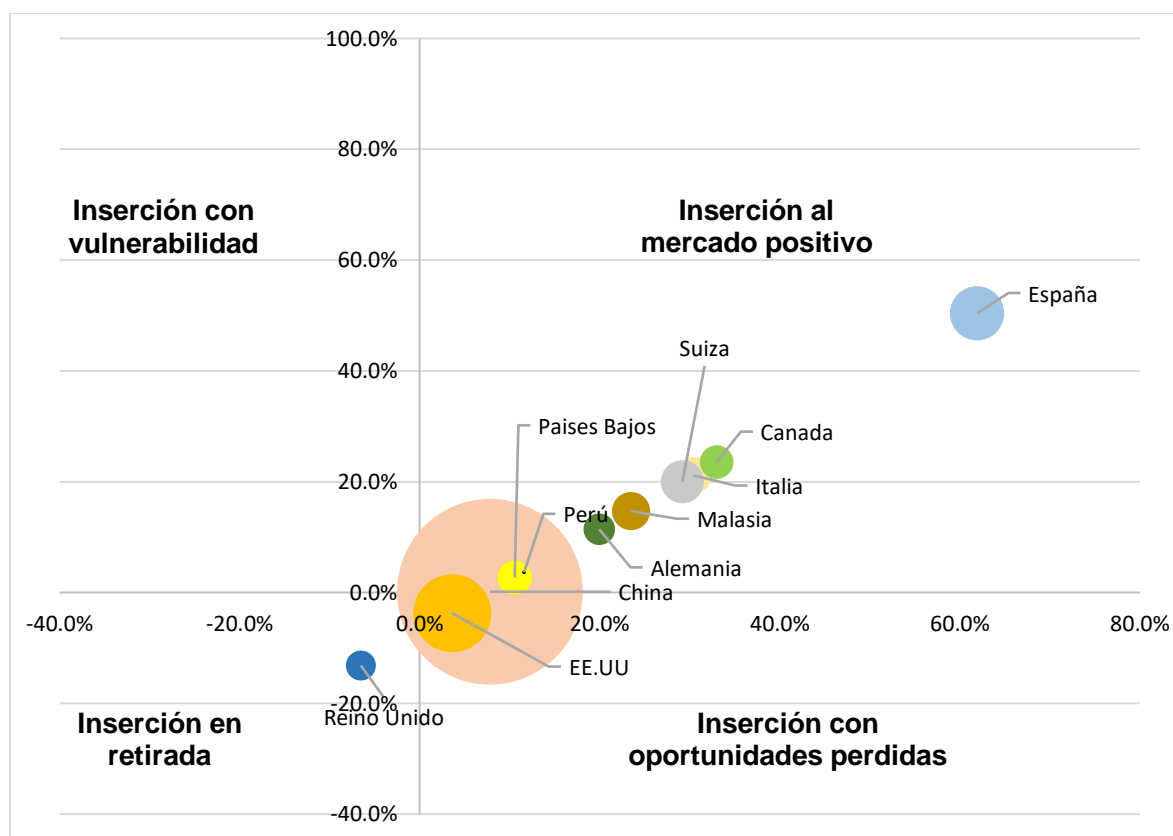
Según MINCETUR mencionado por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria [SUNAT] (2021) Perú y la Unión Europea [UE], en la cual Alemania pertenece, celebraron un acuerdo de promoción comercial suscrito el año 2012 y puesto en ejecución el 1 de marzo del 2013 cuando fue publicado en el diario el Peruano, a su vez el comercio internacional entre Perú y la Unión Europea [UE] ha crecido 13% desde la firma de los intercambios comerciales entre ambos países representando los US\$ 12 mil millones en el 2018, no obstante, en 2019, el intercambio comercial cayó 9% por la menor exportación de bienes. A su vez OEC (2020) informó que Perú ha tenido una tasa de crecimiento anual del 1,52% en todas sus exportaciones al mercado alemán siendo uno de los socios más importantes del comercio internacional entre Perú y la Unión Europea [UE]. Las exportaciones peruanas al mercado alemán del producto bajo partida arancelaria 200520 se incrementaron en 55.17% en valor monetario dentro del periodo 2009-2019 y con una variación promedio anual de exportaciones del 70.80%, a consecuencia de estas variaciones en sus participaciones y al ser hallados los índices de posicionamiento, el cual se determinó por la variación de la tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas, y el índice de eficiencia determinado por la variación de la tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas en relación a la variación de las importaciones mundiales de Alemania en los once años determinados, estos siendo obtenidos en la Tabla 13 y la Tabla 18, que al ser plasmados en un diagrama cartesiano se obtuvo el índice de inserción del producto, el cual según Fajnzylber (1988) es un indicador de competitividad, donde Perú se ubica en el cuadrante de inserción al mercado positivo, aunque con un bajo volumen de exportación en valor monetario, partiendo como inicio de comercialización del producto bajo partida 200520 el año 2015 como se muestra en la Tabla 8, este valor siendo representado por el diámetro de la circunferencia que lo ilustra, como se

muestra en la Figura 14, y al ser hallado permitió visualizar la colocación y penetración de mercado real que tiene el producto peruano respecto a los países competidores.

Como referencia principal positiva según Fajnzylber (1988), considerando el nivel de competitividad en base a su índice de inserción, se halló a Portugal, ante ello y considerando sus niveles de exportación al mercado alemán y su fortalecimiento en la unificación de la Unión Europea [UE], desde el Tratado de Lisboa que entró en vigor el 1 de diciembre de 2009 para fortalecer las competencias comerciales del parlamento Europeo, siendo así que favorece a Portugal teniendo para el año 2020 un comercio intercomunitario representando el 71% de las exportaciones a diversos países europeos como a España 25%, Francia 14% y Alemania 12%, en tanto el extracomunitario tiene destinos a Reino Unido 6% y Estados Unidos 5% (Unión Europea [UE], 2021). Al año 2020, según OEC (2020) Portugal ha tenido una tasa de crecimiento anual del 1.53% en todas sus exportaciones al mercado Alemán, de ese modo al obtenerse sus índice de posicionamiento y eficiencia se ubicó en el cuadrante inserción al mercado positivo al año 2019, aunque con una disminución constante de su volumen de exportaciones a partir de su pico en el 2016 y representado en la Figura 14, mostrando poco interés en incrementar el mercado ya obtenido en Alemania específicamente en el producto 200520 pese a haber incrementado sus exportaciones en 21436.36% en comparación al año inicial de estudio.

Un hallazgo opuesto al mencionado con resultado negativo, según Fajnzylber (1988), considerando el nivel de competitividad en base a su índice de inserción, se halló a Italia, teniendo para el año 2020 un comercio intercomunitario representando el 51% de las exportaciones [teniendo a los mayores: Alemania 13% y Francia 10%], en tanto el extracomunitario tiene destinos a [teniendo a los mayores: Estados Unidos 10% y Suiza 6%] (Unión Europea [UE], 2021). Al año 2020, Italia ha tenido una tasa de crecimiento anual del 1,52% en todas sus exportaciones al mercado alemán menciona la OEC (2020) pese a ello en

lo que refiere al producto bajo partida arancelaria 200520 las exportaciones italianas no han presentado una variación en valor monetario significativo, obteniendo como pico de exportaciones el año 2015 como se muestra en la Tabla 8 a partir de ese año obtuvo una tendencia negativa en los últimos cinco años de estudio, en comparación a los otros productos que exporta a este mercado, esta baja variación y su continua disminución de exportaciones resultó en índices negativos al hallar sus índices de posicionamiento y eficiencia, lo que llevó a ubicarse en el cuadrante de inserción en retirada en el año 2019, demostrando que no pretende ampliar este mercado con este producto, ya que eje comercial entre Italia y Alemania es la producción industrial y los principales flujos relacionados a los sectores de maquinaria, electrónica automotriz, químico-farmacéutica y eléctrica.



*Figura 15.* Estado del índice de inserción por país hacia el mercado de Japón. Gráfico elaborado por el equipo investigador con información obtenida en la Tabla 14 y 19. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber (1991) y Schwartz et al (2007).

Se le suman la existencia de complejidades políticas que deterioraron las relaciones bilaterales entre ambos países (Cámara de Comercio e Industria Italo-Guatemalteca [CAMCIG], 2021).

