

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Académico Profesional de Administración y Negocios Internacionales

Tesis

**Inserción al mercado internacional de la uva fresca
peruana entre los años 2012-2021. Un análisis
descriptivo del posicionamiento y eficiencia**

Ronald Fredrik Avila Contreras

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

Huancayo, 2024

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



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

INFORME DE CONFORMIDAD DE ORIGINALIDAD DE TESIS

A : Dr. Wiliam Pedro Rodriguez Giraldez
Decano de la Facultad de Ciencias de la Empresa

DE : Ma. Pedro Bernabe Venegas Rodriguez
Asesor de tesis

ASUNTO : Remito resultado de evaluación de originalidad de tesis

FECHA : 14 de Enero de 2024

Con sumo agrado me dirijo a vuestro despacho para saludarlo y en vista de haber sido designado asesor de la tesis titulada: "**INSERCIÓN AL MERCADO INTERNACIONAL DE LA UVA FRESCA PERUANA ENTRE LOS AÑOS 2012-2021. UN ANÁLISIS DESCRIPTIVO DEL POSICIONAMIENTO Y EFICIENCIA**", perteneciente al estudiante **Ronald Fredrik Avila Contreras**, de la E.A.P. de **Administración y Negocios Internacionales**; se procedió con la carga del documento a la plataforma "Turnitin" y se realizó la verificación completa de las coincidencias resaltadas por el software dando por resultado **09 %** de similitud (informe adjunto) sin encontrarse hallazgos relacionados a plagio. Se utilizaron los siguientes filtros:

- Filtro de exclusión de bibliografía SI NO
- Filtro de exclusión de grupos de palabras menores (Nº de palabras excluidas: 10) SI NO
- Exclusión de fuente por trabajo anterior del mismo estudiante SI NO

En consecuencia, se determina que la tesis constituye un documento original al presentar similitud de otros autores (citas) por debajo del porcentaje establecido por la Universidad.

Recae toda responsabilidad del contenido de la tesis sobre el autor y asesor, en concordancia a los principios de legalidad, presunción de veracidad y simplicidad, expresados en el Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales – RENATI y en la Directiva 003-2016-R/UC.

Esperando la atención a la presente, me despido sin otro particular y sea propicia la ocasión para renovar las muestras de mi especial consideración.

Atentamente,



Asesor de tesis

DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD

Yo, Ronald Fredrik Avila Contreras, identificado(a) con Documento Nacional de Identidad No. 72674741, de la E.A.P. de Administración y Negocios Internacionales de la Facultad de Ciencias de la Empresa la Universidad Continental, declaro bajo juramento lo siguiente:

1. La tesis titulada: "INSERCIÓN AL MERCADO INTERNACIONAL DE LA UVA FRESCA PERUANA ENTRE LOS AÑOS 2012-2021. UN ANÁLISIS DESCRIPTIVO DEL POSICIONAMIENTO Y EFICIENCIA ", es de mi autoría, la misma que presento para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales.
2. La tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas, por lo que no atenta contra derechos de terceros.
3. La tesis es original e inédita, y no ha sido realizado, desarrollado o publicado, parcial ni totalmente, por terceras personas naturales o jurídicas. No incurre en autoplagio; es decir, no fue publicado ni presentado de manera previa para conseguir algún grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, pues no son falsos, duplicados, ni copiados, por consiguiente, constituyen un aporte significativo para la realidad estudiada.

De identificarse fraude, falsificación de datos, plagio, información sin cita de autores, uso ilegal de información ajena, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a las acciones legales pertinentes.

14 de Enero de 2024.



Ronald Fredrik Avila Contreras

DNI. No. 72674741

Informe final de Tesis2

INFORME DE ORIGINALIDAD

9 %	9 %	%	%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	1 %
2	tesis.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	1 %
3	revistas.uncu.edu.ar Fuente de Internet	1 %
4	ojs.unemi.edu.ec Fuente de Internet	1 %
5	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
6	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
7	www.madrid.es Fuente de Internet	<1 %
8	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
9	www.banguat.gob.gt Fuente de Internet	<1 %

10	repositorio.upct.es Fuente de Internet	<1 %
11	www.portalfruticola.com Fuente de Internet	<1 %
12	www.scielo.org.ve Fuente de Internet	<1 %
13	dokumen.tips Fuente de Internet	<1 %
14	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
15	doku.pub Fuente de Internet	<1 %
16	repositorio.uchile.cl Fuente de Internet	<1 %
17	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	<1 %
18	www.revistasice.com Fuente de Internet	<1 %
19	dspace.esPOCH.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
20	es.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
21	repositorio.uoosevelt.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

22	es.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
23	dspace.udla.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
24	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
25	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
26	repositorio.uap.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
27	fichas-biologia5toc.weebly.com Fuente de Internet	<1 %
28	elregionalpiura.webcindario.com Fuente de Internet	<1 %
29	repositorio.upla.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
30	pdfslide.tips Fuente de Internet	<1 %
31	agraria.pe Fuente de Internet	<1 %
32	catedradecooperacion.unizar.es Fuente de Internet	<1 %
33	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

34	repositorio.uandina.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
35	www.radiohc.cu Fuente de Internet	<1 %
36	repositorio.chapingo.edu.mx Fuente de Internet	<1 %
37	repositorio.une.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
38	repositorio.una.edu.ni Fuente de Internet	<1 %
39	www.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
40	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
41	extranet.who.int Fuente de Internet	<1 %
42	revistabionatura.com Fuente de Internet	<1 %
43	tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
44	autorreferencial.wordpress.com Fuente de Internet	<1 %
45	es.unionpedia.org Fuente de Internet	<1 %

46	explorable.com Fuente de Internet	<1 %
47	repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
48	repositorio.unp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
49	revistacientifica.mqrinvestigar.aimtecnologia.com Fuente de Internet	<1 %
50	rodin.uca.es Fuente de Internet	<1 %
51	cies.org.pe Fuente de Internet	<1 %
52	comercioexterior.furg.br Fuente de Internet	<1 %
53	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
54	repositorio.cepal.org Fuente de Internet	<1 %
55	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
56	uniminuto-dspace.scimago.es Fuente de Internet	<1 %
57	www.peru.indymedia.org Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 10 words

Excluir bibliografía

Activo

Asesor

Ma. Pedro Bernabe Venegas Rodriguez

0000-0001-9806-6419

Dedicatoria

A Dios, por permitirme llegar a este momento tan importante en mi vida. A mis padres Ronald Avila Buendia y Yosilu Contreras Zarate, pilar fundamental en mi vida, pues su apoyo y confianza en todo momento fue primordial para alcanzar este reto, por inculcarme valores primordiales como la superación, unión y respeto. A mi compañera de vida Kiara, por haberme acompañado en este largo proceso, por confiar en mí y alentarme siempre a seguir luchando. A mi hijo Nathan, inspiración de superación diaria. A mis hermanas Janitza y Massiel quienes llenan mi vida de grandes emociones y alegrías. A mis abuelos Antonio y Epifania, por sus maravillosos consejos que nunca olvidaré, siempre estarán presente para mí.

Agradecimientos

A Dios por darme la vida y conducirme por el camino correcto, a mis padres, familiares y demás personas que siempre tuvieron palabras de aliento para no rendirme y continuar con mi desarrollo profesional.

A mi asesor Pedro Bernabé Venegas Rodríguez por guiarme y brindarme los conocimientos necesarios para poder realizar el presente trabajo de investigación. A la Universidad Continental por permitirnos ser parte de esta grandiosa familia.

Tabla de Contenidos

Tabla de Contenidos	ii
Lista de Tablas	v
Lista de Figuras.....	vii
Resumen.....	viii
<i>Abstract</i>	ix
Introducción	x
Capítulo I: Planteamiento Del Estudio	1
1.1. Delimitación de la Investigación	1
1.1.1. Espacial.....	1
1.1.2. Temporal.....	2
1.1.3. Conceptual.	2
1.2. Planteamiento del Problema	2
1.3. Formulación del Problema.....	6
1.3.1. Problema General.....	6
1.3.2. Problemas Específicos.	6
1.4. Objetivos de la Investigación.....	6
1.4.1. Objetivos Generales.....	6
1.4.2. Objetivos Específicos.....	7
1.5. Justificación de la Investigación	7
1.5.1. Justificación Teórica.	7

1.5.2. Justificación Práctica.	7
Capítulo II: Marco Teórico	10
2.1. Antecedentes de Investigación.....	10
2.1.1. Artículos Científicos.	10
2.1.2. Tesis Nacionales e Internacionales.	15
2.2. Bases Teóricas	17
2.3. Definición de Términos Básicos	19
Capítulo III: Hipótesis y Variables	21
3.1. Hipótesis	21
3.2. Identificación de Variables	21
3.3. Operacionalización de Variables	21
3.3.1. Posicionamiento.....	21
3.3.2. Eficiencia	22
Capítulo IV: Metodología	23
4.1. Enfoque de la investigación.....	23
4.2. Tipo de investigación.....	23
4.3. Nivel de investigación.....	24
4.4. Métodos de investigación	24
4.5. Diseño de investigación	25
4.6. Población y muestra.....	25
4.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	27

4.7.1. Para la selección de países en estudio	27
4.7.2. Para la selección de países competidores.....	28
4.8. Técnicas estadísticas de análisis de datos	29
Capítulo V: Resultados	31
5.1. Descripción del Trabajo de Campo.....	31
5.2. Presentación de Resultados.....	32
5.2.1. Selección de países destino	32
5.2.2. Selección de Competidores.....	37
5.2.3. Posicionamiento.....	46
5.2.4. Eficiencia	50
5.3. Discusión de Resultados	54
Conclusiones	65
Recomendaciones	68
Referencias.....	69
Apéndice A	74
Apéndice B.....	75
Apéndice C.....	77
Apéndice D	82
Apéndice E.....	86

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Exportaciones del Perú en valor USD del producto bajo subpartida arancelaria 080610 entre los años 2012 - 2021</i>	33
Tabla 2 <i>Importaciones en valor USD del producto bajo subpartida arancelaria 080610 provenientes del mundo entre los años 2012-2021</i>	34
Tabla 3 <i>Importaciones en valor USD de países seleccionados del producto bajo subpartida arancelaria 080610 entre los años 2012-2021</i>	35
Tabla 4 <i>Participación en valor de las importaciones de Estados Unidos del producto bajo subpartida arancelaria 080610 entre los años 2012 - 2021</i>	35
Tabla 5 <i>Participación en valor de las importaciones de Países Bajos del producto bajo subpartida arancelaria 080610 entre los años 2012 - 2021</i>	36
Tabla 6 <i>Participación en valor de las importaciones de Alemania del producto bajo subpartida arancelaria 080610 entre los años 2012 - 2021</i>	39
Tabla 7 <i>Participación en valor de las importaciones del Reino Unido del producto bajo subpartida arancelaria 080610 entre los años 2012 - 2021</i>	41
Tabla 8 <i>Exportaciones de los países competidores en cantidad (toneladas) al mercado de Estados Unidos del producto bajo subpartida arancelaria 080610</i>	44
Tabla 9 <i>Exportaciones de los países competidores en cantidad (toneladas) al mercado de Países Bajos del producto bajo subpartida arancelaria 080610</i>	44
Tabla 10 <i>Exportaciones de los países competidores en cantidad (toneladas) al mercado de Alemania del producto bajo subpartida arancelaria 080610</i>	45
Tabla 11 <i>Exportaciones de los países competidores en cantidad (toneladas) al mercado de Reino Unido del producto bajo subpartida arancelaria 080610</i>	46
Tabla 12 <i>Posicionamiento de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Estados Unidos</i>	46

Tabla 13 <i>Posicionamiento de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Países Bajos</i>	47
Tabla 14 <i>Posicionamiento de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Alemania</i>	48
Tabla 15 <i>Posicionamiento de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Reino Unido</i>	49
Tabla 16 <i>Eficiencia de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Estados Unidos</i>	50
Tabla 17 <i>Eficiencia de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Países Bajos</i>	51
Tabla 18 <i>Eficiencia de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Alemania</i>	52
Tabla 19 <i>Eficiencia de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Reino Unido</i>	53

Lista de Figuras

Figura 1	<i>Principales Nodos de Producción Nacional de Uva en TM, campaña 2013-2014</i>	3
Figura 2	<i>Variedades de uvas sin semilla del Perú</i>	4
Figura 3	<i>Volumen de producción y exportación de uva 2005-2019 miles de toneladas</i>	8
Figura 4	<i>Modos de inserción de un producto en el comercio internacional</i>	19
Figura 5	<i>Importaciones mundiales del producto bajo partida 080610 en metabuscador</i>	27
Figura 6	<i>Exportaciones del Perú al mundo bajo partida 080610 en metabuscador</i>	28
Figura 7	<i>Exportaciones de países seleccionados al mundo bajo partida 080610 en metabuscador</i>	29
Figura 8	<i>Procedimiento realizado para la recolección de datos</i>	30
Figura 9	<i>Participación en valor FOB promedio de las exportaciones hacia Estados Unidos de los países seleccionados de la subpartida arancelaria 080610 entre los años 2012 - 2021</i> ...	37
Figura 10	<i>Participación en valor FOB promedio de las exportaciones hacia Países Bajos de los países seleccionados de la subpartida arancelaria 080610 entre los años 2012 -2021</i>	38
Figura 11	<i>Participación en valor FOB promedio de las exportaciones hacia Alemania de los países seleccionados de la subpartida arancelaria 080610 entre los años 2012 -2021</i>	39
Figura 12	<i>Participación en valor FOB promedio de las exportaciones hacia Reino Unido de los países seleccionados de la subpartida arancelaria 080610 entre los años 2012 -2021</i> ...	42
Figura 13	<i>Índice de inserción por país hacia el mercado de Estados Unidos</i>	54
Figura 14	<i>Índice de inserción por país hacia el mercado de Países Bajos</i>	56
Figura 15	<i>Índice de inserción por país hacia el mercado de Alemania</i>	59
Figura 16	<i>Índice de inserción por país hacia el mercado de Reino Unido.</i>	61

Resumen

La presente investigación titulada Inserción al Mercado Internacional de la Uva Fresca Peruana entre los años 2012-2021. Un Análisis Descriptivo del Posicionamiento y Eficiencia, se llevó a cabo en el departamento de Junín, en el último trimestre del año 2022, utilizando la data disponible entre el periodo 2012-2021 para el análisis correspondiente. El problema general que se traza en el presente estudio es calcular el índice de inserción de la uva fresca peruana en la oferta internacional en el periodo mencionado, para ello, la investigación tuvo como base primordial la teoría de Fajnzylber, precisamente en el índice de inserción como modo de medir la competitividad de un país en un mercado definido; para su desarrollo se empleó el enfoque cuantitativo mediante el análisis documental; de acuerdo con la recopilación de información la población estudiada se halló constituida por países que abarcan datos de exportación en valor FOB y cantidad dentro de los diez años bajo estudio para el producto integrado por la subpartida arancelaria: 080610 conseguida de la plataforma *Trade Map*; para recabar la información se empleó los indicadores utilizando el método: *ex-post*, usando datos pasados; a los países conseguidos se les separo en dos grupos vinculados entre sí; países denominados como mercado y competidores, para el análisis de la data se hizo uso del programa Excel profesional 2019, el cual obtuvo resultado para el producto peruano, arrojando así un dinamismo promedio positivo de 0.16517 y una participación positiva de 0.14826 considerando a los cuatro principales mercados destino. La investigación concluye que cuando el producto alcance un mayor nivel de posicionamiento y eficiencia, podrá mantener los mercados existentes o ingresar a nuevos, haciéndolo más rentable y sostenible para los productores y exportadores peruanos del producto bajo subpartida arancelaria 080610, y así superar las barreras de capacidad que limitan el crecimiento en los mercados ya dominados.

Palabras Clave: Posicionamiento, eficiencia, tipo de inserción, mercados destino.

Abstract

The present investigation entitled insertion into the International Market of the Peruvian Fresh Grape between the years 2012-2021. A Descriptive Analysis of Positioning and Efficiency was conducted in the department of Junín, in the last quarter of 2022, using the data available between the period 2012-2021. The general purpose of this study is to calculate the insertion index of fresh Peruvian grapes in the international supply in the mentioned period, for this, the research was based primarily on Fajnzylber's theory, precisely on the insertion index as a way of measuring the competitiveness of a country in a defined market, for its development its use the qualitative approach through documentary analysis; According to the collection of information, the studied population was found to be made up of countries that include export data in FOB value and quantity within the ten years under study for the product integrated by the tariff subheading: 080610 obtained from the Trade Map platform; To collect the information, the indicators were used using the method: ex-post, using past data, the countries obtained were separated into two groups linked to each other; countries named as market and competitors, for the analysis of the data the professional Excel 2019 program was used, which obtained results for the Peruvian product, thus yielding a positive average dynamism of 0.16517 and a positive participation of 0.14826 considering the four main destination markets. The investigation concludes that when the product reaches a higher level of positioning and efficiency, it will be able to maintain existing markets or enter new ones, making it more profitable and sustainable for Peruvian producers and exporters of the product under tariff subheading 080610, and thus overcome the barriers of capacity that limit growth in already dominated markets.