Según MINCETUR obtenido de la Asociación Peruana de Agentes Marítimos [APAM] (2018), Perú y Japón, celebraron un acuerdo de promoción comercial suscrito el año 2011 y puesto en ejecución el 1 de marzo del 2012 cuando fue publicado en el diario el peruano, a su vez el comercio internacional entre Perú y Japón ha decrecido en un 3% desde la firma de los intercambios comerciales entre ambos países, a pesar de la disminución se han generado incrementos de exportaciones en productos tradicionales en los últimos años. Las exportaciones peruanas al mercado japonés del producto bajo partida arancelaria 200520 disminuyeron en 88.46% en valor monetario desde su pico en 2013 al 2019 y con una variación promedio anual de exportaciones del -25%, a consecuencia de estas variaciones en sus participaciones y al ser hallados los índices de posicionamiento, el cual se determinó por la variación de la tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas, y el índice de eficiencia determinado por la variación de la tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas en relación a la variación de las importaciones mundiales de Japón en los once años determinados, estos siendo obtenidos en la Tabla 14 y la Tabla 19, que al ser plasmados en un diagrama cartesiano se obtuvo el índice de inserción del producto, el cual según Fajnzylber (1988) es un indicador de competitividad, donde Perú se ubica en el cuadrante de inserción al mercado positivo, aunque con un bajo volumen de exportación en valor monetario, representado por el diámetro de la circunferencia que lo ilustra y con tendencia a acercarse al centro del diagrama cartesiano como muestra de retirada del mercado, como se muestra en la Figura 15, y al ser hallado permitió visualizar la colocación y penetración de mercado real que tiene el producto peruano respecto a los países competidores.



Como referencia principal positiva según Fajnzylber (1988), considerando el nivel de competitividad en base a su índice de inserción, se halló a Francia, ante ello y teniendo en cuenta sus niveles de exportación a favor de un comercio libre y justo, según el Ministerio Para Europa y Relaciones Exteriores (2021) mediante la plataforma *France Diplomatie*, al año 2020 Francia es el 2° socio comercial de Japón, representando con una tasa de crecimiento anual de 0.78% en todas sus exportaciones al mercado Japones según OEC (2020), de ese modo al obtenerse sus índice de posicionamiento y eficiencia se ubicó en el cuadrante inserción al mercado positivo al año 2019, aunque con un aumento relativamente bajo en su volumen de exportaciones como se muestra en la Tabla 9 y representado en la Figura 15, ha ido mostrando poco interés en incrementar el mercado ya obtenido en Japón específicamente en el producto 200520.

Un hallazgo opuesto al mencionado con resultado negativo, según Fajnzylber (1988), considerando el nivel de competitividad en base a su índice de inserción, se halló a Reino Unido, que según OEC (2020), ha tenido una tasa de decrecimiento anual del 0.044% en todas sus exportaciones al mercado japones, pese a ello en lo que refiere al producto bajo partida arancelaria 200520 las exportaciones de Reino Unido han disminuido en 79.09% al año 2019, disminuyendo continuamente durante los once años en estudio con un perfil bajo en comparación a los otros productos que exporta a este mercado, esta alta disminución de exportaciones resultó en índices negativos al hallar sus índices de posicionamiento y eficiencia, lo que llevó a ubicarse en el cuadrante de inserción en retirada en el año 2019, pese a ello los últimos años han ido demostrando que no busca retirarse de este mercado, ya que se firmó el primer acuerdo comercial como país independiente entre Reino Unido y Japón el 1 de Enero del 2021, esto siendo posible después del Brexit [salida del Reino Unido de la Unión Europea el 2016], permitiendo fortalecer y mantener lazos económicos entre ambos países (Made for minds [DW], 2021).

## Conclusiones

1. Esta investigación buscó identificar a los principales países importadores del producto bajo partida arancelaria 200520; luego de analizar los datos de importación entre el periodo 2009-2019, es posible afirmar que estos son: (a) Francia, (b) Alemania, (c) Estados Unidos, (d) Canadá y (e) Países Bajos que según su continuidad y valor importado en los once años en estudio se catalogaron como los principales mercados destino, habiendo obtenido en promedio un valor mayor a 100 mil dólares americanos importados, los cuales fueron superiores a los otros países observados en la Tabla 3.

2. Esta investigación se propuso seleccionar a los principales países competidores del Perú en la oferta exportable del producto bajo partida arancelaria 200520; obtuvieron a once principales países competidores por mercado presentes en las Tablas 5,6,7,8 y 9, para la obtención de estos países competidores se catalogó a los países por su continuidad exportadora, representada por la realización de al menos una exportación de forma anual a uno de los mercados mencionados y por su volumen de exportación en valor monetario que superen los mil dólares americanos en promedio durante los once años de estudio.

3. Esta investigación se propuso calcular el índice de posicionamiento de los principales países competidores en la oferta exportable en relación a la partida 200520; después de determinar a los países competidores por mercado del Perú, siendo apoyado por el método de la campana de Gauss obtenido de Spiegel & Stephens (2009) y la teoría de competitividad de Fajnzylber (1988), se determinó que (a) para el mercado de Estados Unidos, los principales países competidores obtuvieron valores entre -0.20177617 y 1.16818926 de participación con una desviación estándar de 44.84%, con ello se halló que el 45.45% de los países tendieron a colocarse en un valor cercano a cero y el 36.36% obtuvieron un valor positivo; (b) para el mercado de Canadá, los principales países competidores obtuvieron valores entre -0.03783204 y 0.77302083 de posicionamiento con una desviación estándar de 28.47%, donde 36.36% de

los países tienden a ubicarse con un valor cercano a cero y el 81.81% obtuvieron un valor positivo; (c) para el mercado de Francia, los principales países competidores obtuvieron valores entre -0.10304822 y 0.82258879 de posicionamiento con una desviación estándar de 25.53%, en el cual 36.36% de los países tendieron a agruparse con un valor cercano a cero y el 81.81% obtuvieron un valor positivo; (d) para el mercado de Alemania, los principales países competidores obtuvieron valores entre -0.16080037 y 0.71126488 de posicionamiento con una desviación estándar de 25.81% , dónde se encontró que 54.54% de los países se agruparon con un valor cerca a cero y el 90.90% obtuvieron un valor positivo con crecimiento; finalmente para el mercado de (e) Japón, los principales países competidores obtuvieron valores entre -0.06526492 y 0.94090235 de posicionamiento con una desviación estándar de 26.27%, en el que 27.27% de los países tendieron a aproximarse al valor cero y el 90.90% obtuvieron un valor positivo en aumento.

4. Esta investigación se propuso calcular el índice de eficiencia de los principales países competidores en la oferta exportable en relación a la partida 200520; después de determinar a los países competidores por mercado del Perú, siendo apoyado por el método de la campana de Gauss y la teoría de competitividad de Fajnzylber , se determinó que para el mercado de (a) Estados Unidos, los principales países competidores obtuvieron valores entre -0.23676171 y 1.07315919 de participación con una desviación estándar de 42.88% , con ello se halló que el 45.45% de los países tendieron a colocarse en un valor cercano a cero y el 63.63% obtuvieron un valor positivo en incremento; (b) para el mercado de Canadá, los principales países competidores obtuvieron valores entre -0.05645824 y 0.73869766 de participación con una desviación estándar de 27.92%, donde 36.36% de los países tendieron a ubicarse con un valor cercano a cero y el 63.63% obtuvieron un valor positivo en desarrollo; (c) para el mercado de Francia, los principales países competidores obtuvieron valores entre -0.11984676 y 0.78845449 de participación con una desviación estándar de 25.05%, en el cual 27.27% de los

países estuvieron agrupados con un valor negativo con tendencia a cero y el 54.54% obtuvieron un valor positivo con crecimiento; (d) para el mercado de Alemania, los principales países competidores obtuvieron valores entre -0.18851064 y 0.65475914 de participación con una desviación estándar de 24.95% , dónde 54.54% de los países se agruparon con un valor cerca a cero y el 45.45% obtuvieron un valor negativo con descenso; finalmente (e) para el mercado de Japón, los principales países competidores obtuvieron valores entre -0.13187669 y 0.70971462 de participación con una desviación estándar de 24.40%, donde el 27.27% de los países tendieron a aproximarse a cero y el 81.81% obtuvieron un valor positivo en aumento.

5. Este estudio se propuso el calcular e interpretar el índice de posicionamiento que ocupa el Perú respecto a la partida 200520; posterior a un proceso de análisis y operacionalización de datos se puede afirmar que el Perú cuenta con un dinamismo positivo en el mercado internacional, teniendo como promedio un valor de 0.3015402 para el final de los once años de estudio, considerando a Alemania como el principal mercado al que pretendió acceder con este producto y Japón como el país del que pretende desligarse al obtenerse un valor muy cercano a cero con tendencia al descenso al año 2019 al plasmarlo en el método de la campana de Gauss.

6. Esta investigación se determinó a calcular e interpretar el índice de eficiencia que ocupa el Perú respecto a la partida 200520; después del hallazgo y el análisis de los datos recolectados dentro del periodo de tiempo en estudio se puede denotar que el Perú cuenta con una participación positiva en el mercado internacional con un valor promedio de 0.25409947 para el final del año 2019 donde destaca Alemania como el principal mercado en crecimiento para el Perú con el mayor valor obtenido y a Japón como un mercado poco receptivo al producto peruano con un valor en descenso con mucha cercanía al cero en el plano cartesiano sostenido por la campana de Gauss–con base a una desviación estándar de 14.58% en los principales mercados internacionales.