Keywords: Positioning, efficiency, type of insertion, target markets.

Introducción

Según el (Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales [CIEN], 2020) el mercado de uvas frescas a nivel mundial mostró un crecimiento de 5.8% respecto al año anterior, ello principalmente por la diversificación de nuevas variedades, mejor calidad y mayor demanda en el exterior. En el 2021 el Perú logró posicionarse como primer exportador mundial de uva fresca, superando así a países que históricamente lideraban el envío de esta fruta, como resultado de este logro, la uva fresca logró posicionarse como principal producto de la canasta agroexportadora peruana.

La exportación de uva fresca peruana viene teniendo una tendencia creciente, lo cual le ha permitido posicionarse en los principales mercados del mundo; este producto fue el principal exportado de las regiones costeñas del Perú, la cual representa el 17% de los envíos del sector, la región sureña de Ica y la norteña Piura enviaron 605 millones de dólares y 488 millones de dólares, respectivamente. Sin embargo, la sobreoferta, los problemas logísticos entre otros viene ocasionando la caída en los precios del producto, debido a la problemática detectada, la presente investigación titulada Inserción al Mercado Internacional de la Uva Fresca Peruana entre los años 2012-2021. Un Análisis Descriptivo del Posicionamiento y Eficiencia. Tuvo como principal objetivo, alcanzar resultados que soporten el índice de inserción de la uva fresca en el mercado internacional a lo largo de los 10 años estudiados. Para ello se evalúa la importancia de vincular el nivel de competitividad del Perú en el mercado global mediante los índices de posicionamiento y eficiencia.

El capítulo I se encarga de explicar el planteamiento del estudio por medio de la delimitación de la investigación, el estudio de la situación problemática que condujo al planteamiento del problema; así mismo, se describen las características del problema; por último, se exponen los objetivos de la investigación, la justificación y se enmarca en una delimitación de espacio, tiempo y concepto.

El capítulo II comprende la explicación del marco teórico que aborda temas de tesis anteriores y artículos científicos nacionales e internacionales, los cuales apoyan al entendimiento de la investigación, a su vez comprende las bases teóricas para el entendimiento del lector.

El capítulo III comprende la explicación de la Hipótesis y Variables para una comprensión correcta de lo que se busca estudiar.

El capítulo IV explica los aspectos metodológicos fundamentales, entre ellas las técnicas de producción y métodos empleados, la configuración de la investigación, diseño y población y muestra del estudio.

El capítulo V muestra la descripción del trabajo de campo, así como la explicación de los resultados obtenidos, asimismo, posterior a ello se presenta las conclusiones y recomendaciones.

Capítulo I: Planteamiento Del Estudio

Tal como lo menciona Arias (2012) el planteamiento del estudio radica en describir, explicar y exponer de forma extensa la situación estudiada, situándola en un contexto que permita entender el punto de partida, relaciones e incógnitas por responder; por ello, el presente capítulo se encarga de abordar temas como la delimitación de la investigación, el cual delimita los alcances y límites referente a lo que se desea estudiar; el planteamiento del problema, donde se explica la problemática a investigar; la formulación del problema, en ella se expone el problema general así como los problemas específicos, los cuales se pretenden analizar en la investigación, así mismo, el objetivo de la investigación, la cual expresa lo que se desea conseguir con el estudio, finalmente la justificación de la investigación, para mostrar las razones relevantes sobre la importancia de la investigación.

1.1. Delimitación de la Investigación

Sabino (1992) menciona que una investigación debe delimitar el tema a indagar, pues ello permite enfocarse en términos concretos, precisar sus alcances y establecer sus límites. A continuación, se exponen los escenarios necesarios para la presente investigación en el ámbito espacial, temporal y conceptual.

1.1.1. Espacial.

Alfaro (2012) menciona que es de vital importancia que toda investigación cuente con una delimitación espacial; todo ello con la finalidad de ubicar, reducir y precisar el problema en una realidad concreta. Por consiguiente, el presente estudio se delimita en el territorio peruano, concretamente en la producción nacional de uvas frescas peruanas bajo la subpartida arancelaria 080610, con enfoque internacional por el análisis de la relación mercantil con los diversos países estudiados.

1.1.2. Temporal.

Según Moreno (2018) la delimitación temporal radica en el estudio de los fenómenos seleccionados, únicamente dentro de un periodo de tiempo, para eso se precisa el tiempo al que se refiere el estudio, en otras palabras, se indica el rango de tiempo de la procedencia de los datos. Por ello, la investigación se delimitó temporalmente durante el periodo del último trimestre del año 2022. Durante este tiempo se investigó y recabó información precisa para la investigación; cabe recalcar que la data analizada corresponde a las circunstancias que han rodeado la producción de la uva fresca peruana entre los años 2012 – 2021.

1.1.3. Conceptual.

La delimitación conceptual consiste en organizar en secuencia lógica y deductiva los primordiales temas estudiados, los cuales circunscriben las variables del problema de la investigación (Alfaro, 2012); es decir, contar con una visión amplia de las categorías propias estudiadas, así mismo, indagar los conceptos que serán objeto de estudio. El desarrollo de la presente investigación se fundamentó en el estudio de Schwartz et al. (2007), el cual en función del Indicador Fajnzylber, alcanzó hallar la valoración de la competitividad en el mercado internacional de la cereza chilena, contando al índice de inserción como un pilar fundamental de su estudio, presentando la manera de alcanzarlo al cruzar los resultados de los indicadores de posicionamiento y eficiencia en un plano cartesiano que contiene 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.

1.2. Planteamiento del Problema

Según el Banco Mundial (2018) el potencial del sector agrícola peruano es enorme, ya que se ubica entre los cinco primeros países con una mayor diversidad, del mismo modo esta industria es y seguirá siendo un pilar fundamental a la economía del país. A pesar del desempeño alto dentro la región, Perú continúa atrasado en comparación de países

industrializados y es ahí donde se implanta la frontera tecnológica; de ello se desprende que es inevitable incidir en el estudio para aumentar la productividad y competitividad de los productos con potencial exportador del sector. Este sector cuenta con diversos productos con potencial exportador, como la palta, quinua, espárragos, a su vez, encontramos a la uva.

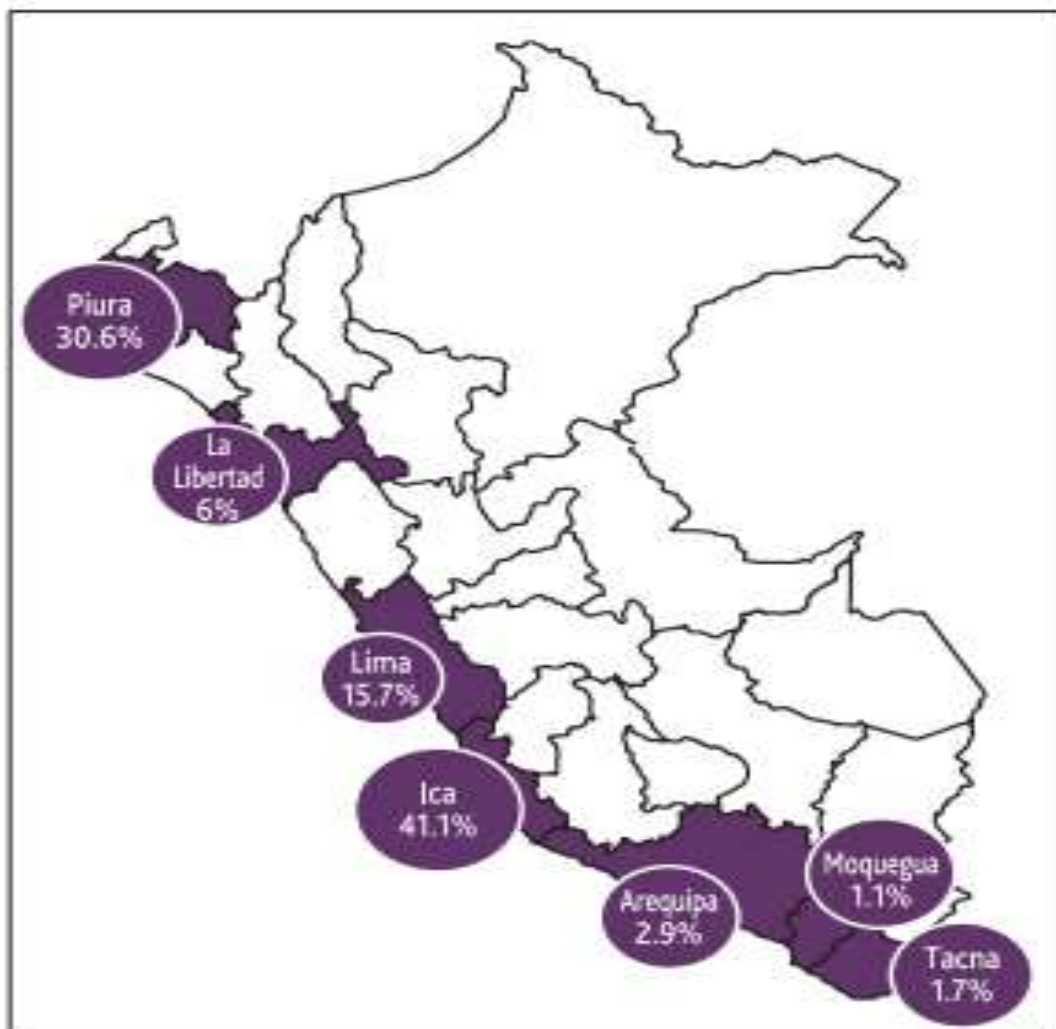


Figura 1 Principales Nodos de Producción Nacional de Uva en TM, campaña 2013-2014
Nota. El gráfico representa los lugares de producción de uva. Tomado de Mincetur, 2018.

La uva [nombre científico: *Vitis Viniferaes*, es una fruta que crece en racimos apretados, su pulpa es blanca o púrpura y de sabor dulce; de igual manera es uno de los productos con mayor demanda en el exterior, que viene desarrollando un buen posicionamiento en los mercados mundiales más notables, este buen desempeño, coloco a la uva como el primordial producto de la canasta de frutas y hortalizas del Perú por cuarto año consecutivo en el 2019,

con una participación del 15.2% (Corvera, 2020). Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2018) la uva fresca es uno de los primordiales productos nacionales exportados, comprendiendo así más del 10% del total de exportaciones del Perú, la mayor producción se registra en las zonas de Ica, Pisco y Chincha, su producción estuvo cerca de las 170000 toneladas en la campaña 2013 – 2014, lo que abarca más del 40% de la producción nacional; a este le sigue Piura que produce más del 30% de la producción nacional; otras zonas productoras con menor términos en volumen son Cañete, La Libertad, Arequipa, Tacna y Moquegua.



Figura 2. Variedades de uvas sin semilla del Perú

Nota. El gráfico muestra las variedades y características de las uvas peruanas. Tomado de San Miguel, 2019.

La uva es la segunda fruta más comercializada a nivel internacional, detrás del banano; a partir del 2015 las importaciones de uvas frescas en el comercio mundial han presentado un aumento sostenido de 5% en promedio cada año, hasta sobrepasar los US\$ 10.000 millones en el periodo 2021. En este marco, el Perú en 2021 se posicionó como primer exportador mundial de uvas frescas, alcanzado los US\$ 1 373 millones, un aumento del 22% con relación al periodo anterior; incluso durante la pandemia, los envíos mantuvieron una dinámica sólida con un crecimiento de 18% en volumen y 21% en valor; todo ello gracias a una mayor variedad del producto; las variedades de uva fresca sin semilla han mostrado una gran preferencia por parte de los consumidores, factor que ha permitido al Perú ingresar a mercados nuevos. Actualmente, la uva fresca peruana se posiciona como el principal producto de la canasta agroexportadora peruana, es así como el Perú logró ubicarse como el primer proveedor de uva fresca al mercado internacional, superando a Chile y China (Point Andina, 2022).

En la actualidad, Perú cuenta con oportunidades de seguir aumentando sus exportaciones, no obstante, debe prestar especial estudio a la industria, ya que se sigue manifestando muchos desafíos como: (a) Altos costos de producción, (b) problemas logísticos, (c) clima inestable, (d) escasez de mano de obra y (e) la sobreoferta, estos desafíos han presentado una atípica campaña de uva fresca 2020/21, pues a las dificultades por la pandemia del COVID-19 se le agregó el paro agrario, que generó una pérdida aproximada de 2 millones de cajas de uva fresca, la gran demora en los puertos, ha limitado el acceso a los contenedores lo que ha ocasionado retrasos en los envíos, asimismo, el oídio de la vid y el chanchito blanco han provocado un sobre costo en la producción del producto. La gran competencia internacional ha ocasionado que las ventanas comerciales se reduzcan, lo que provoca el deterioro del precio de la uva fresca en el exterior (Yzaga, 2021).

Tomando en cuenta estos precedentes y la apertura económica que requiere la competencia global, es fundamental conocer cómo se viene desarrollando cada país

competidor, puesto que la demanda mundial no deja lugar para frutas de mala calidad. Por ello, la presente investigación desea calcular y describir las alteraciones y el comportamiento del producto bajo subpartida arancelaria 080610 entre los años 2012 y 2021, dentro del mercado internacional por medio de los hallazgos de indicadores de competitividad.

1.3. Formulación del Problema

Según Buendía et al. (1998) se debe definir al máximo el problema para aclarar el qué y el para qué, la pregunta de investigación debe manifestar descripción, asociación o intervención.

1.3.1. Problema General.

¿Cuál es el estado del índice de inserción de la uva fresca peruana en la oferta internacional, concretamente bajo la subpartida arancelaria 080610, entre el periodo 2012-2021?

1.3.2. Problemas Específicos.

- ¿Cuál es el índice de posicionamiento que ha alcanzado la uva fresca peruana, específicamente bajo la subpartida arancelaria 080610, en la oferta internacional entre el periodo 2012-2021?
- ¿Cuál es el índice de eficiencia que ha alcanzado la uva fresca peruana, específicamente bajo la subpartida arancelaria 080610, en la oferta internacional entre el periodo 2012-2021?

1.4. Objetivos de la Investigación

A continuación, se exponen los objetivos generales y específicos del estudio.

1.4.1. Objetivos Generales.

Calcular el índice de inserción de la uva fresca peruana en la oferta internacional, específicamente bajo la subpartida arancelaria 080610, entre el periodo 2012-2021

1.4.2. Objetivos Específicos.

- Calcular el índice de posicionamiento que ha alcanzado la uva fresca peruana, específicamente bajo la subpartida arancelaria 080610, en la oferta internacional entre el periodo 2012-2021
- Calcular el índice de eficiencia que ha alcanzado la uva fresca peruana, específicamente bajo la subpartida arancelaria 080610, en la oferta internacional entre el periodo 2012-2021
- Identificar a los principales países importadores de la subpartida arancelaria 080610.

1.5. Justificación de la Investigación

Según Carrasco (2015), todo estudio o trabajo de investigación debe estar justificado, es decir explicar por qué se realizó, al respecto, estas razones se explican a continuación.

1.5.1. Justificación Teórica.

La presente investigación da a conocer el modo de inserción al mercado internacional de la uva fresca peruana por medio de la obtención de los índices de posicionamiento y eficiencia; la indagación se demuestra puesto que dichos índices no han sido estudiados en el plano local ni enfocados al producto seleccionado en el estudio. Por lo que los resultados que se alcancen servirán para aumentar los conocimientos respecto al tema y valdrá como referencia para próximas indagaciones.

1.5.2. Justificación Práctica.

Según el Peruano (2022) Perú se ha posicionado como primer exportador de uvas frescas en el mundo en 2021 alcanzado los US\$ 1,260 millones, un aumento de 22% respecto al año anterior; de este modo Perú supera por primera vez a Chile en la exportación de este producto, la tercera posición fue ocupada por Estados Unidos con un total de US\$782 millones exportados. La producción de uva peruana fue encabezada por Ica y Piura, dichas regiones concentran más del 85% de las exportaciones del país, otras regiones que participaron en el

comercio internacional fueron: Lambayeque, La Libertad y Arequipa. Los logros obtenidos en 2021 son una demostración de la capacidad de adaptación de los exportadores y el potencial del producto peruano. Por lo expuesto, este fruto se coloca como principal producto de la canasta exportadora peruana.

En las dos últimas décadas, el sector agroexportador peruano ha logrado posicionarse como un proveedor a escala mundial de verduras y frutas; la uva, es uno de los productos más competitivo en los mercados del exterior, esta fruta constituye una de las actividades frutícolas más importancia del país, por su expansión y su valor. La producción de uva consigna un aumento de 10.5 % en promedio anual durante el periodo 2005 – 2019, durante el transcurso de estos años, la producción aumento de 170 mil toneladas a 688 mil, en 2017 fue el único año donde la producción se vio frenada por la aparición del Niño Costero, posterior a ello, siguió la creciente. La venta de uva fresca al mercado internacional mostró un aumento del 26.1 % en promedio anual entre los períodos 2005 y 2019; este aumento posiciona a esta fruta como el principal producto en las exportaciones no tradicionales peruanas (Lupú et al., 2020)



Figura 3. Volumen de producción y exportación de uva 2005-2019 miles de toneladas
Nota. El gráfico representa las toneladas de producción y exportación de las uvas peruanas.
Tomado de MINAGRI, BCRP, 2020.

Lupú et al. (2020) menciona que en la actualidad la exportación de uvas frescas tiene probabilidades positivas con base en una mayor preferencia del producto en los mercados de Estados Unidos, Europa y Asia, gracias a la nuevas variedades sin semilla, dichos cultivos se han orientado en variedades licenciadas que cuentan con una mejor adaptación al clima y suelos de las regiones productoras, esta mejora a malgrado mayores rendimientos, resistencia a enfermedades, ciclos productivos más reducidos y aprobación comercial por sus atributos como color, tamaño y sabor.

El Perú evidencia que aun cuenta con un enorme margen para desarrollarse referente al posicionamiento de la uva fresca peruana en el mercado internacional, si bien se cuenta con un buen potencial exportador no se puede dejar de lado el índice de inserción de los países competidores, el cual cambia entre lo positivo y negativo según el espacio temporal que se esté estudiando, esto, impulsa estudiar de manera conjunta el indicador de posicionamiento y eficiencia de la uva fresca peruana en comparación con el resto de los países exportadores. La presente investigación servirá para comprender la ubicación en la que se encuentra la uva fresca peruana en el mercado internacional, por medio de la estimación del índice de inserción, esto con el objetivo de entender la situación de esta fruta al salir al mercado exterior, lo cual posibilitará el entendimiento de las oportunidades que se pueden utilizar por parte de las empresas peruanas exportadoras, asimismo, las debilidades que se deben fortificar en el sector, para así poder saber en qué mercados la uva fresca se encuentra mejor posicionada.

Capítulo II: Marco Teórico

Según Schwarz (2014), el marco teórico es el conocimiento más reciente que existe para solucionar la pregunta de investigación propuesta, y se conforma de todos los estudios y conocimientos más actuales que han expresado una solución al problema de investigación o han colaborado considerablemente con algún aspecto de la solución de este. En este sentido en el presente capítulo se exponen los antecedentes de tesis anteriores y artículos científicos nacionales e internacionales, los cuales apoyan al entendimiento de las categorías a analizar en la investigación, presentando todas las alteraciones de la base teórica que sustenta este estudio. De igual forma, se las bases teóricas con el que se desarrolla y se apoya la presente investigación, a su vez comprende la definición de los términos fundamentales que serán empleados en la realización de la investigación.

2.1. Antecedentes de Investigación

2.1.1. Artículos Científicos.

En Perú, Lazo et al. (2020), elaboraron el artículo titulado, *Competitive Dynamics of Peruvian Grapes in the United States and the Netherlands Markets*, presentado a la revista *Research in World Economy*. El objetivo de la investigación fue estudiar la dinámica competitiva que tuvo la uva fresca peruana durante el periodo 2010 – 2017 en los dos principales países importadores mundiales del producto, Estados Unidos y Holanda. En el estudio se analizaron 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]; la obtención de datos fueron de las bases *de Trade Map* y *Food and Agriculture Organization of the United Nations* [FAOSTAT], de estas fuentes se obtuvieron datos históricos sobre la producción, cantidad comercial exportada e importada y tendencias de crecimiento de los países analizados. Finalmente, los resultados del artículo

manifiestan que la uva fresca peruana ha tenido un crecimiento positivo en sus exportaciones al mundo; con respecto a los dos países analizados en el estudio, Sudáfrica se muestra como el principal competidor directo de Perú, por otro lado, Chile, competidor que presenta gran volumen de participación ha ido perdiendo competitividad en los años estudiados, de igual forma, se halló la aparición de nuevos competidores, por lo que esta aconseja incrementar la producción por hectárea en volumen sembrado así como calidad de la uva teniendo en cuenta las necesidades de los mercados para así aportar mayor eficiencia y posicionamiento. El mencionado artículo tiene importancia en la presente investigación por su similitud en los objetivos, de misma forma, ha sido útil para la selección del producto ya que la uva fresca para el periodo estudiado se ha posicionado como primer producto agroexportador. Asimismo, tiene aportación temporal, puesto que es el artículo más reciente sobre el análisis de posicionamiento y eficiencia.

En Argentina, Cristiano y Orazi (2020), elaboraron el artículo científico titulado Análisis de la competitividad del sector productor de peras y manzanas de Argentina presentado a la revista Cuyonomics, el cual tuvo como objetivo principal analizar algunos aspectos relacionados con la competitividad del sector productor de frutas de Argentina durante el periodo 2000 -2018. Para el desenvolvimiento de la investigación se usaron indicadores de competitividad como: (a) Tasa de penetración en los mercados mundiales [TPMM], (b) tasa de penetración de las importaciones [TPM], (c) tasa de exposición a la competencia externa [TE] y (d) índices de posicionamiento [Eficiencia y Posicionamiento], esta última considerada mediante la metodología del indicador Fajnzylber por Schwartz y Cabezas (2007), en el cual por medio de una matriz se pudo colocar el modo en el que se ubica cada producto estudiado. Para el análisis de los indicadores se utilizaron datos de exportación nacional y de importaciones nacionales y mundiales, lo cuales fueron extraídos de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO]. En síntesis, el estudio logró

hallar el índice de competitividad del sector productor de peras y manzanas obteniendo como principales conclusiones las siguientes: el sector mantiene una participación estable, es decir, que en el transcurso de los años ha conservado los mercados en el exterior; el porcentaje es mayor para la pera, pues se encuentra entre el 15% y 19%; la manzana mostro un porcentaje inferior, de 1% y 5%, si bien las estimaciones no son significativas, el sector conserva su competitividad, ello gracias a la (a) calidad, (b) tecnología y (c) sanidad; sin embargo, las políticas inciertas, la falta de proyectos y programas regionales arremeten contra la conservación de la producción y de un sector que lucha por ser cada vez más eficiente, no obstante, se reconoce la necesidad de proyectar métodos que permitan la penetración de las manzanas y peras en el exterior en una mayor proporción.

En Ecuador, Camino et al. (2016) desarrollaron la investigación titulada Posicionamiento y eficiencia del banano, cacao y flores del Ecuador en el mercado mundial presentado a la revista Ciencia Unemi. El artículo propone evaluar el posicionamiento y eficiencia de estos tres productos en el mercado internacional en el periodo 2010 – 2014. *Trade Map* fue la plataforma principal para el desenvolvimiento del estudio, pues permitió la obtención de datos referente a la demanda internacional, desempeño exportador y flujos comerciales mensuales, trimestrales y anuales; posteriormente, se evaluó la inserción de los tres productos anteriormente mencionados en el mercado mundial con el indicador Fanjzylver, el cual por medio de un cuadrante permite identificar el modo de inserción en el que se sitúa cada producto. Finalmente, el estudio pudo hallar el índice de inserción de los productos analizados, teniendo como principales resultados las siguientes: el banano ha sufrido una pérdida de eficiencia en el mercado internacional, lo cual lo sitúa en el cuadrante de oportunidades perdidas; por su parte el cacao, se ubica con valores positivos en posicionamiento y eficiencia, específicamente de un 13.8 % y 8.6% respectivamente, lo cual lo ubica en el cuadrante óptimo, por último, las flores ecuatorianas muestran una postura

parecida al del banano, con la diferencia de que estas se ubican casi al límite del cuadrante óptima, ello debido al incremento de su participación en el exterior de forma muy lenta y muy pequeña. El mencionado artículo tiene importancia en la presente investigación ya que orienta al establecimiento de objetivos, asimismo ofrece información que servirá de base para la elaboración de la presente investigación.

En Chile, Schwartz et al. (2007) desarrollaron la investigación titulada Indicadores de competitividad de la industria exportadora Chilena de Palta [Aguacate], el objetivo del estudio fue evaluar la competitividad del negocio exportador de palta entre los años 2000 y 2004, el estudio analizó a 20 países con los cuales se efectuaron la comparativa necesaria; para conseguir los datos se usó la plataforma FAOSTAT, base estadística más completa del mundo sobre agricultura. La investigación analizó los siguientes indicadores de competitividad: (a) Balanza Comercial Relativa, (b) Índice de Tranzabilidad, (c) Grado de Apertura Exportadora, (d) Penetración de las Importaciones y (e) La Inserción al Mercado Internacional, esta última se halló mediante el Posicionamiento y la Eficiencia, fórmulas que siguen la metodología de Schwartz y Cabezas (2007). Finalmente, los resultados arrojan que Chile en gran medida es competitivo en el sector exportador de palta; en los años estudiados se coloca como un exportador neto con un volumen exportado de 1.7 veces su consumo aparente, asimismo, Chile es capaz de cubrir su consumo nacional y además luchar en el mercado internacional; con respecto al indicador de importaciones se concluye que las importaciones de palta de Chile son escasas, lo cual encaja con su calificativo de exportador neto, en el indicador de inserción al mercado muestra un modo de inserción positiva, puesto que su eficiencia y posicionamiento obtuvieron un resultado mayor a cero, todos estos indicadores demuestran que las capacidades competitivas son superiores a las de sus competidores, incluso al primordial exportador mundial [México]. El mencionado artículo tiene importancia en la investigación, puesto que proporciona un panorama total sobre la competitividad entre países, presentado diversos

indicadores, asimismo, la importancia que le da al índice de inserción para estudiar correctamente la competitividad de un producto en el mercado global.

En Chile, Schwartz et al. (2007) desarrollo el artículo titulado Estimación de la competitividad en el comercio mundial de la cereza; en el cual se analizó la competitividad de la industria de la cereza fresca chilena en los años 2000 y 2004; para el desarrollo del estudio se eligieron 13 países competidores con los cuales se efectuará el análisis conjunto que permitirá hallar la competitividad del producto chileno frente a sus rivales, para el análisis se emplearon seis indicadores planteados 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], los resultados de estos indicadores permitió a los autores estudiar la competitividad de la cereza chilena en el mercado mundial, al mismo tiempo conseguir la situación de los demás países competidores con el objetivo de tener una comparación más objetiva. La investigación alcanzó los objetivos primordiales planteados, consiguiendo como primordiales resultados: que el producto chileno analizado alcanzó una inserción positiva en el mercado y un aumento elevado en su nivel de competitividad, asimismo se le agrega que ninguno de los competidores analizados mostró un resultado vulnerable; en cuanto al resto de indicadores se obtuvo un resultado positivo, sin embargo los resultados deben ser completados con diversas variables como el costo de la fuerza laboral, costos logísticos, tarifa de cambio y otros. El mencionado artículo es valioso para el desarrollo del presente estudio no solo por la averiguación mostrada, la cual explica la interpretación de bases teóricas necesarias para la investigación, sino por tener como autor a Marco Schwartz, quien en estudios previos pudo alterar los modelos para así hallar estos indicadores, los cuales serán de gran importancia en el desarrollo de la investigación.

2.1.2. Tesis Nacionales e Internacionales.

En Chile, Mckenzie (2012) realizó una tesis titulada Análisis de Competitividad de Cerezas Frescas de Exportación Chilena en la Universidad de Chile, siendo el objetivo de la investigación analizar la competitividad de las cerezas frescas chilenas de exportación en el mercado mundial y como objetivos específicos el estudio de los factores determinantes de la competitividad entre los años 2006-2011, para el desarrollo de la investigación se empleó como sustento los siguientes indicadores de competitividad: (a) Balanza Comercial Relativa [BCR], (b) Transabilidad [T], (c) Grado de Apertura Exportadora, (d) Indicador de Especialización [IE] y (e) Matriz de Inserción al Mercado Internacional [MI]; la información necesaria para el análisis de indicadores se obtuvo de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias [ODEPA], ProChile, *Food and Agriculture Organization of the United Nations* [FAO] y Trade Map. En resumen, se pudo determinar que Chile en efecto es competitivo en la exportación de cerezas frescas, calificándolo como un exportador neto y con amplias ventajas para lograr posicionarse en nuevos mercados mundiales, dicha ventaja viene acompañada a su liderazgo en exportación en el hemisferio sur, puesto que no se visualiza otro competidor en estas latitudes que cuenten con el volumen y calidad necesaria para que pueda competir con la cereza chilena. A pesar de las aptitudes competitivas que Chile muestra frente a sus competidores, aún se encuentran desafíos como la capacitación de la fuerza laboral para la mejora de los cultivos, perfeccionamiento de la cadena de frío, el trabajo sobre nuevas variedades y la novedad respecto al envase y embalaje, de alcanzar lo mencionado, Chile podrá brindar un producto de alta calidad suficiente para satisfacer las necesidades de los consumidores y diversificar sus mercados destino en el mediano plazo. Esta investigación tiene importancia como apoyo de indagación y guía en el desenvolvimiento de la presente investigación, pues presenta la importancia de entender la situación en la que se ubica la competitividad de los productos en los países destino.

En Perú, Balbín (2016) desarrolló una tesis titulada Competitividad de la oferta exportable de la Palta Hass [nombre científico: *Persea americana Mill*] en el mercado de Estados Unidos, en la Universidad Nacional Agraria la Molina, siendo el objetivo de la investigación analizar la oferta exportable de la Palta Hass peruana, asimismo, analizar las particularidades del mercado de Estados Unidos de América, su nivel de competitividad en el mercado internacional en comparación con México y Chile con datos abarcados entre los años 2004 y 2014, para ello se estudió la evaluación del proceso de generación de valor, cadena de valor y las cinco fuerzas de Porter. Para la evaluación del mercado Estadounidense se abarcó las características geográficas, psicográficas y conductuales del mercado, a ello se agregó los requisitos de exportación a USA; para ubicar el valor de competitividad de Perú en el mercado internacional se hizo uso del indicador de Ventaja Comparativa Revelada [VCR], haciendo una comparación con el mercado de México y Chile, en tal indicador se mostró una dificultad de límites a los valores, el cual fue resuelto hallando el indicador de Ventaja Comparativa Revelada Simétrica [VCRS], el modelo propuesta por Laursen (1988); del mismo modo usaron otros indicadores asociados con la ventaja competitiva, como el índice de inserción. La presente investigación determinó que Perú muestra una mayor ventaja comparativa en comparación a Chile y México, de modo que los niveles de competitividad en el mercado internacional del producto estudiado son mayores, esto confirma que Perú cuenta con excelentes ventajas para satisfacer el territorio de Estados Unidos; asimismo se cuenta con un crecimiento anual del índice de inserción al mercado exterior con un 25 % de posicionamiento y 4.1 % de eficiencia, dichas cifras posicionan al Perú con una inserción positiva, por su parte Chile y México no han tenido resultados positivos, pues según los resultados muestran una inserción en oportunidades perdidas. La menciona investigación tiene consideración en la presente investigación primordialmente en la cercanía de esta en asuntos territoriales, asimismo, por ser la primera

investigación en estudiar un producto agrícola peruano con fundamentos teóricos de competitividad en el comercio internacional.

2.2. Bases Teóricas

Los subíndices que conforman el índice de inserción, fue presentado por Fajnzylber (1988), de manera general con el tema amplio de la competitividad, en su estudio titulado *Competitividad Internacional: evolución y lecciones*; el mencionado estudio incluye el tema de inserción global de los grandes países industrializados, en el cual se buscaba conocer la competitividad internacional de los países analizando siete indicadores, entre ellos, la dinámica relativa de las exportaciones y los cambios en la productividad durante 20 años. Años después, Fajnzylber en cooperación con Ousméne J. Mandeng cambiaron la matriz de competitividad previamente gestada por Gluck (1985) en su publicación titulada: *A fresh look at strategic management*, para situar 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 efectuó el cruce de los subíndices posicionamiento y eficiencia, del indicador de inserción internacional, las cuales son consideradas fundamentales al momento de estudiar la competitividad internacional de un producto (Fajnzylber, 1991).

En esta investigación, la inserción al mercado es entendida como el grado de dinamismo de las exportaciones de uva fresca en relación con los mercados del producto, también la relación con los competidores en términos de su capacidad para crecer o mantener la participación en dicho mercado (Fajnzylber, 1991). El índice de inserción de la uva fresca en el mercado se puede estudiar mediante indicadores *ex-post*, que usa información obtenida en años anteriores al fenómeno estudiado. A lo largo de los años, la teoría de la inserción como medición de la competitividad ha sido adoptada por varios investigadores, de este modo el indicador *Fajnzylber* en un estudio elaborado por Schwartz mostró una variación en la definición de los términos según su ubicación en el plano cartesiano, llamándolos modos de

inserción según los valores obtenidos, del mismo modo, implantó las fórmulas especiales para hallar los subíndices posicionamiento y eficiencia (Schwartz et al., 2007). Posteriormente, se realizaron una serie de estudios de competitividad internacional, que consistieron principalmente en hallar el índice de inserción basados en los autores mencionados. Los siguientes indicadores se utilizaron para el análisis en el estudio: (a) posicionamiento, y (b) eficiencia (Schwartz et al., 2007).