7. Esta investigación pretendía hallar, como propósito general, el índice inserción al mercado internacional de la papa peruana dentro del periodo 2009-2019, después del análisis de los resultados, se obtuvo que el Perú al hallar el promedio de los resultados de sus índices de eficiencia y posicionamiento en los cinco mercados internacionales, estos a su vez habiendo sido seleccionados por su relevancia en las importaciones mundiales del producto, y al plasmarlos en el eje cartesiano establecido por Fajnzylber (1988), específicamente en el producto bajo partida arancelaria 200520, se colocó en el cuadrante de *inserción al mercado positivo*, lo que indicó que ambos indicadores tuvieron resultados positivos, pudiendo afirmar que el Perú logró una inserción en crecimiento en los once años de estudio en los principales mercados internacionales, obteniendo un indicador claro del valor competitivo del país en el mundo en lo que respecta a este producto.

## Recomendaciones

1. Sabiendo que se halló a los principales países importadores dentro del periodo de estudio se recomienda monitorear la variación y evolución de la continuidad y valor importado promedio de estos importadores, para visualizar oportunamente los principales mercados objetivo para tener en cuenta para el estudio adecuado del investigador.

2. Habiendo obtenido a los principales países competidores del Perú para la papa como producto en específico, se debe mantener actualizada la lista de estos, considerando constantemente la relación comercial internacional que se tiene y los valores de exportación que los relacionan, de esa forma poder evaluar adecuadamente a que países tener en cuenta como competidores directos para una adecuada penetración del producto.

3. Al haber hallado a los cinco países mercado principales para el producto estudiado, se sugiere continuar con el uso del plano cartesiano elaborado por Fajnzylber con colaboración de Mandeg como forma de representar a los competidores por mercado para posteriormente hacer uso de la campana de Gauss como una opción de interpretar adecuadamente los indicadores de posicionamiento y eficiencia obtenidos, de esa forma se facilitará el uso de estos valores en estudios posteriores adaptándolos a otros productos en interés, a esto se le suma que este método serviría como apoyo informativo más comprensible de interpretar para las empresas interesadas en incursionar en nuevos mercados

4. Obteniendo los resultados de los indicadores de posicionamiento y eficiencia de la papa en los cinco principales mercados destino, se encomienda al estado peruano a promover prácticas que promuevan la agroexportación, especialmente en el aumento tecnificado del volumen de producción de la papa, debido a que el Perú ha demostrado obtener un crecimiento positivo en su inserción a los principales mercados destino, teniendo como principal fortaleza la aceptación de este producto, a su vez mostrando que la principal debilidad de este sector es su volumen de exportación por la poca capacidad productiva estandarizada que ha demostrado.

## Referencias

- Alexander Balassa, B. (1965). Trade Liberalization Among Industrial Countries. *The Manchester School of Economics and Social Science*, 99-123.
- Alfaro, C. (2012). *Metodología de investigación científica aplicado a la ingeniería. Informe final de proyecto de investigación*. Callao: Facultad de ingeniería eléctrica y electrónica. Universidad Nacional del Callao.
- América Economía. (2014, Mayo 15). Comercio entre Honduras y EE.UU. aumentó 56.5% con el Cafta. *América economía*. Retrieved from <https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/comercio-entre-honduras-y-ee-uu-aumento-565-con-el-cafta#:~:text=El%20intercambio%20comercial%20entre%20Honduras,la%20principa%20raz%C3%B3n%20del%20incremento>.
- Andina. (2020, Mayo 29). Perú se consolida entre los 15 principales productores de papa del mundo. *Agencia Peruana de Noticias*. Retrieved from <https://andina.pe/agencia/noticia-peru-se-consolida-entre-los-15-principales-productores-papa-del-mundo-799439.aspx#:~:text=En%20el%20marco%20del%20E2%80%9CD%C3%ADa,en%2019%20regiones%20del%20pa%C3%ADs>.
- Andrae Díaz, V., Camino Mogro, S., & Pesántez Villacís, D. (2016). Posicionamiento y eficiencia del banano, cacao y flores del Ecuador en el mercado mundial. *Redalyc*, 48-53.
- Arias Galicia, F. L. (2007). *Metodología de la investigación* (Séptima ed.). México: Trillas.
- Asociación Peruana de Agentes Marítimos [APAM]. (2018, Noviembre 15). *Asociación Peruana de Agentes Marítimos*. Retrieved from <https://apam-peru.com/web/>

- Baena Paz, G. (2017). *Metodología de la Investigación Serie Integral por Competencias* (Tercera Edición ed.). Mexico: Grupo Editorial Patria S.A.
- Balvin Calderón, E. S. (2016). Competitividad de la Oferta Expotable de la Palta Hass (Persea americana) en el Mercado de Estados Unidos. *Universidad Nacional Agraria La Molina*.
- Baptista Lucio, M., Fernández Collado, C., & Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. (I. E. C.V., Ed.) México D.F., México: McGRAW-HILL.
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera ed.). (O. F. Palma, Ed.) Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.
- Cámara de Comercio e Industria Italo-Guatemalteca [CAMCIG]. (2021, Noviembre 20). *Cámara de Comercio e Industria Italo-Guatemalteca*. Retrieved from <https://camcig.org/>
- Carhuaz Casafranca, A. M., Coca Gozalez, D. V., & Lazo Calanche, M. E. (2020). Competitive Dynamics of Peruvian Grapes in the United States and the Netherlands Markets. *SCIEDU PRESS*.
- Centro Internacional de la Papa. (2020). *Datos y cifras de la papa*. Retrieved Diciembre 10, 2021, from <https://cipotato.org/es/potato/potato-facts-and-figures/#:~:text=Aproximadamente%201.4%20mil%20millones%20de,se%20encuentran%20en%20los%20Andes>
- Egúsqiza, B. (2008, Marzo 17). *La papa en el Peru presente y futuro*. Lima: Programa Subsectorial de Irrigaciones. Retrieved from [https://www.google.com/search?q=Eg%C3%BAsqiza+2008+geografia+de+la+papa&rlz=1C1ALOY\\_esPE952PE953&sxsrf=ALiCzsbBpjAl0y\\_NahjRUQ2m8-9t6LeywA%3A1653420105360&ei=STCNYpfYFbTN5OUP-](https://www.google.com/search?q=Eg%C3%BAsqiza+2008+geografia+de+la+papa&rlz=1C1ALOY_esPE952PE953&sxsrf=ALiCzsbBpjAl0y_NahjRUQ2m8-9t6LeywA%3A1653420105360&ei=STCNYpfYFbTN5OUP-)



r6AmAw&ved=0ahUKEwjXoK3w7fj3AhW0JrkGHXofAMMQ4dUDCA4&uact=5& oq=Eg%C3%BAsquiza+200

España Exportacion e Inversiones [ICEX]. (2020, Octubre 25). *España Exportación e Inversiones*. Retrieved from <https://www.icex.es/icex/es/index.html>

Eurostat. (2020, Octubre 25). *Eurostat*. Retrieved from <https://ec.europa.eu/eurostat/web/main/home>

Fajnzylber Waissbluth, F. (1988, Diciembre). Competitividad internacional: evolución y lecciones. *CEPAL*.

Fajnzylber Waissbluth, F. (1991). Inserción internacional e innovación institucional. *CEPAL*.

Garduño Román, S. A. (2002). Enfoque Metodológico de la Investigación Aplicado a Los Estudios Administrativos. *Ciencias Administrativas Teoría y Praxis*.

Gestión. (2018, Mayo 07). Comercio entre Perú y EE.UU. creció 60% desde firma de TLC en el 2009. *Gestión*. Retrieved from <https://gestion.pe/economia/comercio-peru-estados-unidos-crecio-60-firma-tlc-2009-226742-noticia/>

Gluck, F. W. (1985). A fresh look at strategic management. (G. & Warren, Ed.) *Journal od Business Strategy*, 6(2).

Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing Paradigms in Qualitative Research. 105-117.

Guzmán , A., & Alvarado, J. (2009). *Fases y operaciones metodológicas de la investigación educativa*. Durango: Entorno.

Internacional Trade Center [ITC]. (2020, setiembre). *Trade Map*. Retrieved from <https://www.trademap.org/Index.aspx>

La Cámara. (2021, Junio 16). ¿Qué oportunidades comerciales tienen las exportaciones peruanas en Canadá? *La Cámara: Revista Digital de la Cámara de Comercio de Lima*. Retrieved from <https://lacamara.pe/que-oportunidades-comerciales-tienen-las-exportaciones-peruanas-en-canada/>

- Landín Alvarez, S. (2018). *Marketing, Comercio internacional y las TIC'S* (Primera ed.). Machala, Ecuador: UTMACH.
- Laursen, K. (1988). Revealed Comparative Advantage and Alternatives as Measure of International Specialization. *Aalborg University*, 19.
- Macías Macías, A. (2011). México en el mercado internacional de aguacate. *Revista de Ciencias Sociales*, 517-532.
- Made for minds [DW]. (2021, 01 01). Entra en vigor acuerdo comercial entre Japón y Reino Unido. *DW Made for minds*. Retrieved from <https://www.dw.com/es/entra-en-vigor-acuerdo-comercial-entre-jap%C3%B3n-y-reino-unido/a-56108756#:~:text=El%20acuerdo%20comercial%20entre%20Jap%C3%B3n,incluso%20ampliarlos%20tras%20el%20brexit.>
- Malca G., O. (2004). *Perfiles de productos con potencial agroexportador* (Primera ed.). Lima, Perú: Universidad del Pacífico. Retrieved from <http://hdl.handle.net/11354/436>
- Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital [MINECO]. (2020, Octubre 20). *Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital*. Retrieved from Gobierno de España: <https://portal.mineco.gob.es/es-es/ministerio/Paginas/default.aspx>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego [MIDAGRI]. (2020). *Papa*. Retrieved Enero 15, 2021, from <https://www.midagri.gob.pe/portal/23-sector-agrario/cultivos-de-importancia-nacional/183-papa#:~:text=Su%20labor%20se%20inici%C3%B3%20en,de%20suelos%20de%20nuestro%20territorio.>
- Ministerio Para Europa y Relaciones Exteriores. (2021, Setiembre 20). *MINISTÈRE DE L'EUROPE ET DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES*. Retrieved from <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/>

- Moya Espinoza, P. I. (2015). *Introducción a la mercadotecnia* (Primera ed.). (B. R. Holguín, Ed.) Tunja, Boyocá, Colombia: UPTC.
- Observatorio de Complejidad Económica [OEC]. (2020, Octubre 16). *Observatorio de Complejidad Económica*. Retrieved from <https://oec.world/es>
- Orellana Rojas, C. (2009). Análisis Competitivo de la Fruta Fresca Chilena. *Universidad de Talca*.
- Organización Mundial de Aduanas [OMA]. (1988). *Facilitación de comercio*. Retrieved October 14, 2021, from <https://www.aduana.gob.ec/organizacion-mundial-de-aduana-oma/>
- Proexpansión. (2011). *Cambios del sector papa en el Perú en la última década: Los aportes del proyecto Innovación y Competitividad de la Papa [INCOPI]*. (M. Ordinola, & A. M. Vela, Eds.) Lima: Centro Internacional de la Papa [CIP].
- Rivas Tovar, L. A. (2011). Las nueve competencias de un investigador. *Redalyc*, 34-54. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456045339003>
- Rodríguez Moguel, E. A. (2005). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Rudas Lleras, G. (2000). Propuesta de un sistema mínimo de indicadores de aprovechamiento comercial sostenibles de productos biológicos. (Q. M. Paula, Ed.) *BIOCOMERCIO: Instituto Alexander von Humbolt*.
- Sabino, C. (2014). *El proceso de la investigación* (Décima ed.). Barcelona: Episteme.
- Schwartz Melgar, M. A., Luchsinger Lagos, L., & Cabezas Parra, M. A. (2007, Noviembre 12-16). Estimación de la competitividad en el comercio internacional de la cereza. *Proc. VI Congreso mundial de la palta*.

- Sierra y Selva Exportadora [SSE]. (2020). *Análisis de Mercado*. Lima: Unidad de Inteligencia Comercial. Retrieved from <https://www.gob.pe/institucion/sse/informes-publicaciones/1368947-analisis-de-mercado-papa-2020>
- Sistema de Información de Comercio Exterior [SICE]. (2006). *Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá [T-MEC]*. Retrieved octubre 13, 2021, from [http://www.sice.oas.org/Trade/USMCA/USMCA\\_ToC\\_PDF\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/Trade/USMCA/USMCA_ToC_PDF_s.asp)
- Sistema de Información sobre Comercio Exterior [SICE]. (2020, Octubre 25). *Sistema de Información sobre Comercio Exterior*. Retrieved from [http://www.sice.oas.org/trade/cafta/caftadr/caftadrin\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/trade/cafta/caftadr/caftadrin_s.asp)
- Spiegel, M. R., & Stephens, L. J. (2009). *Estadística* (Cuarta ed.). (P. R. Vázquez, Ed., & M. d. Roa, Trans.) México, D.F., México : The McGraw-Hill Educación.
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria [SUNAT]. (2021, Octubre 25). *Superintendencia Nacional de Administración Tributaria*. Retrieved from <https://www.sunat.gob.pe/>
- Tamayo Tamayo, M. (2004). *Diccionario de la investigación científica*. México D.F.: Limusa.
- Tamayo y Tamayo, M. (2003). *El Proceso de la Investigación Científica* (4 ed.). Mexico: Limusa S.A.
- Unión Europea [UE]. (2021, Octubre 30). *Italia*. Retrieved from [https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/country-profiles/italy\\_es](https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/country-profiles/italy_es)
- Unión Europea [UE]. (2021, Octubre 30). *Portugal*. Retrieved from [https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/country-profiles/portugal\\_es](https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/country-profiles/portugal_es)
- Unión Europea [UE]. (2021, Octubre 30). *UE*. Retrieved from [https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/principles-and-values/founding-agreements\\_es#:~:text=Un%20tratado%20es%20un%20acuerdo,Uni%C3%B3n%20y](https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/principles-and-values/founding-agreements_es#:~:text=Un%20tratado%20es%20un%20acuerdo,Uni%C3%B3n%20y)

%20sus%20pa%C3%ADses%20miembros.https://oec.world/es/profile/bilateral-  
country/deu/partner/pr

## Apéndice A

### Matriz de consistencia

Posicionamiento y eficiencia de la papa peruana al mercado internacional entre los años 2009-2019. caso: partida arancelaria 200520

Ámbito temático	Problema de investigación	Preguntas de investigación	Objetivos generales	Objetivos específicos	Categorías	Subcategorías
Inserción al mercado internacional	La papa es un producto ancestralmente conocido en el país y ha ido incrementando su inserción en los últimos años en el mercado internacional, de allí radica la importancia de medir los cambios y el comportamiento de este indicador en los mercados más importantes del mundo.	¿Cuál es el índice de posicionamiento que ha obtenido la papa peruana en la oferta internacional entre el periodo 2009-2019?	Calcular e interpretar el índice de posicionamiento que ocupa la papa peruana en la oferta internacional entre el periodo 2009-2019.	Identificar a los principales países importadores del producto bajo partida arancelaria 200520. Seleccionar a los principales países competidores en la oferta exportable del producto bajo partida arancelaria 200520. Calcular el índice de posicionamiento de los principales países competidores en la oferta exportable y del Perú en relación con la partida 200520	Posicionamiento	Países importadores  Países competidores en la oferta exportable.  Índice de posicionamiento.

---

¿Cuál es el índice de eficiencia que ha obtenido la papa peruana en la oferta internacional entre el periodo 2009-2019?	Calcular e interpretar el índice de eficiencia que ocupa la papa peruana en la oferta internacional entre el periodo 2009-2019.	Identificar a los principales países importadores del producto bajo partida arancelaria 200520. Seleccionar a los países competidores en la oferta exportable del producto bajo partida arancelaria 200520. Calcular el índice de eficiencia de los principales países competidores en la oferta exportable y del Perú en relación con la partida 200520	Eficiencia	Países importadores  Países competidores en la oferta exportable.  Índice de posicionamiento.
---	---	--	------------	---