Posicionamiento (Po).

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

Eficiencia (Ef).

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

Donde:

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

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

Un análisis agrupado de los indicadores de posicionamiento y eficiencia de los valores obtenidos permite comprender como se inserta el producto al mercado internacional. El indicador puede resultar positivo o negativo según haya disminución o aumento de las exportaciones en el año y las participaciones en ellas. Las diversas posiciones conseguidas en un periodo definido son clasificados en cuatro modos (Schwartz et al., 2007).

- Modo de inserción al mercado positivo: cuando los dos indicadores logran resultados positivos.
- Modo de inserción con oportunidades perdidas: cuando el resultado de posicionamiento resulta positivo y el de eficiencia negativo.

- Modo de inserción con vulnerabilidad: cuando el valor de posicionamiento es negativo y el de eficiencia es positivo.
- Modo de inserción en retirada: cuando los dos indicadores tienen resultados negativos.

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

Figura 4. Modos de inserción de un producto en el comercio internacional

Nota. La gráfica representa el cuadrante de inserción de un producto en un determinado país. Tomado de la investigación de Fajnzylber, 1991 y Schwartz et al., 2007.

2.3. Definición de Términos Básicos

Posicionamiento (Po): Se refiere a la posición que toma un producto o marca, según las apreciaciones de los clientes finales, en relación con otros productos o marcas del mercado; se mide por la tasa de crecimiento promedio anual (TCA) de las exportaciones del producto en estudio. (Schwartz et al., 2007).

Eficiencia (Ef): Se refiere a la capacidad de utilizar la menor cantidad de recursos para lograr un objetivo o lograr mejores resultados; se mide por la TCA de la participación de las exportaciones mundiales del producto en estudio. (Schwartz et al., 2007).

Inserción Internacional: Se refiere a un conjunto de indicadores que evalúan el desempeño del comercio y los flujos de capital entre un país y el resto del mundo: al mismo tiempo, también reflejan el grado de internacionalización de una economía. Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC, 2022).

Competitividad: Mathews (2009) llega a la conclusión que la competitividad es el talento que posee una empresa, pública o privada, con o sin fines de lucro, de alcanzar y preservar capacidades que le ayuden a fortalecer y aumentar su posición en el mercado en el que se desarrolla.

Exportación: Según la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT, 2013), es un régimen aduanero que autoriza el despacho legal de las mercaderías nacionales, con el fin de ser usadas o consumidas en el exterior.

Importación: Según Mones (2023) la importación es el traslado legal de bienes desde el país de origen al país de importación, principalmente para satisfacer el consumo que a veces no está disponible con los propios recursos del país.

Capítulo III: Hipótesis y Variables

3.1. Hipótesis

De acuerdo con Hernández et al. (2014) no todas las investigaciones cuantitativas llevan hipótesis, esto se debe a que solamente aquellas investigaciones de alcance correlacional y explicativas están obligadas a tenerlo, puesto que el presente estudio es una investigación descriptiva, no propone una hipótesis específica ni general.

3.2. Identificación de Variables

La variable en estudio está compuesta por cuatro modos, que fueron explicados en la teoría.

- Modo de inserción con vulnerabilidad: Se logra al tener alta eficiencia y desfavorable posicionamiento.
- Modo de inserción en retirada; Se logra al tener baja eficiencia y un posicionamiento desfavorable.
- Modo de inserción al mercado positivo: Se logra al tener alta eficiencia y favorable posicionamiento.
- Modo de inserción con oportunidades perdidas: Se logra al tener baja eficiencia y favorable posicionamiento.

3.3. Operacionalización de Variables

3.3.1. Posicionamiento

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

donde:

p = comprende 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.

3.3.2. Eficiencia

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

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_p^a = representa las exportaciones del país en estudio al país en comparación en el año inicial del periodo.

X_p^b = 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.

Capítulo IV: Metodología

En el presente capítulo se expondrá el enfoque de la investigación, asimismo, se presentará el tipo de investigación, caracterizada por ser descriptiva; el método de la investigación, mostrando el método científico; la selección de la población explicando el por qué y cómo fueron elegidos y por último las técnicas de producción y análisis de información, las cuales se aplicará en el proceso de la investigación para poder alcanzar el resultado.

4.1. Enfoque de la investigación

Hernández et al. (2014) mencionan que el enfoque cuantitativo está destinado a explicar, describir, confirmar, generar y demostrar teorías. Por eso, los datos son recogidos mediante instrumentos estandarizados validados para probar su confiabilidad.

Según Alan y Cortez (2017) el objetivo de la investigación cuantitativa es la adquisición de conocimientos primordiales y la selección del modelo más adecuado lo que permite una comprensión más objetiva de la realidad, puesto que los datos se recogen y analizan utilizando conceptos y variables medibles. La presente investigación pertenece a un enfoque cuantitativo, pues el proceso a desarrollar se basa en el uso de los números para analizar, indagar y verificar tanto información como datos, además, este enfoque, se centra en reunir y generalizar los datos numéricos entre poblaciones o explicar fenómenos específicos.

4.2. Tipo de investigación

Ñaupas et al., (2014), mencionan que la investigación de tipo básica se orienta a alcanzar un nuevo entendimiento de modo sistemático, caracterizado porque surge y permanece dentro de un marco teórico, con el singular fin de aumentar el conocimiento de una realidad concreta. Asimismo, Narváez (2023) menciona que la investigación básica es utilizada en la ciencia para entender y amplificar el conocimiento de un fenómeno o campo en particular; su fin es generar data para confirmar o refutar la tesis inicial de estudio. Por lo expuesto la presente investigación es de tipo básico, puesto que el estudio no se centra en la aplicación

práctica de los resultados sino en ampliar el conocimiento de inserción de la uva fresca peruana en el mercado internacional.

4.3. Nivel de investigación

Arias y Fidias (1999) mencionan que los estudios descriptivos miden de forma particular las variables y aunque no se expongan hipótesis, las variables son consideradas y citadas en los objetivos de la investigación.

Según Hernández et al., (2014), el estudio descriptivo se utiliza para reunir y explicar las características y singularidad de cualquier situación, fenómeno y objeto investigado, es decir, buscan específicamente recoger data sobre las variables objeto de estudio de forma independiente o combinada, en ese sentido no se centra en explicar sus interrelaciones. La presente investigación presenta un nivel descriptivo, puesto que se busca llegar a conocer la situación predominante por medio de la descripción precisa y sin alteraciones la inserción internacional de la uva fresca peruana.

4.4. Métodos de investigación

Según Bernal (2010), el método científico es una herramienta de investigación, cuyo fin es solucionar las cuestiones planteadas en un trabajo sistemático, el cual apoyándose de instrumentos y métodos necesarios busca solucionar un problema o conjunto de problemas de investigación. Por su parte, Hernández et al. (2014) mencionan, el método científico incluye la implementación de etapas sucesivas las cuales deben realizarse para obtener un conocimiento valido desde un punto de vista científico, utilizando herramientas confiables para garantizar la objetividad del estudio. Por lo expuesto anteriormente, la presente investigación utilizará el método científico, ya que existirá un proceso orientado a conocer la inserción internacional, lo cual será favorable para conocer las estrategias a utilizar para seguir siendo competitivos en el mercado internacional.

Bernal (2010) menciona que el método analítico es el proceso cognitivo que consiste en dividir el objeto de análisis, aislar cada parte del todo y estudiarlas por separado; el presente estudio presenta un método analítico pues se busca estudiar y entender el posicionamiento y eficiencia para así poder entender a profundidad la inserción de la uva fresca peruana fresca peruana en el mercado global.

4.5. Diseño de investigación

Según Hernández et al. (2010) se conoce como investigación no experimental a la evaluación de la realidad tal como sucede, sin modificarla y sin continuar realizando correcciones de interés para los investigadores. En otras palabras, en cualquier caso, no debe considerarse un estudio de manipulación de la realidad, sino un método de estudio para observar la realidad, el más importante de los cuales es que los expertos no hacen ningún cambio. La presente investigación presenta un diseño no experimental puesto que la variable inserción no sufrió ningún cambio y solo se reunió data tal y como se mostraba en los buscadores.

Según Ortega (2022), un estudio longitudinal es un tipo de estudio observacional que recopila data cuantitativa y cualitativa e implica el seguimiento de sujetos específicos durante un largo periodo de tiempo, a través de mediciones secuenciales o repetidas. La presente investigación muestra un diseño longitudinal, puesto que se recaba información de los últimos diez años.

4.6. Población y muestra

Galindo (2022), menciona que la población suele ser una gran colección de personas u objetos con características similares que son el foco primordial de un estudio. El presente estudio tiene como población a los países que han exportado e importado uvas frescas en el transcurso de los años analizados.

Según Ñaupas et al., (2014), el muestreo por conveniencia es una técnica de muestreo no probabilístico, dicha técnica es intencional, es decir, los sujetos no son seleccionados al azar sino deliberadamente, puesto que, se selecciona las unidades de muestra en base a criterios personales de calidad y cantidad que se considera esenciales para el buen desarrollo de la investigación. Por ello, en la presente investigación se seleccionará la data conseguida por la plataforma *Trade Map*, de donde se sustraerá a los países que conformen información de exportación en valor FOB dentro del periodo 2012 – 2021, concretamente en el producto señalado como uvas frescas, regida bajo la subpartida arancelaria: 080610. La clasificación de los países pasara por unos filtros extras, dividiéndolos en dos grupos conectados entre sí: países destino [primer grupo] y países competidores [segundo grupo].

El primer grupo estará conformado por todos los países importadores que hayan presentado constancia en las importaciones dentro del período analizado, es decir, todos los países que a lo largo de los años de estudio han mostrado importaciones superiores a los 500 mil miles de USD, posteriormente a ello, se seleccionó a los países importadores que pasaron la valla mencionada del producto de la subpartida arancelaria 080610 y aquellos que mantengan una relación comercial con el Perú, ello con el objetivo de especificar su importancia como mercado en el comercio global del producto y su significancia para el país en estudio.

Referente al segundo grupo, en el presente estudio se les denomina competidores, los cuales se escogerán posteriormente a formación del primer grupo; ante todo, son establecidos por los países que han tenido una constancia en sus exportaciones entre el 2012 – 2021, otra característica de selección fue que los países hayan mostrado un promedio en participación en valor superior al 10 % en los años estudiados en los países mercados; a ello se le agrega las exportaciones peruanas, para así poder tener un diagnóstico conciso entre los países.

4.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Cazares J. (2000) menciona que el análisis documentario depende básicamente de la data recopilada o examinada en la literatura, es decir puede utilizarse como fuente o referencia en cualquier momento o lugar sin cambiar su naturaleza. En la presente investigación se realiza la averiguación de toda información asociada con el índice de inserción de comercio global existente.

Aguiar (2022) menciona que un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso que un investigador puede usar para procesar un fenómeno y extraer información de él. De esta forma, la herramienta simplifica todo el trabajo de investigación. En la presente investigación se utilizará la hoja de sistematización de datos, puesto que en él se recopilará la data de las fuentes consultadas para posteriormente poder analizarlas.

En seguida, se presenta a detalle el proceso para la recolección de datos con los que se trabajará en la presente investigación.

4.7.1. Para la selección de países en estudio



Figura 5. Importaciones mundiales del producto bajo partida 080610 en metabuscador
Nota. La gráfica representa las características seleccionadas por el investigador para la recolección de datos de importación. Tomado de la plataforma Trade Map, 2022.

Como se aprecia en la figura 5, para contar con la data de los valores de importación mundial de la uva fresca se utilizó la plataforma *Trade Map*, en donde como primera acción fue poner la subpartida arancelaria 080610, de esta forma seleccionar el producto en concreto, después se puso como todos en el casillero de países, de esa forma se logró obtener todos los países implicados, en el casillero de otros criterios se puso lo siguiente: (a) Importaciones, el

cual arroja las importaciones de cada país, (b) series de tiempo anuales, el cual muestra la data anualmente, (c) por país, para poder visualizar la data concreta de cada país, (d) valores, para conseguir los valores monetarios de las importaciones y (e) dólar americano, detallando la moneda con la que se solicita la información.



Figura 6. Exportaciones del Perú al mundo bajo partida 080610 en metabuscador Nota. El gráfico representa las características seleccionadas por el investigador para la recolección de datos de exportación. Tomado de la plataforma Trade Map, 2022.

Como se visualiza en la figura 6, para obtener el valor de las exportaciones mundiales del Perú, se utilizó la plataforma Trade Map donde se puso la subpartida arancelaria 080610 referente específicamente a las uvas frescas, seguidamente se puso el nombre del Perú en el cuadro del país, con ello se especifica la información del Perú; en el cuadro socio se puso todos, con el objetivo de conseguir a todos los países relevantes del mundo, en otros criterios se puso lo siguiente: (a) Exportaciones, muestra el número de exportación de Perú a cada país, (b) series de tiempos anuales, el valor mostrado es de cada año, (c) por país, muestra el valor específico para cada país, (d) valor, para obtener el valor de moneda de las importaciones y (e) dólar americano, detallando la moneda con las que se mostrara la información.

4.7.2. Para la selección de países competidores

Como se aprecia en la figura 7, para obtener el valor de importación del país objeto de estudio se hizo uso de la plataforma virtual *Trade Map*, donde en primer lugar se insertó la subpartida arancelaria 080610 correspondiente a uvas frescas, luego, se puso el nombre de los cuatro países destinos, con ello de especifica la data del país en concreto, en el cuadro socio, se coloca todos, con el objetivo de mostrar a todos los países relacionados a estos cuatro países

comercialmente, en otros criterios se puso: (a) Importaciones, con el cual se observa el número de 25 importaciones realizado por el país seleccionado, (b) serie de tiempo anuales, donde se detalla que los valores sean cada año, (c) por país, especifica el valor por cada país, (d) porcentaje en valor, en %, para obtener la participación en valor en porcentaje de cada país.



Figura 7. Exportaciones de países seleccionados al mundo bajo partida 080610 en metabuscador

Nota. El gráfico representa las características configuradas por el investigador para la recolección de datos de las exportaciones de los países competidores. Tomado de la plataforma Trade Map.

Los mencionados procesos de recolección de datos facilitaron la selección de los países participantes en el presente estudio, definiendo así con precisión el alcance del estudio y su relación el Perú.

4.8. Técnicas estadísticas de análisis de datos

Las técnicas estadísticas son descriptivas para esto se emplea lo mencionado en la ecuación 1 y la ecuación 2, con esta información se dará forma gráficamente al mapa de inserción, mostrado en la figura 4.

El procedimiento por seguir será el que se muestre en la siguiente figura.

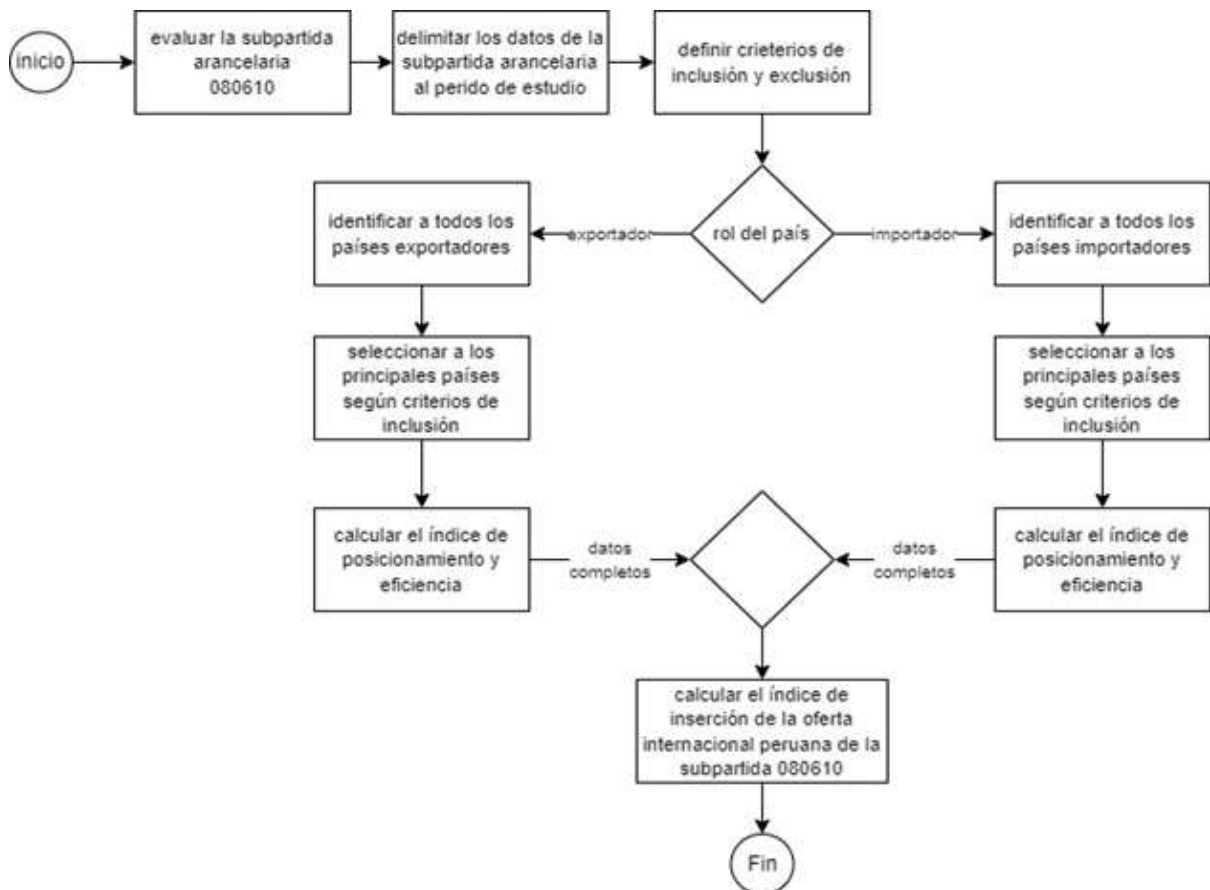


Figura 8. Procedimiento realizado para la recolección de datos

Nota. El gráfico representa los pasos a seguir para poder hallar el índice de inserción de la uva fresca en el mercado internacional.

Capítulo V: Resultados

Según Kiligan (2022) los resultados tienen una participación primordial, puesto que dan una coherencia y solidez al problema del fenómeno estudiado, por ello, en el presente capítulo se presenta los resultados del estudio, descripción del trabajo de campo y análisis y síntesis de los resultados conseguidos, los cuales darán un mejor entendimiento a lo que se pretendía alcanzar al abordar los propósitos generales y específicos.

5.1. Descripción del Trabajo de Campo

Para el análisis de la investigación se siguió el procedimiento mostrado en la figura 8, el cual se llevó a cabo entre el 01 de octubre y el 30 de diciembre del 2022.

Para la elección del producto en estudio se tomó en consideración el dinamismo positivo de este en los últimos diez años y la gran importancia que viene teniendo en la canasta agroexportadora peruana, para ello se consultó información de los registros de exportación y producción elaborados por el Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], asimismo, se consultó un análisis del mercado mundial elaborado el año 2019 por el Ministerio de Agricultura y Riego [MINAGRI].

La elección de los países se llevó a cabo teniendo en cuenta solamente la data estadística recopilada de la plataforma Trade Map y VeryTrade para hallar un contraste preciso de los países relacionados económicamente al Perú, concretamente los datos de exportación e importación de los últimos diez años; la recolección de toda la data se llevó a cabo por el periodo de dos meses, con el fin de lograr alcanzar todo conocimiento relacionado al análisis del estudio, esto comprende la consulta de antecedentes relacionados al producto y al estudio, para lo cual se hizo uso de metabuscadores como Bing, Google, etc.; incorporando buscadores específicos de revistas y bases de datos importantes como Scopus, Redalyc y registros de estudios de universidades del resto del mundo.

5.2. Presentación de Resultados

5.2.1. Selección de países destino

Se puede visualizar en la tabla 1, la primera característica para la elección de los países de estudio; los países a los cuales Perú efectuó exportaciones del producto bajo subpartida arancelaria 080610, de esta manera se destaca el vínculo económico internacional que el Perú tuvo en los últimos 10 años, para la gestación de la tabla se tomó en cuenta a todos los países con los que el Perú tuvo una actividad comercial internacional.

Se puede visualizar en la tabla 2, a los primordiales países importadores del producto bajo subpartida arancelaria 080610 a nivel mundo, para la elección se consideró a los países que a lo largo de los últimos 10 años han mantenido un valor importado superior a los 500 mil de USD en cada año, de esta manera se logra distinguir la importancia como mercado destino.

La tabla 3 fue conseguida gracias a las dos anteriores tablas; en esta tabla se logra visualizar a las importaciones en valor de los países elegidos como mercado, para ello se tomó en consideración algunas características como que existiera una relación en el comercio internacional con el Perú entre los años analizados; asimismo, que correspondan a los principales importadores del mundo en continuidad y en valor monetario, finalmente se considera a 4 países para realizar el análisis.

Tabla 1

Exportaciones del Perú en valor USD del producto bajo subpartida arancelaria 080610 entre los años 2012 - 2021

Importadores	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Est. Uni. Ame	73782	98318	127957	202839	246099	278352	273909	351619	443417	488500
Países Bajos	59266	72539	90947	88731	70600	75841	139478	109587	135281	172764
Hong Kong, China	45426	35987	89317	76823	61457	60590	73527	67313	87863	117379
Reino Unido	29462	36607	51435	45275	34843	36990	55194	47863	54426	66760
México	0	0	695	4218	18359	15442	16351	26677	36410	51631
Corea, República de	9071	12587	16783	21977	15893	17097	20760	21209	18358	40488
China	30116	46876	85886	85502	53089	31107	39210	38943	34704	40125
Canadá	5459	16486	25486	25854	24858	15579	16278	25885	31124	34503
España	8706	7949	6894	5908	4299	9357	15004	17121	29086	34319
Rusia, Federación de	33240	43000	31884	18401	12552	16629	15121	15112	19256	22349
Colombia	11139	8189	15051	10908	11423	11298	12877	14466	16322	19980
Taipéi Chino	3647	5718	6447	6860	5206	6775	6365	5940	10390	14527
Panamá	4599	3767	3745	5660	5299	5999	6388	5688	6324	8798
Costa Rica	778	1050	2029	3227	4779	6548	4794	5730	6953	8667
Portugal	1476	2675	2728	2658	1729	2292	3057	3722	5401	8327
Guatemala	265	95	592	2329	4132	3376	4324	3620	5529	8314
Alemania	1221	237	1835	2786	3782	2923	15013	4628	5546	7440

Nota. Esta tabla muestra las exportaciones del Perú al mundo, con los datos recolectados de la plataforma *Trade Map*.

Tabla 2

Importaciones en valor USD del producto bajo subpartida arancelaria 080610 provenientes del mundo entre los años 2012-2021

Importadores	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Est. Uni. Ame	1203868	1364710	1349047	1526083	1671149	1720208	1746164	1805757	1887761	1981072
Países Bajos	783004	871191	946017	631836	641763	691804	823523	798852	799631	919132
Alemania	629753	699215	726195	679366	686613	729287	757631	680029	805374	779492
Reino Unido	631785	664097	745118	672932	672260	668247	687345	664411	680976	678547
China	383679	514637	603206	586056	628860	589242	586198	643520	642789	535397
Canadá	421194	439850	427399	434602	427870	422294	421262	432654	445217	471793
Hong Kong, China	369872	404246	455873	439513	459945	487757	497028	522651	548004	455958
Rusia,	529671	504727	402685	274755	184646	398400	319827	324003	360625	454837
Indonesia	122686	100889	150650	139436	197000	252039	311480	372594	273268	315271
Francia	232797	232914	233553	210749	213496	235054	221402	185045	219607	253461
Vietnam	30470	39144	41356	39830	46726	58576	77248	102307	94774	246419
Polonia	158461	187695	165424	142865	133463	169949	187356	182795	204068	223259
Emiratos Árabes	78352	95480	97616	111818	96196	90360	71241	62367	70052	213107
Tailandia	104103	111663	114948	137072	148582	169525	150257	145739	147790	177998
Rep. de Corea	138685	176798	189512	201163	145009	150571	171875	202311	183366	172292
España	69825	72413	90394	67723	67313	83561	99975	106588	133028	156644
Filipinas	18900	15961	21857	33343	49769	51299	57648	105070	129193	148144
México	125555	133672	94510	130888	124271	144316	156048	170521	194277	145340
Bélgica	103485	113521	108945	104399	108130	114708	114219	105682	110577	116726

Japón	62974	61660	52207	57611	98705	89134	106360	131012	132210	116283
Bangladesh	3593	3184		26266	15956	17899	29892	84325	130432	113051

Nota. Esta tabla muestra a los países importadores de uva fresca del mundo. Datos recolectados de la plataforma *Trade Map*.

Tabla 3

Importaciones en valor USD de países seleccionados del producto bajo subpartida arancelaria 080610 entre los años 2012-2021

Importadores	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Est. Uni. Ame	1203868	1364710	1349047	1526083	1671149	1720208	1746164	1805757	1887761	1981072
Países Bajos	783004	871191	946017	631836	641763	691804	823523	798852	799631	919132
Alemania	629753	699215	726195	679366	686613	729287	757631	680029	805374	779492
Reino Unido	631785	664097	745118	672932	672260	668247	687345	664411	680976	678547

Nota. Esta tabla muestra a los países seleccionados como mercados destino. Elaboración de tabla por el investigador basado en datos obtenidos de la plataforma *Trade Map*.

Tabla 4

Participación en valor de las importaciones de Estados Unidos del producto bajo subpartida arancelaria 080610 entre los años 2012 - 2021

Exportadores	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Promedio
Chile	58.8	66.5	63.1	62.4	60	51.4	51.7	41.5	37.6	35.7	53
Perú	7.2	6.8	10	14.9	15.3	17.5	23.1	23.4	31.7	31.1	18
México	31.8	25.7	26.6	22.4	24.4	30.4	24.1	33.3	27.9	29.2	28
Brasil	1.7	0.6	0	0.1	0.1	0.4	0.7	1.3	2	2.9	1

Sudáfrica	0	0	0	0	0.1	0.1	0.2	0.1	0.4	0.8	0
España	0	0	0	0	0	0	0.1	0.2	0.2	0.2	0
Rep. Corea	0	0	0.1	0.1	0.1	0	0	0.1	0.1	0.1	0
Italia	0.3	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0	0

Nota. Esta tabla muestra la participación de importaciones de Estados Unidos. Elaboración de tabla por el investigador en base a los datos recolectados de la plataforma *Trade Map*.

Tabla 5

Participación en valor de las importaciones de Países Bajos del producto bajo subpartida arancelaria 080610 entre los años 2012 - 2021

Exportadores	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Promedio
Sudáfrica	31.9	32	32.7	29.2	29.2	32	30.3	30	35	35.1	32
Perú	9	10.4	14.2	16.7	12.9	11.6	17.9	17.7	16.6	20.9	15
India	5.4	7.9	7.7	6.8	13.5	12.7	11.9	14.8	11.7	11.3	10
Chile	20.9	19.6	18.5	14.7	11.3	12.1	11.7	8.6	9.4	6.3	13
Brasil	7.8	6	4.4	4.7	5.7	6.1	5.8	4.1	3.9	6.1	5
Egipto	5	3.8	4.4	6.6	6.6	6.9	5.3	6	5.4	5.5	6
España	2.2	1.7	1.7	2.7	3	3.1	3.5	5	4.7	3.5	3
Alemania	1.6	1.8	2.1	2.6	3.3	3.7	3.3	3.6	3.6	3.4	3

Nota. Esta tabla muestra la participación de importaciones de Países Bajos. Elaboración de tabla por el investigador en base a los datos recolectados de la plataforma *Trade Map*.

5.2.2. Selección de Competidores

En la tabla 4 y detallado en el Apéndice B se puede visualizar la participación en valor de las importaciones realizadas por Estados Unidos del producto bajo subpartida arancelaria 080610 correspondiente a uvas frescas durante los años 2012 – 2021, para la elección de los países se tuvo como principal característica, que cuenten con un promedio mayor al 10% durante los diez años estudiados, en dicha tabla se incorpora los datos del Perú con el objetivo de adquirir los cálculos necesarios para la investigación. Los países seleccionados fueron Chile, Perú y México.

Se puede visualizar en la tabla 5 y detallado en el Apéndice C, a la participación en valor de las importaciones efectuadas por Países Bajos del producto bajo subpartida arancelaria 080610 correspondiente a uvas frescas durante los años 2012 – 2021, tornándose como segundo país en ser elegido como mercado; donde se escogió a los países que obtuvieron un promedio mayor al 10 % durante los últimos 10 años, en la mencionada tabla se consideraron los datos del Perú con el objetivo de alcanzar los cálculos necesarios para la investigación. Los países seleccionados son Sudáfrica, Perú y Chile.

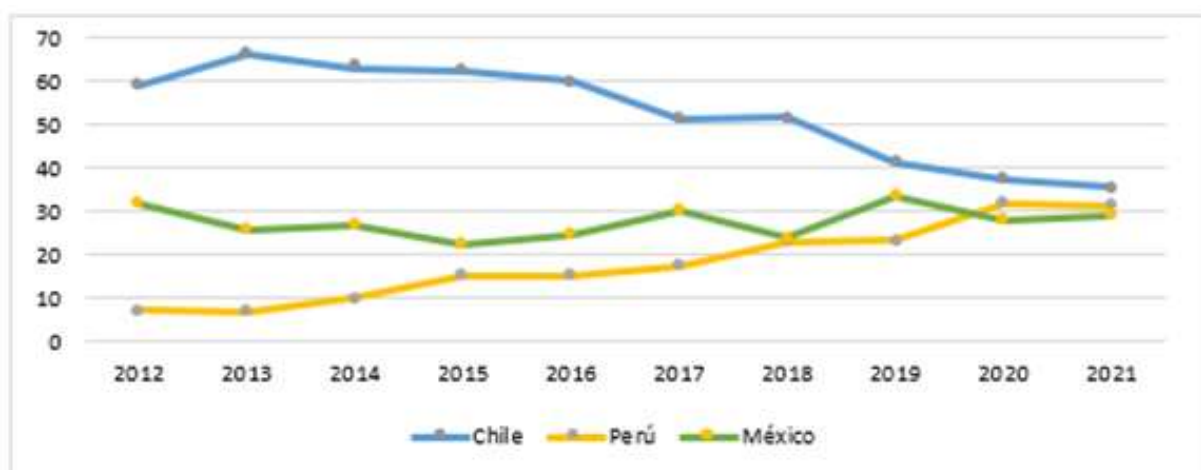


Figura 9. Participación en valor FOB promedio de las exportaciones hacia Estados Unidos de los países seleccionados de la subpartida arancelaria 080610 entre los años 2012 – 2021. Nota. El gráfico representa la tendencia de participación en valor promedio de las exportaciones hacia Estados Unidos. Elaborado a partir de los datos obtenidos en la tabla 4

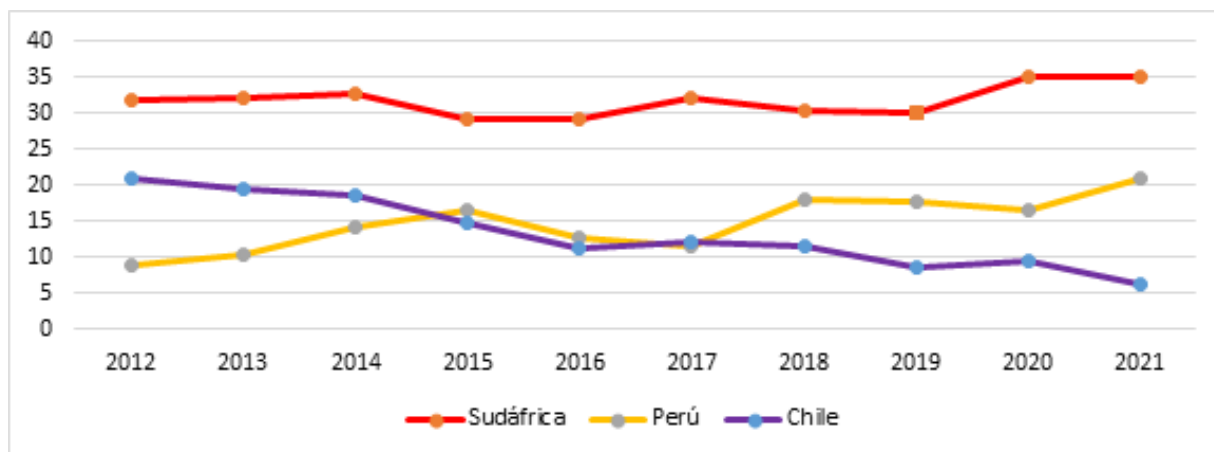


Figura 10. Participación en valor FOB promedio de las exportaciones hacia Países Bajos de los países seleccionados de la subpartida arancelaria 080610 entre los años 2012 -2021
 Nota. El gráfico representa la tendencia de participación en valor promedio de las exportaciones hacia Países Bajos. Elaborado a partir de los datos obtenidos en la tabla 5.