---





## Apéndice C

## Importaciones mundiales del producto bajo partida arancelaria 200520

Importadores	Valor importado en:											Acumulad o	Continuida d (años)
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019		
Mundo	175242 0	175159 1	201024 5	206347 4	222706 9	221988 0	207971 2	216542 1	240059 8	253652 2	243279 0	23639722	11
Francia	203888	198266	223763	206969	224065	240025	200812	224719	244541	255964	247059	2470071	11
Alemania	140471	132817	164326	150689	170352	180115	151489	171423	197477	197183	196522	1852864	11
Estados Unidos	130666	130216	128194	150469	143651	145638	165212	162278	173080	196176	204501	1730081	11
Canadá	104016	108660	128109	133208	127483	125677	118668	123656	131485	131460	126473	1358895	11
Países Bajos	111654	94497	119491	128223	135640	135441	98451	107495	116137	113904	131679	1292612	11
Reino Unido	71572	73970	72752	74017	88359	91955	71755	68384	92272	116090	85330	906456	11
Bélgica	55139	58210	67843	61063	62521	66190	60109	59574	70941	73897	71398	706885	11
Irlanda	63961	59323	64024	72972	66575	70065	54262	55798	57655	59192	48456	672283	11
España	62310	49633	38863	44017	41080	24323	55720	59518	54560	63304	61746	555074	11
Hong Kong, China	27073	30927	30950	45401	53291	55424	61463	65929	55829	57122	56239	539648	11
Italia	41445	34819	43012	39222	45992	58707	52993	53102	51538	54279	62058	537167	11
Dinamarca	39008	39041	40917	34121	53776	56832	50379	44669	53356	52424	56331	520854	11
Suecia	51924	42473	52543	52091	48440	52801	48385	41297	42754	37868	39912	510488	11
México	27768	37128	30459	32664	46984	48001	51399	42068	38378	37150	40330	432329	11
Iraq							53128	79094	120710	122159	2579	377670	5
Rusia	44944	35953	44837	35175	34818	35912	21570	23989	32269	32823	27417	369707	11
Austria	30568	27561	29299	29516	30771	30213	25781	26367	28840	32689	31455	323060	11
Japón	14250	19813	44789	31004	30163	23419	19893	21492	31690	27508	29846	293867	11
Ucrania	19343	19939	23752	23908	32269	32144	18237	17517	22421	33458	22284	265272	11
Finlandia	21935	18882	21200	24819	28171	25873	22369	25002	21361	27360	23451	260423	11
Kazajstán	16231	13733	25940	24982	29177	26421	21338	17543	21247	27878	30440	254930	11
Belarús	22342	26113	10869	16092	27403	27540	19587	16524	22794	26309	30831	246404	11
Tailandia	9164	11969	17203	36955	40862	32126	29225	33064	17344	8331	9021	245264	11
Hungría	14604	13999	18059	14414	16514	19315	19466	21391	23447	27036	28690	216935	11

Eslovaquia	17648	18346	19030	19159	18418	19774	17263	17013	18514	22160	22781	210106	11
Singapur	1576	2036	3085	14008	21010	20064	19538	20220	25181	36634	40654	204006	11
Lituania	11246	9917	10255	11474	14809	15540	16742	17329	25470	30848	32142	195772	11
Portugal	14499	10625	12262	14686	21058	23209	20052	19342	16499	17581	15094	184907	11
Polonia	6625	12386	18498	13459	13429	19086	11188	15315	20375	24333	22614	177308	11
Brasil	17680	23058	28776	24588	21766	16055	10232	10133	9792	8248	6576	176904	11
República Checa	18866	18714	12854	10246	11967	13731	11673	13476	18853	20892	23689	174961	11
Argentina	5834	5157	8158	8373	13006	12653	15983	19691	30471	29751	13098	162175	11
Panamá	5619	9165	11596	12929	14431	17527	18381	17202	16775	16524	18321	158470	11
Suiza	9112	8371	9788	9810	11164	15382	15789	16934	17325	16756	15904	146335	11
Bulgaria	6400	6831	9982	10434	13157	13751	12528	13947	16264	17894	19454	140642	11
Uruguay	6380	8760	13427	15513	13635	10405	12605	10422	14091	11914	12423	129575	11
Grecia	12257	12437	13809	9775	10734	11201	9733	11054	10854	10898	9824	122576	11
Australia	4412	6782	17216	17658	18413	9138	6366	9554	11296	8664	10349	119848	11
Israel	7743	6599	9725	11400	13144	12080	8737	10323	11078	13485	10340	114654	11
Croacia	10925	10459	9803	8794	8640	10605	10389	11569	7568	8960	9050	106762	11
Chile	5038	6245	8416	13111	17293	8154	7436	9536	10333	9537	9637	104736	11
Taipéi chino	10800	17364	12261	10363	7567	5658	6303	5534	7015	6494	5161	94520	11
Estonia	6364	6263	7855	7497	8290	8309	7732	8493	9396	11398	11571	93168	11
Eslovenia	8657	8594	8705	8165	8734	8535	7268	7261	8130	9331	9659	93039	11
Palestina, Estado de	1371	4958	4631	4810	6612	6829	7707	9805	10374	14921	16996	89014	11
Luxemburgo	6746	6705	7527	7622	7913	8196	6970	7906	8548	10690	10128	88951	11
Noruega	6601	7252	7171	7407	10018	12081	7606	8086	7562	7897	6502	88183	11
Letonia	6081	6936	7661	6358	6601	7657	7579	8431	9310	10785	10659	88058	11
Emiratos Árabes Unidos				9171	7211	9263	9036	11233	11885	13864	14446	86109	8
Namibia	7141	9355	8878	8684	7878	5665	6833	6962	5555	7535	8181	82667	11
Rumania	3192	2097	5143	4470	5800	5511	4564	6645	9437	16195	17355	80409	11
Paraguay	1344	4812	9069	8324	8587	9993	6592	6637	8430	8985	7481	80254	11
Filipinas	735	2002	3064	833	1611	1614	6349	7450	25297	5925	24007	78887	11
Macedonia del Norte	6114	4780	5520	6843	7435	7502	6478	6717	7830	9023	8543	76785	11
Angola	6119	5755	11953	11153	11771	13353	4803	3501	2921	2046	2036	75411	11

Malasia	5099	5280	5481	6347	7263	5632	7838	6565	7325	7028	9601	73459	11
Marruecos	3664	5786	7610	8090	7083	6852	5533	5362	8941	6970	7014	72905	11
Corea	5260	6544	7738	5118	3241	6509	15533	6877	5021	4700	5384	71925	11
Nueva Zelandia	4259	4103	6856	2773	3651	3308	8857	7756	9882	6037	10599	68081	11
Azerbaiyán	2043	3216	3482	5977	8481	9172	6189	4694	4859	6183	8466	62762	11
Jamaica	3260	3917	3271	2670	5260	5812	6948	8272	7129	7077	8642	62258	11
China	353	1363	995	1309	2886	4963	8719	10966	9536	11451	8830	61371	11
Botsuana	5543	5912	5326	5720	6321	7642	7036	5681	4550	3428	3997	61156	11
Guatemala	6042	2823	3245	3709	4247	5146	5857	6278	6000	7646	8777	59770	11
El Salvador	4353	4043	5031	4714	4876	5717	5763	5644	4614	4443	5513	54711	11
Bosnia y Herzegovina	2763	2729	2798	3819	4978	6466	5222	5705	5645	6360	6598	53083	11
República Árabe Siria	9516	11730	7267	5046	3524	3780	2283	1887	1405	1646	1232	49316	11
Macao, China	3779	3850	4563	4918		5779	6493	5771		7028	6420	48601	9
Albania	4107	4176	4547	3946	4561	3774	3916	4879	3961	4650	4962	47479	11
Perú	374	1628	2620	2940	3980	4530	5165	4315	4852	6477	6675	43556	11
Argelia	361	730	2040	3122	5256	11360	4474	8341	4878	799	1145	42506	11
Líbano	1806	1871	2512	3922	5649	6746	6049	6143	2789	1784	2836	42107	11
Mongolia		1275	1835	3111	4634	3961	3856	4398	5195	6952	6642	41859	10
Jordania	6	54	13	1	136	74	105	38	9738	16744	14570	41479	11
Turquía	1462	1871	2179	2281	6504	5578	3449	3039	3466	3767	5999	39595	11
República Dominicana	757	587	738	923	1117	1318	5291	6505	5959	7255	8068	38518	11
Zimbabwe	1706	4612	6689	4853	2569	4058	6028	3074	2263	2609	0	38461	10
Moldova	2819	2714	3036	3276	3564	3575	2266	3062	3898	4944	5175	38329	11
Malta	2792	2357	2954	3010	3506	3699	3015	3108	3633	4033	4183	36290	11
Montenegro	3246	3089	3388	3134	3543	3547	2878	3066	3123	3493	3743	36250	11
Costa Rica	1001	1492	1700	2047	2342	2848	4020	4835	4798	5144	5968	36195	11
Zambia	894	1307	1585	2714	4190	5484	3981	3577	4280	4497	3459	35968	11
Sudáfrica	2068	2485	3813	2876	3719	3832	2989	3714	2769	2907	3326	34498	11
Indonesia	7871	4666	6629	6383	1150	761	1434	790	1713	1324	1770	34491	11
Venezuela	1772	1942	7423	13002	8111	5	3	24	92	30	591	32995	11
Georgia	2665	2642	3318	2738	2595	2791	2201	2062	2863	3758	4431	32064	11