Se puede visualizar en la tabla 6 y detallado en el apéndice D, la participación de las importaciones en valor realizadas por Alemania del producto bajo subpartida arancelaria 080610 correspondiente a uvas frescas durante los años estudiados, convirtiéndose en el tercer país en ser elegido como mercado destino, en el cual se eligieron a los países cuyo promedio durante los últimos diez años han sido superior al 10 %, en esta tabla se incorpora los valores del Perú con el propósito de alcanzar los cálculos necesarios para el estudio. Italia, Sudáfrica y España fueron los países seleccionados como competidores. Respecto a la tabla 7 se puede observar y detallado en el apéndice E, la participación de las importaciones en valor efectuadas por Reino Unido de las uvas frescas que corresponde a la subpartida arancelaria 080610 de los 10 años consultado en la investigación, volviéndose así en el cuarto país seleccionado como destino; donde se eligieron a tres países exportadores a Reino Unido, teniendo como principal característica contar con un promedio acumulado mayor a los 10% durante los años de estudio, en la mencionada tabla se considera los datos del Perú con el objetivo de realizar el diagnóstico necesario para la investigación. Los países que fueron seleccionado fueron Sudáfrica, España y Chile.

Tabla 6

Participación en valor de las importaciones de Alemania del producto bajo subpartida arancelaria 080610 entre los años 2012 - 2021

Exportadores	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Promedio
Italia	36.5	37.7	33.2	36	40.5	36.8	31.4	31.9	33.3	29.4	35
Sudáfrica	8.7	9	11.6	15.8	14.6	16	22.5	19	17.4	16.3	15
España	10.7	10.6	11.9	10.5	7.9	9.4	8.1	9.4	12.8	14.3	11
Países Bajos	0	0.4	2.6	3.3	4.8	3.6	6.1	6.7	5.8	9.4	4
India	2.5	5.6	5.1	3.9	6.7	8.7	8.2	8.7	7.2	8.6	7
Egipto	5.4	4	4.2	4.9	5.1	4.1	4.4	4.8	4.6	5.3	5
Chile	10.4	7.8	6.9	7	4.5	4.8	4.1	3	3.8	3.6	6
Perú	2	2	4	3.3	2.3	1.6	3.3	3.8	3	3.4	3

Nota. Esta tabla muestra la participación de importaciones de Alemania. Elaboración de tabla por el investigador en base a los datos recolectados de la plataforma *Trade Map*.

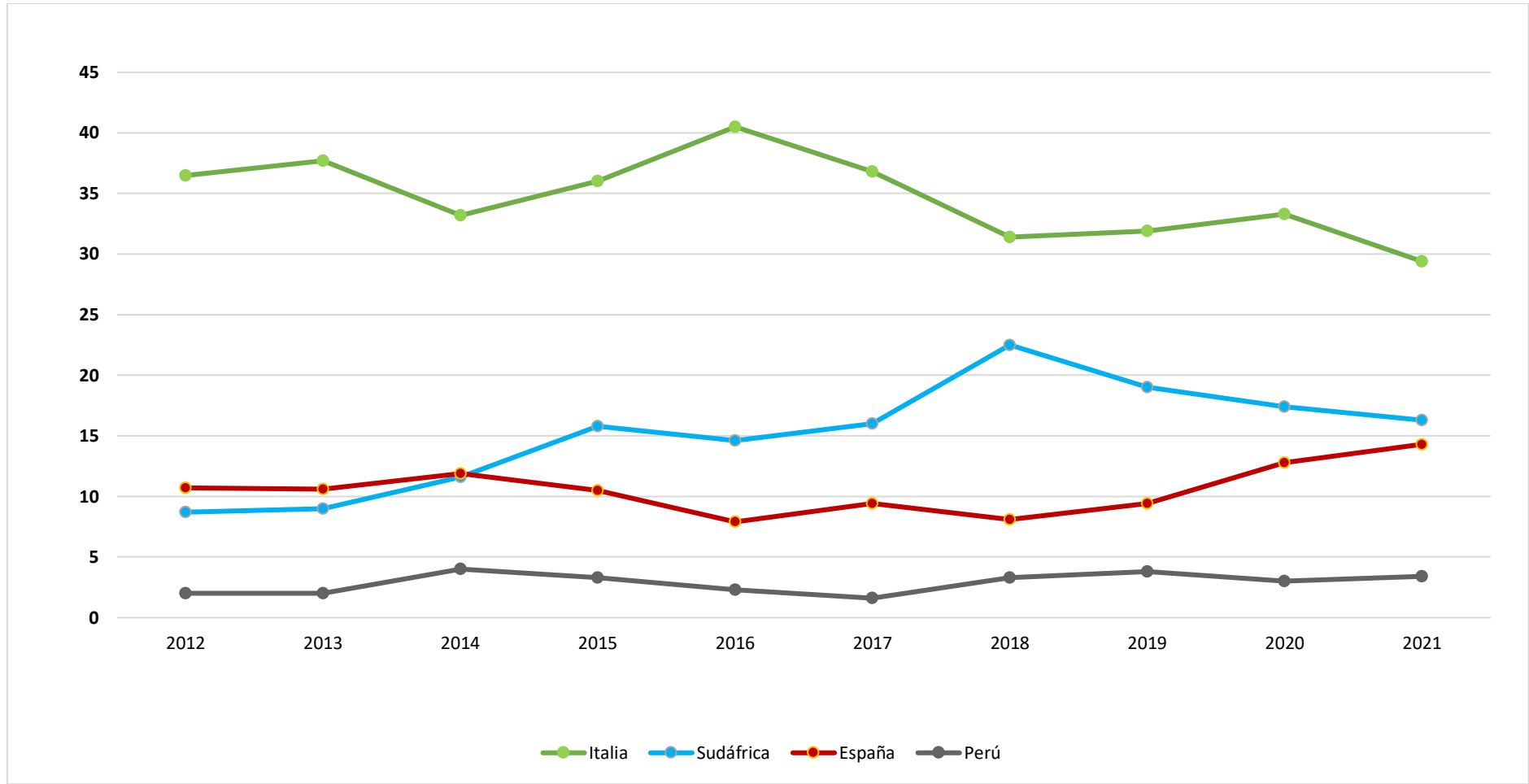


Figura 11. Participación en valor FOB promedio de las exportaciones hacia Alemania de los países seleccionados de la subpartida arancelaria 080610 entre los años 2012 -2021

Nota. El gráfico representa la tendencia de participación en valor promedio de las exportaciones hacia Alemania. Elaborado a partir de los datos obtenidos en la tabla 6.

Tabla 7

Participación en valor de las importaciones del Reino Unido del producto bajo subpartida arancelaria 080610 entre los años 2012 - 2021

Exportadores	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Promedio
Sudáfrica	18.9	21.7	23.7	22.4	21.5	26.1	24.1	24.4	25.7	25.7	23
España	15.7	12.8	12.2	16.2	20.2	17.1	16.8	16.2	16.4	18.9	16
Perú	4.9	5.6	7.6	7.6	6.1	6	9.2	7.8	8.2	10.6	7
Egipto	10.8	7.5	6.8	8.1	8.4	7.5	7.7	8	9.3	9.4	8
Brasil	5.5	5.8	4	4.3	3.7	4	4.2	5.2	5.2	6.5	5
Chile	16.9	15.9	13	12.8	10	10.3	11	8.3	9.3	6.4	11
India	3.1	4.7	5.4	3.1	5.3	4.1	4.7	5.4	4.5	6.1	5
Italia	4.6	5.1	4.1	4.7	4.2	3.4	3.8	4.1	4.4	5.1	4

Nota. Esta tabla muestra la participación de importaciones de Reino Unido. Elaboración de tabla por el investigador en base a los datos recolectados de la plataforma *Trade Map*.

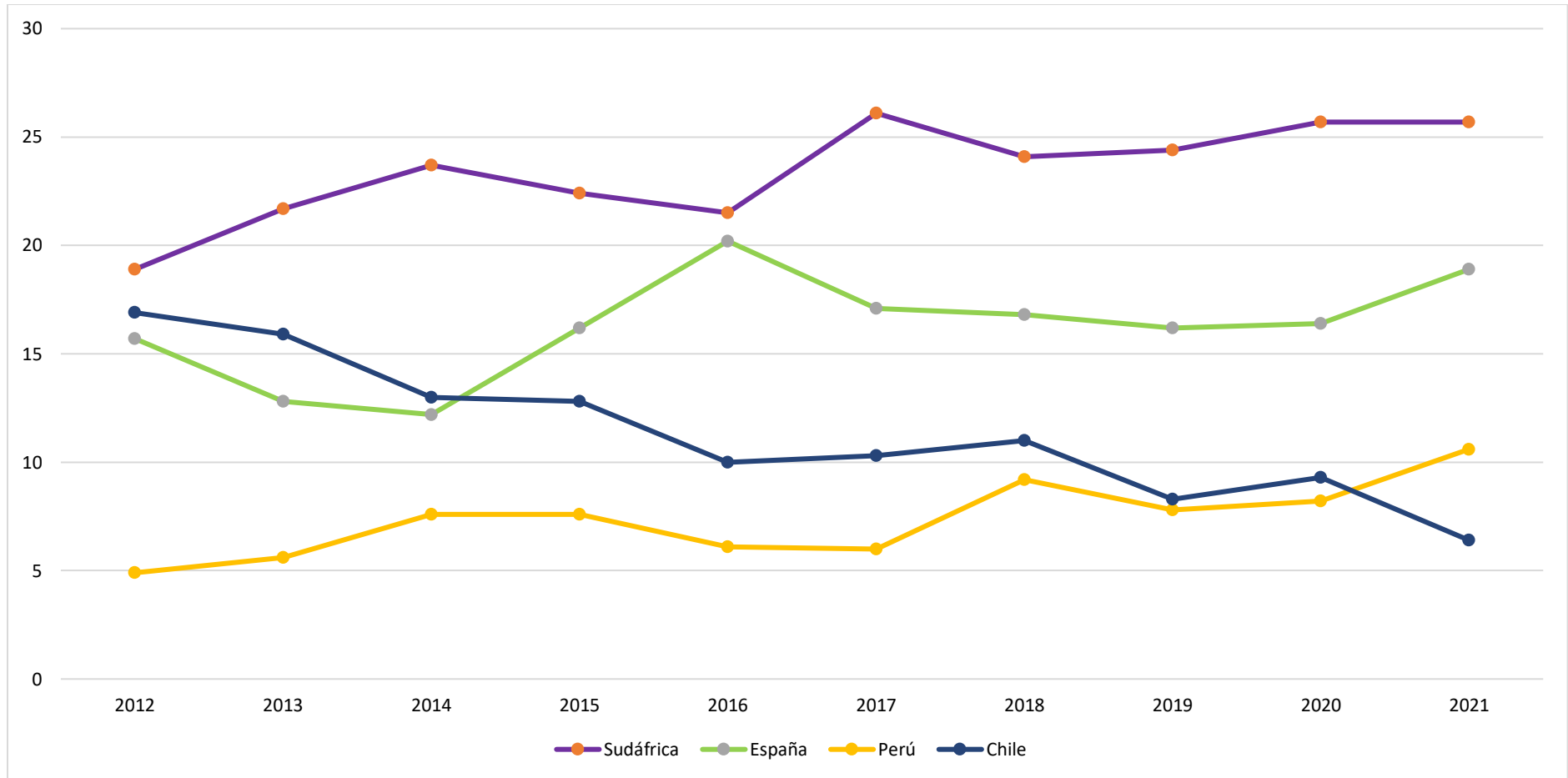


Figura 12. Participación en valor FOB promedio de las exportaciones hacia Reino Unido de los países seleccionados de la subpartida arancelaria 080610 entre los años 2012 -2021

Nota. El gráfico representa la tendencia de participación en valor promedio de las exportaciones hacia el Reino Unido. Elaborado a partir de los datos obtenidos en la tabla 7.

En la tabla 8 se puede visualizar en síntesis la cantidad exportada en toneladas de los países seleccionados como competidores al mercado destino de Estados Unidos.

Tabla 8

Exportaciones de los países competidores en cantidad (toneladas) al mercado de Estados Unidos del producto bajo subpartida arancelaria 080610.

.	Exportadores					
	México	España	Chile	Sudáfrica	Italia	Perú
2012	166064	0	355458	168	1514	26397
2013	147591	0	396131	171	1320	35750
2014	150612	0	323392	57	825	45417
2015	161689	0	389924	113	863	69009
2016	153766	0	377314	267	788	85575
2017	192899	13	322549	775	696	90640
2018	144465	329	329820	834	382	103473
2019	137288	558	298636	1149	446	128951
2020	121724	652	280742	2883	711	170260
2021	21936	426	255325	5109	299	196130

Nota. Esta tabla muestra las exportaciones de los países competidores al mercado de Estados Unidos. Elaboración de tabla por el investigador en base a los datos recolectados de la plataforma *Trade Map*.

En la tabla 9 se puede visualizar en síntesis la cantidad exportada en toneladas de los países seleccionados como competidores al mercado destino de Países Bajos.

Tabla 9

Exportaciones de los países competidores en cantidad (toneladas) al mercado de Países Bajos del producto bajo subpartida arancelaria 080610.

	México	España	Chile	Sudáfrica	Italia	Perú
2012	0	5570	79842	119417	15211	27569
2013	0	6814	76128	129647	15399	34775
2014	0	7434	65902	134654	13497	42004
2015	0	8652	70090	137404	14462	45618

2016	0	8004	50335	118758	13255	37319
2017	0	8671	45707	136690	12041	37941
2018	0	11407	44042	137680	13793	65119
2019	0	10736	29947	127338	11920	54161
2020	0	13921	35662	143594	12219	63726
2021	0	13403	28030	181659	12048	83353

Nota. Esta tabla muestra las exportaciones de los países competidores al mercado de Países Bajos. Elaboración de tabla por el investigador en base a los datos recolectados de la plataforma *Trade Map*.

En la tabla 10 se puede visualizar en síntesis la cantidad exportada en toneladas de los países seleccionados como competidores al mercado destino de Alemania.

Tabla 10

Exportaciones de los países competidores en cantidad (toneladas) al mercado de Alemania del producto bajo subpartida arancelaria 080610.

	Exportadores					
	México	España	Chile	Sudáfrica	Italia	Perú
2012	0	15654	7618	8303	109676	752
2013	0	24815	4841	7149	117136	101
2014	0	21213	2394	9202	103283	780
2015	0	31187	4038	14954	123811	1074
2016	0	30346	5366	17011	134191	1397
2017	0	29623	8911	13245	138803	896
2018	0	32099	9340	17920	130070	4932
2019	0	35214	8635	14182	119135	2043
2020	0	51400	4871	7199	137853	2127
2021	0	51165	3202	6503	129562	2889

Nota. Esta tabla muestra las exportaciones de los países competidores al mercado de Alemania. Elaboración de tabla por el investigador en base a los datos recolectados de la plataforma *Trade Map*.

En la tabla 11 se puede visualizar en síntesis la cantidad exportada en toneladas de los países seleccionados como competidores al mercado destino de Reino Unido.

Tabla 11

Exportaciones de los países competidores en cantidad (toneladas) al mercado de Reino Unido del producto bajo subpartida arancelaria 080610.

	Exportadores					
	México	España	Chile	Sudáfrica	Italia	Perú
2012	0	35653	49131	47464	11446	8689
2013	0	41307	41453	57557	12783	10681
2014	0	45527	37548	65732	11967	15247
2015	0	48615	41935	74745	13314	13708
2016	0	54868	34440	84642	14231	11490
2017	0	49510	31546	78602	12458	10995
2018	0	67205	33007	74323	16009	19433
2019	0	49600	24641	75829	15749	17174
2020	0	56456	26799	76347	15778	19329
2021	0	58968	18175	75518	16844	23894

Nota. Esta tabla muestra las exportaciones de los países competidores al mercado de Reino Unido. Elaboración de tabla por el investigador en base a los datos recolectados de la plataforma *Trade Map*.

5.2.3. Posicionamiento

Tabla 12

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
México	2012	2021	166064	21936	-0.20142
España	2012	2021	1	426	0.96174
Chile	2012	2021	355458	255325	-0.03610
Sudáfrica	2012	2021	168	5109	0.46144
Italia	2012	2021	1514	299	-0.16492
Perú	2012	2021	26397	196130	0.24962

Nota. Elaboración en base a datos obtenidos de la plataforma. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber (1991) y Schwartz et al (2007). $X_a - X_b$ – Toneladas. Trade Map.2022

Según la tabla 12 conseguida al completar los datos de la Ecuación 1, se logra visualizar los valores obtenidos del indicador de posicionamiento al mercado destino de Estados Unidos de los seis países competidores elegidos incluyendo al Perú. España tiene una gran significancia pues muestra la mayor tasa de crecimiento al 2021 con un 96.17 %, ello a razón de que de los diez años de estudio solo cinco se encuentra que ha exportado, pasando así de una exportación nula en el 2012 a un total de 426 toneladas exportadas al termino de los años estudiados; por otro lado los países más emblemáticos como México y Chile han presentado un nivel de posicionamiento negativo, dando así oportunidad a países como Perú y Sudáfrica de mantenerse en una posición creciente. Perú, dentro de los seis competidores, alcanzó el tercer lugar como resultado de haber tenido los diez años de firme crecimiento positivo, pasando así de tener una participación en valor monetario de 7.2 % en 2012 a 31.1% en 2021, el nivel de posicionamiento igual a 24.96 % el cual lo consolida como un promedio moderado de crecimiento, teniendo por encima a países como España y Sudáfrica y por debajo a México Chile e Italia,

Tabla 13

Posicionamiento de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Países Bajos

País	Año Inicial (a)	Año final (b)	X_a	X_b	Posicionamiento
México	2012	2021	1	1	0.00000
España	2012	2021	5570	13403	0.10248
Chile	2012	2021	79842	28030	-0.10980
Sudáfrica	2012	2021	119417	181659	0.04772
Italia	2012	2021	15211	12048	-0.02557
Perú	2012	2021	27569	83353	0.13081

Nota. Elaboración en base a datos obtenidos de la plataforma. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber (1991) y Schwartz et al (2007). $X_a - X_b$ – Toneladas. Trade Map. 2022

Completando los datos de la fórmula 1, en la tabla 13 se puede visualizar los valores del índice de posicionamiento de los seis países escogidos incluyendo al Perú y teniendo a Países Bajos como mercado destino. Dentro de los seis exportadores, Perú ha logrado

posicionarse en primer lugar con el mayor índice de posicionamiento con un 13.08%, esto se debe a haber tenido cuatro años de constante aumento de sus exportaciones las cuales se han caracterizado por una excelente calidad, pasando así de 27,569 toneladas al inicio del periodo de estudio a 83,353 toneladas al 2021; de igual forma, España como resultado de haber tenido periodos de ininterrumpidos crecimientos positivos, al término de los diez años de estudio el indicador de posicionamiento iguala al 10.24 % consolidándolo con un promedio de crecimiento moderado teniendo por encima solamente al Perú y por debajo al resto de países. Por otro lado, Chile es el país que muestra una variación negativa respecto al valor de posicionamiento, con una tasa de crecimiento anual de -10.98% esto se debe primordialmente a los cambios climáticos que ha venido atravesando el país sureño, pasando así de una participación en valor monetario de exportaciones de 20.9% en 2012 a solo 6.3% al finalizar los años de estudio, lo que representa solo 28,030 toneladas exportadas.

Tabla 14

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
México	2012	2021	1	1	0.00000
España	2012	2021	15654	51165	0.14064
Chile	2012	2021	7618	3202	-0.09181
Sudáfrica	2012	2021	8303	6503	-0.02679
Italia	2012	2021	109676	129562	0.01869
Perú	2012	2021	752	2889	0.16131

Nota. Elaboración en base a datos obtenidos de la plataforma. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber (1991) y Schwartz et al (2007). X_a – X_b – Toneladas. Trade Map. 2022.

Completando los datos de la fórmula 1, en la tabla 14 se pudo visualizar los valores del índice de posicionamiento de los seis países seleccionados incluyendo al Perú con Alemania como mercado de destino. Perú se mantuvo con un volumen de exportaciones mínimo por un lapso continuo de seis años, sin embargo los últimos cuatro años de estudio ha mantenido una tendencia creciente, pasando así de exportar 752 toneladas al inicio del periodo de estudio a 2

889 toneladas en el 2021, lo cual le ha permitido ocupar el primer lugar con un nivel de posicionamiento de 16.13 %; España se posiciona en segundo lugar como resultado de haber tenido más de cinco años de constante crecimiento positivo, es así que al término del 2021 el nivel de posicionamiento es de 14.06 % , lo que cual se ve reflejado en su participación en valor, pasando de 10.7 % a 14.3 % en el 2021, por otro lado , Chile, primer competidor del Perú obtuvo el menor valor de posicionamiento, alcanzando una tasa anual de crecimiento de -9.18 %, esto se debe a la caída de sus exportaciones que pasaron de 7 618 toneladas en el 2012 a 3 202 toneladas al final del periodo estudiado, dando así oportunidad a países como España, Italia y Perú de mantenerse positivos y crecientes.

Tabla 15

Posicionamiento de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Reino Unido

País	Año Inicial (a)	Año final (b)	X_a	X_b	Posicionamiento
México	2012	2021	1	1	0.00000
España	2012	2021	35653	58968	0.05750
Chile	2012	2021	49131	18175	-0.10461
Sudáfrica	2012	2021	47464	75518	0.05295
Italia	2012	2021	11446	16844	0.04386
Perú	2012	2021	8689	23894	0.11896

Nota. Elaboración en base a datos obtenidos de la plataforma. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber (1991) y Schwartz et al (2007). $X_a - X_b$ – Toneladas. Trade Map. 2022.

Como se puede visualizar en la tabla 15 lograda al completar los datos de la ecuación 1, se pudo conseguir los valores del índice de posicionamiento de los seis países seleccionados incluyendo al Perú con Reino Unido como mercado de destino. Resalta el Perú, pues con un perfil bajo sus acciones y variedades siempre han abarcado las pautas necesarias para la preferencia en el mercado, pasando de 8 689 toneladas en el 2012 a 23 894 al final del periodo de estudio, es así que ocupa el primer lugar con un índice de posicionamiento de 11.89 %, lo cual representa una participación en valor de 10.6 % en el 2021, caso contrario al de Chile,

único país que muestra un crecimiento negativo en el índice de posicionamiento, esto a razón de la disminución de sus exportaciones en el transcurso de los 10 años de estudio, pasando de 49 131 toneladas exportadas a solo 18 175 toneladas en 2021, lo que representa un 6.4 % en participación en valor. Por otro lado, los países que han tenido un promedio moderado de crecimiento han sido España, Sudáfrica y Italia, con valores de 5.75 %, 5.30 % y 4.39 % respectivamente.

5.2.4. Eficiencia

Tabla 16

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
México	2012	2021	166064	21936	539289	655185	-0.21850
España	2012	2021	1	426	539289	655185	0.91976
Chile	2012	2021	355458	255325	539289	655185	-0.05672
Sudáfrica	2012	2021	168	5109	539289	655185	0.43017
Italia	2012	2021	1514	299	539289	655185	-0.18279
Perú	2012	2021	26397	196130	539289	655185	0.22288

Nota. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber (1991) y Schwartz et al (2007). X_a^p = Exportaciones del país de origen en 2012; X_b^p = exportaciones del país de origen en 2021; M_a^w = Importaciones Mundiales de Estados Unidos en 2012; M_b^w = Importaciones Mundiales de Estados Unidos en 2021. Trade Map.2022.

De acuerdo con la tabla 16, conseguida al completar los datos de la Ecuación 2, 3 y 4, se puede mostrar todos los valores del índice de eficiencia de los países competidores elegidos incluyendo al Perú con Estados Unidos como mercado de destino. Si bien es cierto que España ha alcanzado el valor más alto de eficiencia con cifras de 91.97 %, ello tiene explicación ya que de los diez periodos estudiados España solo ha exportado cinco, consiguiendo en el 2021, 426 toneladas vendidas, en ese sentido quien mejor ha desempeñado un papel eficiente es Sudáfrica, país que ha mostrado más de cinco años de constante crecimiento positivo alcanzando así un nivel de eficiencia de 43.01 %. Perú ocupa el tercer lugar como resultado de

haber tenido los últimos diez años un crecimiento constante positivo, es así como en 2021 alcanza un nivel de eficiencia de 22.28%, consolidándolo así con un promedio moderado de crecimiento de participación, teniendo encima a países como Sudáfrica y España y por debajo a México, Chile e Italia. Por otro lado, México, país emblemático presento un resultado negativo de la tasa de participación anual de -21.85 % debido a la reducción de sus ventas durante los últimos diez años, pasando de 166,064 toneladas en 2012 a solo 21,936 toneladas al final del año de investigación.

Tabla 17

Eficiencia de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Países Bajos

País	Año Inicial (a)	Año final (b)	X_a^p	X_b^p	M_a^w	M_b^w	Eficiencia
México	2012	2021	1	1	323539	366529	-0.01377
España	2012	2021	5570	13403	323539	366529	0.08731
Chile	2012	2021	79842	28030	323539	366529	-0.12205
Sudáfrica	2012	2021	119417	181659	323539	366529	0.03329
Italia	2012	2021	15211	12048	323539	366529	-0.03898
Perú	2012	2021	27569	83353	323539	366529	0.11524

Nota. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber (1991) y Schwartz et al (2007). X_a^p = Exportaciones del país de origen en 2012; X_b^p = exportaciones del país de origen en 2021; M_a^w = Importaciones Mundiales de Países Bajos en 2012; M_b^w = Importaciones Mundiales de Países Bajos en 2021. Trade Map.2022.

De acuerdo con la tabla 17, conseguida al completar los datos de la Ecuación 2, 3 y 4, se puede conseguir todos los valores del índice de eficiencia de los países competidores incluyendo al Perú con Países Bajos como mercado de destino. Perú a lo largo de los diez años ha ido desempeñado un rol eficiente bueno, abarcando pautas necesarias que le permitan tener la preferencia en el mercado, ello le ha permitido posicionarse en el primer lugar con un 11.52 % en el 2021; logrando así envíos de 83 353 toneladas en el periodo final, ello también se ve reflejado en la participación en valor de las importaciones, pues ha pasado de un 9% en 2012 a un 20.9% en el 2021, por otra parte, los países más emblemáticos como México y Chile han

tenido un resultado negativo, la falta de diversificación de mercados le ha jugado una mala pasada a México, como consecuencia lleva una nula exportación en los países europeos; Chile en los últimos seis años continuos ha mostrado una tendencia negativa de sus exportaciones, pasando de 79 842 toneladas exportadas en el años inicial a solo 28 030 toneladas en 2021, razón de obtener un nivel de eficiencia de -12.21 %.

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
México	2012	2021	1	1	296305	325546	-0.01040
España	2012	2021	15654	51165	296305	325546	0.12878
Chile	2012	2021	7618	3202	296305	325546	-0.10126
Sudáfrica	2012	2021	8303	6503	296305	325546	-0.03691
Italia	2012	2021	109679	129562	296305	325546	0.00809
Perú	2012	2021	752	2889	296305	325546	0.14923

Nota. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber (1991) y Schwartz et al (2007). X_a^p = Exportaciones del país de origen en 2012; X_b^p = exportaciones del país de origen en 2021; M_a^w = Importaciones Mundiales de Alemania en 2012; M_b^w = Importaciones Mundiales de Alemania en 2021. Trade Map.2022.

De acuerdo con la tabla 18, conseguida al completar los datos de la Ecuación 2, 3 y 4, se puede conseguir todos los valores del índice de eficiencia de los países competidores elegidos incluyendo al Perú con Alemania como mercado de destino. El Perú ocupa el primer lugar como resultado de haber tenido más de cinco años de constante crecimiento positivo, es así que en el periodo final logro exportar 2 889 toneladas, alcanzando un nivel de eficiencia de 14.92%; España en los últimos cuatro años ha presentado un aumento positivo, pasando de 15 654 toneladas vendidas en el año 2012 a 51 165 toneladas en 2021, al término de los años de estudio el nivel de eficiencia iguala el 12.87%, consolidándolo con un promedio moderado de crecimiento, teniendo por encima a Perú y por debajo a Italia; Chile, ha decrecido en su

expansión mostrando así un nivel de eficiencia negativo de -10.13%, ello debido que paso de 7 618 toneladas exportadas en 2012 a 3 202 toneladas en el 2021.

Tabla 19

Eficiencia de los países competidores incluido el Perú en el mercado de Reino Unido

País	Año Inicial (a)	Año final (b)	X_a^p	X_b^p	M_a^w	M_b^w	Eficiencia
México	2012	2021	1	1	241869	269283	-0.01186
España	2012	2021	35653	58968	241869	269283	0.04496
Chile	2012	2021	49131	18175	241869	269283	-0.11523
Sudáfrica	2012	2021	47464	75518	241869	269283	0.04047
Italia	2012	2021	11446	16844	241869	269283	0.03148
Perú	2012	2021	8689	23894	241869	269283	0.10569

Nota. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber (1991) y Schwartz et al (2007). X_a^p = Exportaciones del país de origen en 2012; X_b^p = exportaciones del país de origen en 2021; M_a^w = Importaciones Mundiales de Reino Unido en 2012; M_b^w = Importaciones Mundiales de Reino Unido en 2021. Trade Map.2022.

De acuerdo con la tabla 19, conseguida al completar los datos de la Ecuación 2, 3 y 4, se puede conseguir todos los valores del índice de eficiencia de los países competidores elegidos incluyendo al Perú con Reino Unido como mercado de destino. El Perú es el país que ha tenido un mejor nivel de eficiencia alcanzando así un 10.56% , ello a razón del crecimiento moderado de los últimos seis años en sus exportaciones, iniciando en 2012 con volúmenes exportados de 8 689 toneladas a 23 894 toneladas al final del año estudiado, lo que equivale a un aumento de participación en valor de las importaciones de 5.7 % , caso contrario al de Chile, país emblemático que muestra un resultado negativo con una tasa de participación anual de -11.52%, esto a razón de los cambios climáticos que ha venido atravesando lo cual se ha visto reflejado en la caída de sus exportaciones en los últimos años, pasando de 49 131 toneladas exportadas a solo 18 175 toneladas en 2021. Por otro lado, España, Sudáfrica y Italia, se consolidan con un promedio moderado de crecimiento, presentando un índice de eficiencia de 4.49 % , 4.04 % y 3.14 % respectivamente.

5.3. Discusión de Resultados

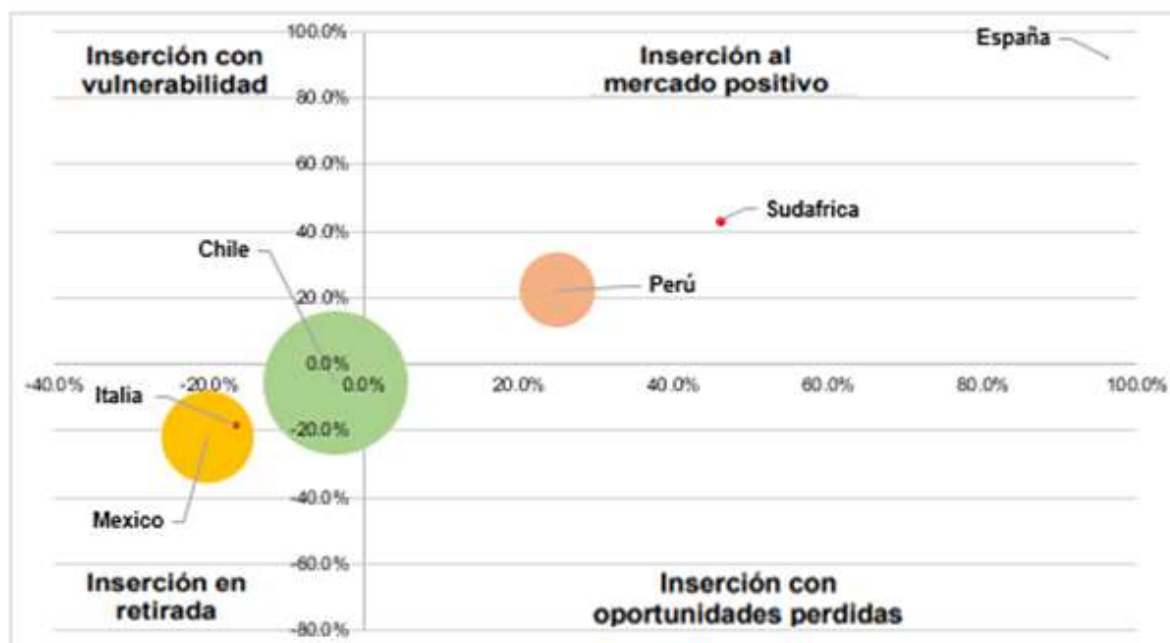


Figura 13. Índice de inserción por país hacia el mercado de Estados Unidos

Nota. El gráfico representa el estado del índice de inserción por país hacia el mercado de Estados Unidos. Gráfico elaborado por el investigador con información obtenida en la Tabla 09 y 13. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber, 1991 y Schwartz et al., 2007.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], menciona que el acuerdo de promoción comercial firmado por Estados Unidos y el Perú en el 2006, el cual entro en vigor el 1 de febrero de 2009, es un acuerdo integral y equilibrado, que abarca todos los aspectos de las relaciones económicas bilaterales, logrando así un aumento del 15.4% en las exportaciones peruanas. Las exportaciones no tradicionales peruanas en el transcurso de los 5 primeros años aumentaron en 40%, teniendo como productos favorecidos a la palta, mango, uvas frescas, entre otros. Las exportaciones de uvas frescas con subpartida arancelaria 080610 tuvieron gran variación, llegando así a posicionar al Perú en el 2021 como primer exportador mundial del mencionado producto; como resultado del índice de posicionamiento determinado por la tasa de crecimiento anual de las exportaciones peruanas y el índice de eficiencia determinado por la variación de la tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas en correspondencia a las importaciones mundiales de Estados Unidos en los diez años de estudio,

los cuales fueron conseguidos en la tabla 9 y la tabla 13, estos índices fueron representados en un diagrama cartesiano el cual de acuerdo a Fajnzylber (1988) es un indicador de competitividad que muestra el índice de inserción de un producto, donde Perú se posiciona en el cuadrante de inserción al mercado positivo, con un volumen de participación de exportación interpretado por el ancho de la circunferencia que lo ilustra, como se visualiza en la figura 12. Similar opinión sostiene Lazo et al. (2020), pues concuerda que el mercado estadounidense ha venido creciendo durante los últimos años, lo cual ha favorecido al Perú para posicionarse en dicho mercado. Las uvas frescas peruanas alcanzaron un mayor posicionamiento en el mercado de Estados Unidos, gracias a la menor producción local, la cual se vio afectada ya que las plantaciones alcanzaron su etapa de madurez, este punto a favor del producto peruano ocasiono que el Perú en el último año alcance un volumen exportado de 196 130 toneladas; asimismo teniendo en cuenta el nivel de competitividad en base al índice de inserción, se encuentra España y Sudáfrica. España se encuentra en el cuadrante de inserción al mercado positivo al periodo 2021, ello debido, a la mínima pero creciente evolución de sus exportaciones, el poco volumen exportado demuestra la falta de interés en el mercado estadounidense respecto al producto bajo subpartida arancelaria 080610, este país prefiere el envío de un producto terminado como es el vino; el Observatorio Español del Mercado del Vino [OEMV] menciona que Estados Unidos se posiciono como segundo importador de vino español, logrando así en 2021 una facturación de 2318 millones de euros, lo que muestra un crecimiento de 12.9 % respecto al 2020; por su parte, el envío de uvas frescas españolas se orientan más al mercado Europeo como Alemania, Reino Unido, Portugal entre otros. Sudáfrica de igual forma se halla en el cuadrante de inserción al mercado positivo, este país muestra un índice de posicionamiento y eficiencia favorable, el cual le ha permitido posicionarse en el mercado estadounidense, pero, como se observa en la figura 12 el volumen de exportación es reducido, ello debido a que Europa es el principal mercado de exportación de las uvas frescas

sudafricanas, las condiciones difíciles del mercado, así como las condiciones logísticas afectan la calidad del producto en los mercados distantes, a ello, se suma los rigurosos requisitos sanitarios, los cuales no permiten la entrada de todas las uvas sudafricanas.