Barbados	2372	2322	2350	2657	3232	3242	3128	3287	3127	2946	3021	31684	11
Vietnam	2891	3456	3712	3084	3262	4684	5773	2354	1333	753	120	31422	11
Trinidad y Tobago	2717	2518	2637	3303	3150	6158	6248	995	1307	1063	545	30641	11
Islandia	2099	1978	2219	2311	2550	2929	2559	2725	3487	3827	3408	30092	11
Honduras	4768	4015	4542	6183	3551	1119	2002	1085	768	738	1061	29832	11
Túnez	1117	1531	2253	2699	3743	2960	3102	2723	2865	3162	3446	29601	11
Nicaragua	871	778	761	1016	1850	2735	4483	5123	4460	3903	3264	29244	11
Groenlandia	2614	2636	2862	2601	2914	2965	2397	2380	2639	2670	2423	29101	11
Bolivia	813	1074	58	2076	2708	2389	3125	3855	4067	4006	4528	28699	11
Libia	704	489						2479	6846	5160	11967	27645	6
Bangladesh	2120	2815	3890	2736	1630		525	3308	3340	3015	3845	27224	10
Polinesia Francesa	2025	1834	2060	2815	2876	2746	2973	2186	2642	2368	2667	27192	11
Brunéi	1773	2043	1976	2344	2415	2317	2580	2457	3249	2928	3007	27089	11
Darussalam													
Chipre	1198	2056	2686	2016	2508	2356	1919	1963	2461	4124	3640	26927	11
Colombia	696	679	1220	1848	2940	3746	2908	3048	2868	2492	3517	25962	11
Qatar	463	565	759	965	1937	1909	2336		3320	4746	8288	25288	10
Mozambique	872	848	1289	1085	2646	3627	3455	2814	2689	2179	2538	24042	11
Egipto	1168	866	974	1687	2186	2337	5150	2549	1012	1555	1879	21363	11
Kuwait	0	243	358	0	169	2596	3498	3278	2474	3789	4705	21110	9
Kirguistán	530	352	834	1580	2111	2041	1641	1552	2563	3176	3978	20358	11
Nueva Caledonia	1445	1430	1870	2015	2580	2160	2235	1250	1611	1800	1619	20015	11
Arabia Saudita	2671	3403	714	273	689	1444	1618	2493	1344	1212	1425	17286	11
Turkmenistán	467	822	1315	2594	2469	2586	1931	1777	1736	1154	269	17120	11
Serbia	136	162	276	236	523	1410	1786	1772	2412	3242	4965	16920	11
Armenia	640	688	889	1366	1420	1867	1514	1224	1731	2427	2965	16731	11
Eswatini	1405	2704	1026	813	1319	1425	921	460	1071	2437	2663	16244	11
Aruba	538	649	1118	1525	1678	941	1234	3341	1384	1356	1649	15413	11
Mauricio	1603	1436	1791	1996	1363	1637	1187	565	684	1365	1783	15410	11
Bahamas	1031	1129	1252	1509	1530	945	527	586	752	3226	2862	15349	11
Bahrein	271	1038	1144	1177	1331	1103	1464	1581	1723	2101	1830	14763	11
Nigeria	1916	555	225	499	1184	530	243	1816	3298	2542	477	13285	11
Andorra	1723	1577	1657	975	939	880	801	917	984	1230	1191	12874	11
Malawi	993	905	795	909	763	1209	1172	1391	1422	1553	1733	12845	11

Cabo Verde	741	850	1159	984	1057	1008	999	1055	1429	1573	1742	12597	11	
Guyana	543	406	610	886	907	937	1483	2154	1485	1300	1689	12400	11	
Bermudas				1547	1506	1514	1495	1467	1542	1597	1585	12253	8	
Omán	1028	1217	1308	1316	1033	1251	1089	1070	1096	839	893	12140	11	
Gabón	594	324	662	1063	1623	1602	1028	1107	1412	1229	1331	11975	11	
Islas Feroe	1070	769	867	1061	1094	1096	1053	1034	1197	1166	1509	11916	11	
Yemen	306	599	395	589	1314	1360	1909	826	235	346	3919	11798	11	
Tayikistán							2274	1495	1269	1536	2171	2503	11248	6
Uzbekistán									865	2600	6639	10104	3	
Camboya	245	228	466	484	448	800	813	1087	1240	1099	2649	9559	11	
Cuba								2036	2703	2589	876	8204	4	
Senegal	730	704	471	1129	670	591	623	530	730	942	872	7992	11	
Myanmar		2	242	336	536	847	1043	1692	1781	717	350	7546	10	
Fiji	403	592	436	487	576	554	694	811	842	1057	1005	7457	11	
Santa Lucía				616	710	839	865	902	948	934	932	6746	8	
Gibraltar	519	619	569	698	843	831	353	525	597	605	573	6732	11	
Guinea Ecuatorial	106	136	352	1826	1372	483	546	451	342	417	586	6617	11	
Côte d'Ivoire	413	283	294	571	540	601	426	1401	516	818	752	6615	11	
Ecuador	2687	2559	426	465	334						140	6611	6	
Granada		296	324	413	529	565	569	883	899	989	1088	6555	10	
Sri Lanka	317	525	691	490	636	511	745	1202	585		643	6345	10	
Madagascar	304	333	386	396	430	656	596	637	731	665	704	5838	11	
Surinam	566	518	335	421	817	615	838	520		216	539	5385	10	
Nepal	57	24	20	17		502	541	765	808	1163	973	4870	10	
Haití					1147	946	627	762	355	542	334	4713	7	
Seychelles		1	127	296	440	502	536	796	641	712	607	4658	10	
Uganda	192	254	349	468	461	553	352	207	651	504	646	4637	11	
Islas Caimanes	130	214	441	529	183	384	534	486	582	537	428	4448	11	
San Vicente y las granadinas	247	250	291	341	477	480	431	582	427	450	433	4409	11	
Camerún	91	74	104	68	1487	1126	850	71	99	104	96	4170	11	
Tanzania, República Unida de	144	310	451	422	370	652	392	356	251	254	323	3925	11	

Djibouti	1748	156	171	160	184	186	134	145	232	343	408	3867	11
Lesoto	69	318	226	194	194	178	408	564	298	333	1029	3811	11
Curaçao									1198	1227	1292	3717	3
Ghana	146	199	340	397	359	270	429	506	421	344	239	3650	11
Papua Nueva Guinea			53	47	722	450	427	358	591	452	433	3533	9
Irán		158	1255	775		68		880	371			3507	6
Islas Cook	233	186	351	350	332	331	284	328	406	396	287	3484	11
Rancho de naves y aeronaves	13	62	46	203	145	220	262	580	437	516	824	3308	11
Kenya	274	371	357	322	449	266	507	175	104	95	177	3097	11
Estados Unidos	220	247	263	244	258	285	381	346	283	309	214	3050	11
Minor periférico													
Islas Congo							516	499	743	698	567	3023	5
Bután	410	528	798	673		6	1	2	10	105	152	2685	10
Congo	73	99	208	204	273	223	229	485	315	304	260	2673	11
Dominica	162	184	170	159	149	200	252	268	248	376	333	2501	11
San Pedro y Miquelón	220	285	284	257	228	235	191	191	156	101	68	2216	11
Vanuatu	23	28	36	127	226	199	214	209	296	373	398	2129	11
Pakistán	201	186	192	253	177	205	305	181	188	91	18	1997	11
Islas Vírgenes Británicas	85	108	130	126	145	166	331	241	206	179	236	1953	11
Tonga	1	5	12	44	79	344	275	217	387	289	285	1938	11
Mayotte	268	241	442	405	566							1922	5
Maldivas	56	59	104	118	119	109	119	218	696	202	118	1918	11
Sierra Leona						539	23	35	4	88	1158	1847	6
Afganistán											1764	1764	1
San Martín (parte holandesa)			295	425	373	451	22	22	22	31	23	1664	9
Somalia	70	15	22	86	26	109	64	214	144	565	271	1586	11
Islas (Malvinas) Falkland	149	162	153	168	100	139	101	92	64	105	81	1314	11

Antillas Holandesas	862	414										1276	2
Níger	39	50	63	58	125	156	123	129	161	155	199	1258	11
Bonaire, San Estaquío y Saba					56	77	159	148	214	354	238	1246	7
Santa Helena	67	92	125	115	118	110	167	152	81	82	66	1175	11
India	81	208	50	18	113	128	87	51	44	104	212	1096	11
Ruanda	29	32	62	58	83	87	157	114	95	173	151	1041	11
Etiopía	42	158	141	41	81	67	154	182	39	58	16	979	11
Sudán (antes de 2012)	564	110	272									946	3
Liberia									124	453	364	941	3
Niue	29	45	62	57	73	99	84	101	116	111	102	879	11
Guinea	2	2	2	23	27	29	28	28	255	239	229	864	11
Sudán					23	19	45		114		530	731	5
Micronesia, Estados Federados de	45	80	50	56	72	1			1	24	379	708	9
Islas Marianas del Norte	65	61	65	17	46	31	72	61	77	99	76	670	11
Comoras	13	13	22	29	23	43	31	91	74	202	85	626	11
Islas Wallis y Fortuna	54	41	82	44	42	84	26	24	21	130	51	599	11
Burkina Faso	48	21	26	50	26	67	52	38	74	114	77	593	11
Islas Turks y Caicos					52	75	101	45	56	101	149	579	7
Samoa	15	56	53	32	104	180	107	11	1	17	3	579	11
Antigua y Barbuda	10	5	4	44	6	5	9	13	78	185	155	514	11
Belice	211	77	31	23	46	18	19	8	5	11	7	456	11
Saint Kitts y Nevis	10	4	3	4	3	5	6	10	7	178	123	353	11
Benín	31	17	76	6	40	13	23	35	31	11	48	331	11
Malí		122	3	13				65	72	23	23	321	7

Nauru		12	15	19	24	74	16	13	21	83	28	305	10
Sao Tomé y Príncipe	9	2		18	27	39	27	43	35	44	48	292	10
Chad	24	9	6	18	23	25	18	18	31	26	56	254	11
Islas Salomón	5	13	10	4	4	36	34	19	16	13	95	249	11
Lao, República Democrática Popular		12	12	22	12	14	10	25	27	59	51	244	10
Islas Marshall	5	3	10		15	20	17	16	67	28	56	237	10
Eritrea				2	17	25	26	63	30	20	37	220	8
Isla Norfolk	19	26	32	22	29	21	21	12	12	9	11	214	11
Timor-Leste									97	27	70	194	3
República Centroafricana	14		15	15				17	47	21	63	192	7
Guinea-Bissau					1	1	2	2	3	22	130	161	7
Gambia	36	33	19	8	12	5	3	4	22	10	9	161	11
Togo	2			1	5		7	16	32	47	38	148	8
Sudán del Sur				10	8	10	4	1	39	32	40	144	8
Zona franca	34	41	6	2	48	1	2	6	4			144	9
Corea, República Popular Democrática de	3	3	2	9	3	22	26	51	3	4	12	138	11
Mauritania	13			2	16	29	26			26	14	126	7
Tuvalu	2	3	10	10	7	12	10	11	10	12	19	106	11
Montserrat	8			13	11	12	9	27	7	11		98	8
Anguila		8		7	11	11	18	7	9	2	8	81	9
Tierras Australes y Antárticas Francesas	48	1	21	1	1	1		1	1	1	3	79	10
Isla de Navidad	18		3	14	2	8	2		1			48	7
Palau				1		1	3	4	3	2	31	45	7
Samoa Americana							11	5	1	4	10	31	5
Kiribati		1			4	1		11	3			20	5
Tokelau				1			9		9	1		20	4



---

Burundi		1	1		9	2	1		3	17	6
Pitcairn	2									2	1
Sahara occidental				1						1	1

---

## Apéndice D

## Importaciones de Estados Unidos del producto bajo partida arancelaria 200520

Exportadores	Valor importado en:											Acumulado	Continuidad (años)
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019		
Mundo	130666	130216	128194	150469	143651	145638	165212	162278	173080	196176	204501	1730081	11
México	59653	54061	64703	75984	70437	68877	73675	72924	78893	83904	82016	785127	11
Canadá	62538	67926	52685	52422	51485	56624	66328	71106	79138	93134	102699	756085	11
Alemania	904	843	1567	9185	10321	4029	3618	817	833	981	776	33874	11
Honduras			3	4	519	4283	10175	6494	3770	4090	2296	31634	9
China	2060	2067	1481	1242	826	1661	2080	1467	1245	3457	2268	19854	11
Italia	3590	3372	4480	3357	1799	1427	562	78	89	103	374	19231	11
Reino Unido	245	376	950	2367	2495	2712	2355	2767	1388	1147	1445	18247	11
España	124	65	25	84	1978	2101	1969	1284	1295	1673	2066	12664	11
Hong Kong, China		44	4	103	738	806	819	1198	1533	1515	1578	8338	10
Irlanda	322	334	367	1008	526	466	486	588	828	924	1426	7275	11
Taipéi Chino	11	8	46	56	244	200	373	568	531	747	967	3751	11
Países Bajos	50		176	2617	58	26	108	26	83	123	104	3371	10
India	180	125	120	159	158	263	301	382	511	500	475	3174	11
Israel	26	156	353	292	149	366	264	239	317	254	296	2712	11
Japón	96	102	267	219	89	121	290	303	220	404	544	2655	11
Colombia	132	258	262	305	236	254	263	236	62	72	259	2339	11
Perú	34		64	83	242	271	157	190	227	108	948	2324	10
Polonia	113	148	141	180	162	173	195	212	290	206	324	2144	11
Corea		4	7	6		37	314	383	384	458	527	2120	9
Brasil	24	20	40	131	142	194	148	238	257	390	501	2085	11
Portugal	95	100	96	87	149	113	129	171	201	226	243	1610	11
Eslovaquia			116	107	402	252	64					941	5
Bélgica	200	26	52	44	84	95	85	94	113	69	70	932	11
Tailandia	28	7	21	31	72	94	124	75	64	180	139	835	11
Malasia	14	90		19		3	36	38	16		575	791	8

Francia				174	79	7	41	20	68	168	200	757	8
Ecuador	15			71	176	53	101	35	90	108	88	737	9
Suiza	193	35	30	34	29	38	29	37	43	118	74	660	11
Bangladesh	10	9		10	14	22	45	65	76	95	99	445	10
Filipinas			5	10	9		20	3	19	273	90	429	8
Emiratos Árabes Unidos					3	59	10	44	50	62	123	351	7
Pakistán		28	32	10				2	55	85	35	247	7
Nueva Zelanda							6	78	49	111		244	4
Australia				28				22	92		79	221	4
Egipto										48	135	183	2
Guatemala									106	25	37	168	3
Chile							24	76	24	4	40	168	5
Letonia			44	23					33	58	5	163	5
Suecia								5		21	109	135	3
Estonia										92	24	116	2
Lituania		7	15	3	5	11	5	5	3	5	52	111	10
Singapur											107	107	1
Grecia									16		82	98	2
Sudáfrica										82	8	90	2
Vietnam			41	6			6	3	11	18	4	89	7
Turquía										58	19	77	2
Jordania										7	56	63	2
República Checa									10	39		49	2
Austria									4		39	43	2
Rusia, Federación de				3	4				27	6		40	4
Indonesia										7	31	38	2
Ucrania								5			21	26	2
Bolivia				3	4						15	22	3



## Apéndice E

### Importaciones de Canadá del producto bajo partida arancelaria 200520

Exportadores	Valor importado en:											Acumulado	Continuidad (años)
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019		
Mundo	104016	108660	128109	133208	127483	125677	118668	123656	131485	131460	126473	1358895	11
Estados Unidos de América	97688	103717	122508	124576	116424	114671	109669	111671	120638	119210	117462	1258234	11
México	5020	3747	3631	5851	7405	7182	5631	7587	7118	7603	4526	65301	11
Reino Unido	60	108	385	1356	1657	1839	1508	1688	1235	834	595	11265	11
Hong Kong, China	224	204	121	220	320	370	319	390	456	462	519	3605	11
India	112	169	250	271	416	406	403	404	237	283	325	3276	11
Filipinas	106	151	202	198	319	301	241	406	277	347	363	2911	11
Bélgica	163	162	161	136	168	159	107	141	114	163	172	1646	11
Alemania	150	146	112	86	171	108	127	139	138	141	102	1420	11
Corea, República de	23	10	3	20	88	46	72	100	198	388	286	1234	11
China	27	35	23	34	14	40	49	105	121	351	425	1224	11
Italia	57	82	41	89	92	134	235	140	59	116	110	1155	11
Malasia	1	5	8	31	8	10	14	111	254	443	228	1113	11
España	0	0	0	0	4	4	30	182	144	233	307	904	7
Suiza	198	0	541	1	3	0	0	4	6	0	0	753	6
Países Bajos	35	24	7	11	5	21	36	99	97	121	57	513	11
Portugal	13	16	24	19	39	55	40	54	57	68	87	472	11
Indonesia	0	0	1	3	24	32	0	3	45	129	225	462	8
Japón	33	13	8	11	19	39	17	31	11	128	140	450	11
Canadá	2	2	4	164	72	10	3	16	3	66	42	384	11
Taipéi Chino	4	2	2	25	71	55	29	24	33	30	38	313	11

Francia	20	2	4	2	21	9	31	29	46	64	65	293	11
Ecuador	1	4	0	0	0	8	0	230	1	2	1	247	7
Polonia	44	18	11	23	23	13	4	7	19	31	39	232	11
Israel	6	1	2	8	20	62	31	8	12	19	18	187	11
Brasil	5	4	13	11	13	6	10	28	24	33	37	184	11
Colombia	3	7	3	10	14	18	13	19	15	18	17	137	11
Turquía	0	0	0	0	0	1	0	0	0	41	75	117	3
Sudáfrica	5	5	9	7	9	8	8	8	13	11	8	91	11
Pakistán	2	2	3	9	4	4	4	5	17	7	23	80	11
Vietnam	1	0	6	9	22	0	0	0	0	14	24	76	6
Irlanda	3	1	2	3	3	9	5	2	15	17	16	76	11
Egipto	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	72	72	1
Bangladesh	1	2	2	3	1	2	5	8	8	13	12	57	11
Argentina	0	7	0	2	0	1	6	8	18	0	8	50	7
Sri Lanka	2	0	1	6	2	19	0	0	17	3	0	50	7
Tailandia	1	0	0	2	0	0	0	0	21	21	0	45	4
Perú	1	4	13	1	2	4	4	1	2	4	7	43	11
Honduras	0	0	0	0	0	0	0	0	0	32	0	32	1
Irán, República Islámica del	0	0	1	3	3	3	3	1	4	3	3	24	9
Singapur	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	19	19	1
Macedonia del Norte	0	0	0	0	7	1	7	1	3	0	0	19	5
Noruega	0	0	0	0	0	18	0	0	0	0	0	18	1
Dinamarca	1	2	1	1	2	1	2	2	1	0	0	13	9
Arabia Saudita	0	0	0	0	11	0	0	0	0	0	0	11	1
Austria	0	0	0	0	0	0	2	1	2	0	2	7	4
Rumania	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	3	6	3

Kenya	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	2
Jordania	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5	1
Islandia	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	5	1
Grecia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4	1
Uruguay	0	0	0	0	2	0	2	0	0	0	0	4	2
Líbano	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2	3	2
Rusia,	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	3	1
Federación de													
Letonia	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	3	3
Suecia	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	3	3
El Salvador	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	3	2
Kuwait	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	3	1
Eslovaquia	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	3	2
Serbia	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	2
Jamaica	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	2
República	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
Checa													
Azerbaiyán	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1
Bulgaria	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1
Belarús	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Guatemala	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Lituania	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1
Marruecos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1
Nigeria	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Uganda	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1
Burkina Faso	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1

## Apéndice F

### Importaciones de Francia del producto bajo partida arancelaria 200520

Exportadores	Valor importado en:											Acumulado	Continuidad (años)
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019		
Mundo	203888	198266	223763	206969	224065	240025	200812	224719	244541	255964	247059	2470071	11
Bélgica	104832	102522	106048	96839	107366	104114	88154	93460	85101	98916	95013	1082365	11
Países Bajos	60484	58166	75263	65264	62831	74568	63937	68102	75691	72567	71887	748760	11
Alemania	25783	21792	24302	26615	29110	31805	20376	20990	24052	25818	26692	277335	11
España	2464	3011	2913	2066	2541	6765	7518	11210	25316	25126	21734	110664	11
Reino Unido	595	1365	4160	6152	7873	8068	10281	15628	18190	15667	11705	99684	11
Italia	1802	1496	2555	1988	4978	5425	3649	3901	4240	5804	6061	41899	11
Irlanda	17	12	11	855	1285	807	89	6130	3521	6446	6876	26049	11
Portugal	217	498	727	1150	1489	1117	646	568	1661	877	1439	10389	11
Luxemburgo	3301	3042	1763	89	135	81	69	124	106	107	112	8929	11
Suiza	296	532	675	599	751	714	843	639	796	892	1074	7811	11
Polonia	60	27	196	11	98	98	1153	814	2557	48	69	5131	11
Dinamarca	359	432	616	851	655	487	394	291	138	162	121	4506	11
Suecia	396	399	587	381	348	433	395	367	323	325	239	4193	11
Malasia	347	254	268	278	232	389	561	251	297	312	362	3551	11
Austria	266	736	217	217	219	156	236	222	354	248	153	3024	11
Perú	19	99	130	115	183	272	182	261	275	286	302	2124	11
Estados Unidos de América	172	137	142	115	91	52	123	126	59	91	138	1246	11
Emiratos Árabes Unidos	0	0	0	0	1	96	104	123	153	176	142	795	7
China	14	58	32	17	2	55	32	109	87	183	188	777	11
India	10	1	13	50	49	36	40	43	42	53	47	384	11
Turquía	0	0	0	1	0	0	9	21	57	107	108	303	6
Rumania	0	0	0	16	0	7	23	0	33	72	114	265	6



Israel	15	0	6	41	16	18	30	17	16	43	56	258	10
Sudáfrica	0	4	0	15	62	64	30	46	0	0	0	221	6
Lituania	0	0	0	50	0	0	0	0	10	0	153	213	3
Afganistán	0	0	0	0	0	0	40	44	40	37	40	201	5
Corea, República de	0	0	0	0	0	0	84	4	51	2	0	141	4
Zona Nep	0	11	0	1	5	6	6	8	13	44	22	116	9
Ecuador	0	0	0	0	24	17	30	22	0	5	14	112	6
Grecia	100	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	103	2
Canadá	10	9	3	30	23	21	3	1	0	0	0	100	8
Eur. Otros	0	0	79	0	0	0	0	0	0	0	0	79	1
Nep													
Eslovaquia	0	0	0	14	27	6	0	0	0	5	13	65	5
Congo, República Democrática del	0	0	0	0	0	0	0	0	0	56	0	56	1
Japón	1	29	14	0	0	0	0	1	0	1	7	53	6
Brasil	0	0	0	0	16	28	9	0	0	0	0	53	3
Mauricio	0	0	0	0	0	2	8	13	6	7	12	48	6
Hong Kong, China	0	0	0	0	0	1	37	0	0	0	0	38	2
Tailandia	4	4	7	0	2	1	3	0	1	4	2	28	9
República Checa	0	0	0	1	1	2	1	18	2	1	1	27	8
Panamá	0	0	0	0	0	0	0	0	0	23	0	23	1
Malí	18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18	1
Filipinas	0	0	0	0	4	4	4	1	2	0	2	17	6
Singapur	14	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14	1
Vietnam	0	0	3	0	0	0	0	0	4	0	3	10	3
Egipto	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	10	1
Hungría	0	0	1	0	0	0	1	1	6	0	0	9	4
Chile	0	0	0	6	1	0	2	0	0	0	0	9	3
Eslovenia	0	0	0	5	3	0	0	0	0	0	0	8	2



## Apéndice G

## Importaciones de Alemania del producto bajo partida arancelaria 200520

Exportadores	Valor importado en:											Acumulado	Continuidad (años)
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019		
Mundo	140471	132817	164326	150689	170352	180115	151489	171423	197477	197183	196522	1852864	11
Países Bajos	108176	93213	111052	96716	115378	119475	98538	101964	116895	117130	121321	1199858	11
Bélgica	9541	11845	19406	19399	23285	25090	17200	20113	24361	19819	16430	206489	11
Polonia	1163	1019	828	854	986	1446	9798	13081	19199	23228	25185	96787	11
Reino Unido	3326	4605	5948	5994	7173	7353	5233	6569	7666	6541	4533	64941	11
Suiza	2698	4285	6220	5497	4756	5237	4663	4857	4046	3968	5210	51437	11
Dinamarca	3698	2238	3749	4967	4987	4736	3253	2781	3451	3293	4019	41172	11
Suecia	3008	3437	3687	5028	4090	5079	2093	2598	2221	2683	3608	37532	11
Italia	4664	4158	6834	5456	2604	2775	3505	1643	1210	955	808	34612	11
Austria	2380	5633	2422	2131	2815	4134	2881	2668	2921	3430	2755	34170	11
Francia	123	1229	3110	2677	2865	3182	2517	2887	3478	4356	5535	31959	11
Portugal	11	4	3	3	7	8	429	10672	9312	7784	2369	30602	11
España	142	281	451	378	576	560	453	445	455	1350	2401	7492	11
Turquía	62	48	50	193	30	136	190	332	416	567	645	2669	11
Hungría	641	242	179	307	282	273	142	1	17	1	2	2087	11
Estados Unidos	400	327	178	244	216	181	153	68	55	47	45	1914	11
República Checa	0	0	0	46	22	14	88	175	368	647	405	1765	8
Grecia	72	117	101	203	153	211	59	56	264	286	190	1712	11
Jordania	4	0	0	0	0	0	0	0	281	226	223	734	4
India	19	21	25	23	13	24	36	44	75	129	171	580	11
Noruega	1	1	0	51	38	30	39	39	100	92	84	475	10
Irlanda	31	64	0	0	0	55	81	127	63	11	39	471	8
Lituania	145	0	0	0	0	2	1	5	201	80	6	440	7
Perú	0	0	0	0	0	0	29	112	53	116	45	355	5
Letonia	0	0	40	235	0	0	0	0	13	35	31	354	5







---

Dinamarca	45	35	65	27	17	10	0	0	0	0	0	199	6
Brasil	50	0	0	15	0	0	0	3	13	0	0	81	4
Perú	0	0	5	0	26	0	4	2	0	0	3	40	5
Chipre	0	26	0	0	0	0	0	0	0	0	0	26	1
Portugal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	13	17	2
Finlandia	0	0	0	0	0	0	0	0	13	0	0	13	1
Estonia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	10	1
Ecuador	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	0	7	1

---