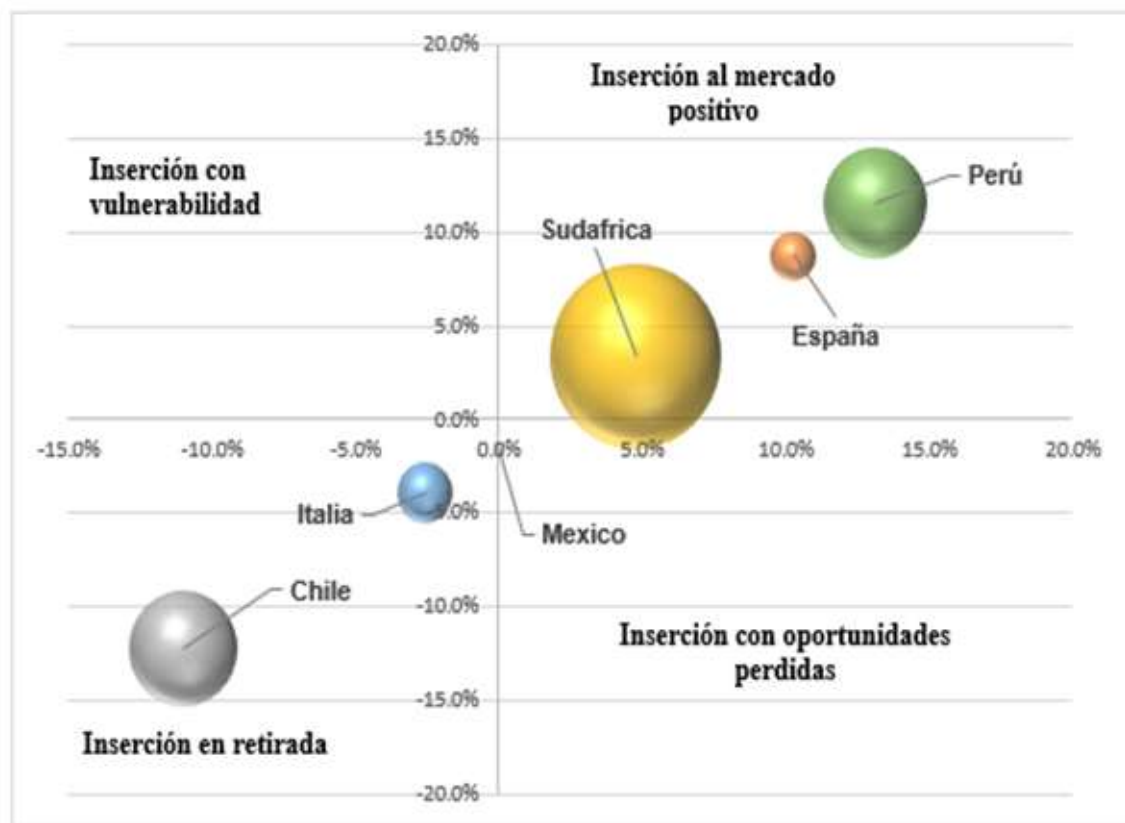


Figura 14. Índice de inserción por país hacia el mercado de Países Bajos
 Nota. El gráfico representa el estado del índice de inserción por país hacia el mercado de Países Bajos. Gráfico elaborado por el investigador con información obtenida en la Tabla 10 y 14. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber, 1991 y Schwartz et al.,2007.

Un resultado contrario al mencionado con resultado negativo, según Fajnzylber (1988), tomando en cuenta el nivel de competitividad en base a su índice de inserción, se encuentra México, país que era socio principal de Estados Unidos en la exportación de uvas frescas, se posiciona en el cuadrante de inserción en retirada, pues en los últimos cuatro años ha venido experimentando una pérdida en el mercado norteamericano, la gran variedad de uvas frescas peruanas y chilenas desplazaron al producto mexicano, el cual no pudo estar a la par de las preferencias del consumidor, a esta problemática se le suma la dificultad de los exportadores para conseguir inversión para cambiar a nuevas variedades, la sequía y los cambios climáticos

ha originado que los productores cambien a cultivos más rentables, de igual forma, la gran dependencia de Estados Unidos, pues el 98% de uvas frescas se exportan al mercado estadounidense, las tensiones del comercio bilateral (aranceles), la pandemia del COVID-19 son otros factores que originaron que México sea desplazado del mercado estadounidense.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR] menciona; Perú y La Unión Europea suscribieron un acuerdo comercial el 26 de junio de 2012 en Bruselas, Bélgica, el cual entró en vigor el 1 de marzo de 2013. Países Bajos al ser parte de la Unión Europea goza de estas preferencias suscritas, el cual ha permitido que el comercio bilateral entre Perú y Países Bajos crezca en más de 40 % en el 2014. En 2020 el Perú logró exportar 1 306 millones de dólares en productos agrícolas, lo que representa un aumento del 24% respecto al año anterior, las exportaciones peruanas del producto bajo subpartida arancelaria 080610 en 2021 alcanzaron los 178 millones de dólares, lo cual representa un crecimiento del 31.2 % en la exportación del producto mencionado, a razón de esta variabilidad en sus participaciones y al ser encontrado el índice de posicionamiento, el cual se halló por la variación de la tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas y el índice de eficiencia hallado por la variación de la tasa de crecimiento de las exportaciones de uvas frescas peruanas en relación a la variación de las importaciones mundiales de Países Bajos en los diez años del estudio, los resultados fueron conseguidos en las tablas 10 y 14, los cuales al ser figurados en un diagrama cartesiano se halló el índice de inserción de las uvas frescas, el cual según Fajnzylber (1988) es un índice de competitividad, en el cual el Perú se posiciona en el cuadrante de inserción al mercado positivo, con un volumen medio de la participación de las exportaciones peruanas, representado por el ancho de la circunferencia que se ilustra en la figura 13, el cual nos permite observar la colocación y penetración de mercado que tiene las uvas frescas frente a los demás países competidores. El Perú logró una gran aceptación en el mercado de Países Bajos, después del COVID – 19, los consumidores optaron por el consumo de productos orgánicos de gran

calidad, el oportuno cambio varietal en las plantaciones peruanas, permitió tener un producto de mayor calidad, otra ventaja aprovechada para posicionar al producto peruano fue que sus principales competidores, Chile y Sudáfrica, tuvieron problemas en su producción lo cual ocasiono cosechar productos de menor calidad; según Fajnzylber (1988), teniendo en cuenta el nivel de competitividad en base a su indicador de inserción, se encontró a España en el cuadrante de inserción positivo, país que a lo largo de los años estudiados ha tenido una gran aceptación, la cual se ve reflejado en la figura 13, si bien aún exporta cantidades menores demuestra su claro interés en mejorar su posición en el mercado de Países Bajos, todo ello gracias al fortalecimiento en la mejora genética de sus uvas, la región Murcia, sector que representa el 95% de la producción de uvas, con ayuda de la Sociedad de Investigación y Tecnología de Uva de Mesa [ITUM] está impulsando la producción y desarrollo de nuevas variedades para el mercado internacional. De igual forma se encuentra Sudáfrica, país que muestra un volumen de exportación superior al resto de los competidores, ello, porque Sudáfrica tiene como mercado natural al europeo, el cual representa aproximadamente el 75 % de sus exportaciones; la baja en su competitividad se dio por el incremento en los costos logísticos, los retrasos en los envíos y la ineficacia en el Puerto de Cabo, por el cual se exporta más del 94% de las uvas frescas sudafricanas. Similar criterio sostiene Cristiano y Orazi (2020), pues mencionan que el mercado de países bajos se puede mantener competitivo si se le brinda productos de calidad y buena sanidad.

Un hallazgo diferente al mencionado con efecto desfavorable, según Fajnzylber (1988), considerando el nivel de competitividad en base a su índice de inserción, se encontró a Chile, país el cual según ProChile (2021), marcaron un cifra récord en exportación a Países Bajos con un total de 129 millones de dólares americanos, a pesar de ello, en lo que respecta a las uvas frescas con subpartida arancelaria 080610 han presentado una variación negativa en volumen y valor, esta reducción tuvo como consecuencia valores negativos referente a los índice de

posicionamiento y eficiencia, lo que conlleva a posicionarse en el cuadrante de inserción en retirada en el año 2021, demostrando que ha perdido competitividad en el país Europeo, ello debido al lento recambio varietal que ha tenido en sus cultivos, lo que ha tenido como consecuencia la pérdida de preferencia del consumidor, sumado a ello los problemas de producción debido a los cambios climáticos, las sequías han ocasionado que las uvas frescas chilenas no cuenten con la calidad requerida en el mercado europeo lo que ha provocado el rechazo de algunos lotes. México es un caso particular pues su gran dependencia de Estados Unidos le ha impedido la apertura de nuevos mercados, es así como hasta el momento no es considerado como un competidor en el mercado europeo.

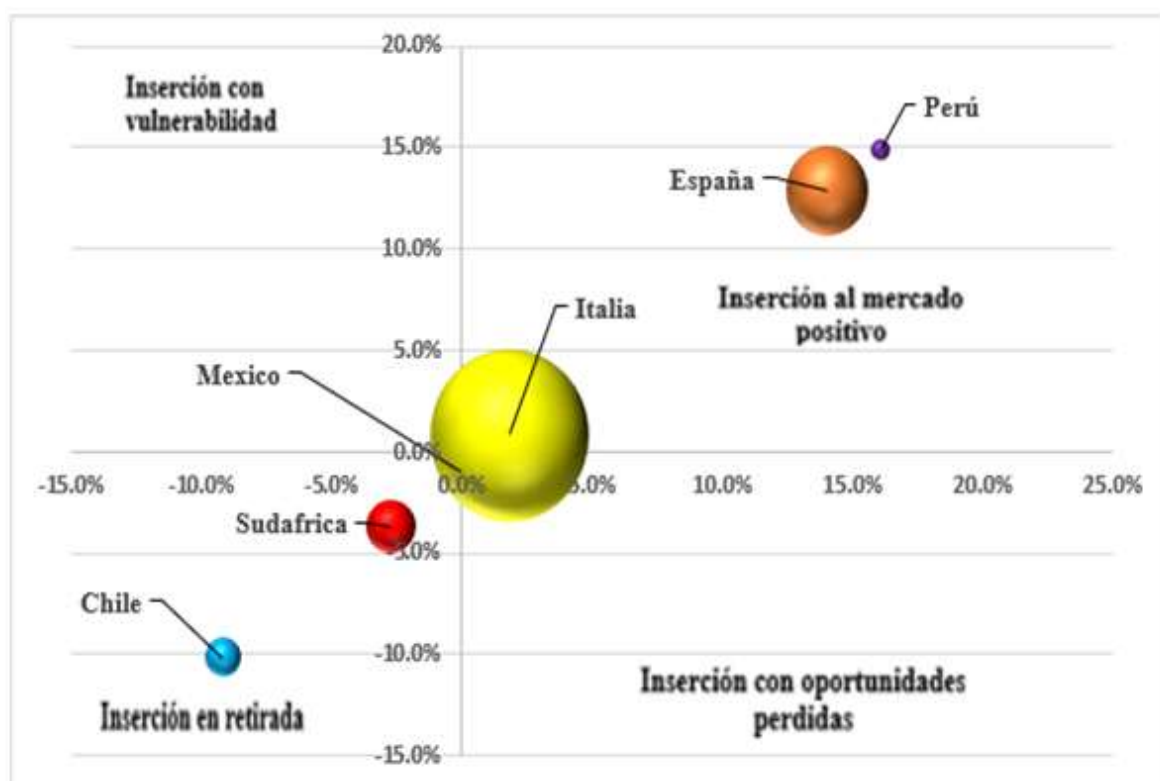


Figura 15. Índice de inserción por país hacia el mercado de Alemania

Nota. El gráfico representa el estado del índice de inserción por país hacia el mercado de Alemania. Gráfico elaborado por el investigador con información obtenida en la Tabla 11 y 15. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber, 1991 y Schwartz et al., 2007.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR] menciona; Perú y La Unión Europea suscribieron un acuerdo comercial el 26 de junio de 2012 en Bruselas, Bélgica, el cual entró en vigor el 1 de marzo de 2013. Alemania al ser parte de la Unión Europea goza

de estas preferencias suscritas, el cual ha permitido que el comercio bilateral entre Perú y Alemania un año después del tratado crezca en más de 6.5 % en el 2014, logrando así un valor exportado total de 1 511 millones de dólares americanos, un 8.5 % más respecto al año 2013; esta favorable evolución de intercambio de bienes entre ambos países ha sido apoyada por el Tratado de Libre Comercio suscrito por Perú y la Unión Europea. Si bien el sector minero cuenta con una mayor participación de envíos, casi un 48.7% en las ventas, el sector agrícola y pesquero no se quedan atrás, los cuales representan una participación de las ventas de 17.1% y 17% respectivamente, respecto a las uvas frescas bajo subpartida arancelaria 080610, según Redagricola, gracias a la gran aceptación estas alcanzaron un valor de 12 millones de dólares, 7% más respecto al 2020. Al ser consultado los índices de posicionamiento, el cual se halla por la tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas y el índice de eficiencia, el cual se halla por la variación de la tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas en relación a la variación de las importaciones mundiales realizadas por Alemania en los diez años de investigación, los cuales fueron hallados en las tablas 11 y 15, que al ser trazados en un plano cartesiano se halló el índice de inserción de las uvas frescas, el cual según Fajnzylber (1988) es un indicador de competitividad, en el cual Perú se encuentra en el cuadrante de inserción al mercado positivo, sin embargo cuenta con un promedio de volumen exportado bajo, el cual se puede visualizar por el ancho de la circunferencia que lo muestra en la Figura 14, el bajo volumen de exportación se debe a que gran parte de las exportaciones de uvas frescas peruana llegan de manera indirecta a Alemania, teniendo de intermediario a Países Bajos. España es otro de los países que se encuentra en el cuadrante positivo, con un nivel de competitividad bueno, ello gracias a la gran aceptación de sus variedades *apirenas*, la cual ha tenido un gran crecimiento en Europa gracias a su calidad y facilidad de consumo, convirtiendo así a España en un exportador neto, puesto que su producción supera al consumo interno, es así como exporta alrededor del 60 % de su producción total. De igual manera se encuentra Italia, país

que al año 2021 ha ido perdiendo competitividad en el mercado internacional, pero aun muestra un gran nivel en participación en volumen, Italia se diferencia por la gran cantidad de controles por los que son sometidas las uvas para cumplir con la norma europea, esto lo diferencia de sus principales competidores como son las uvas egipcias las cuales son tratadas con muchos productos químicos.

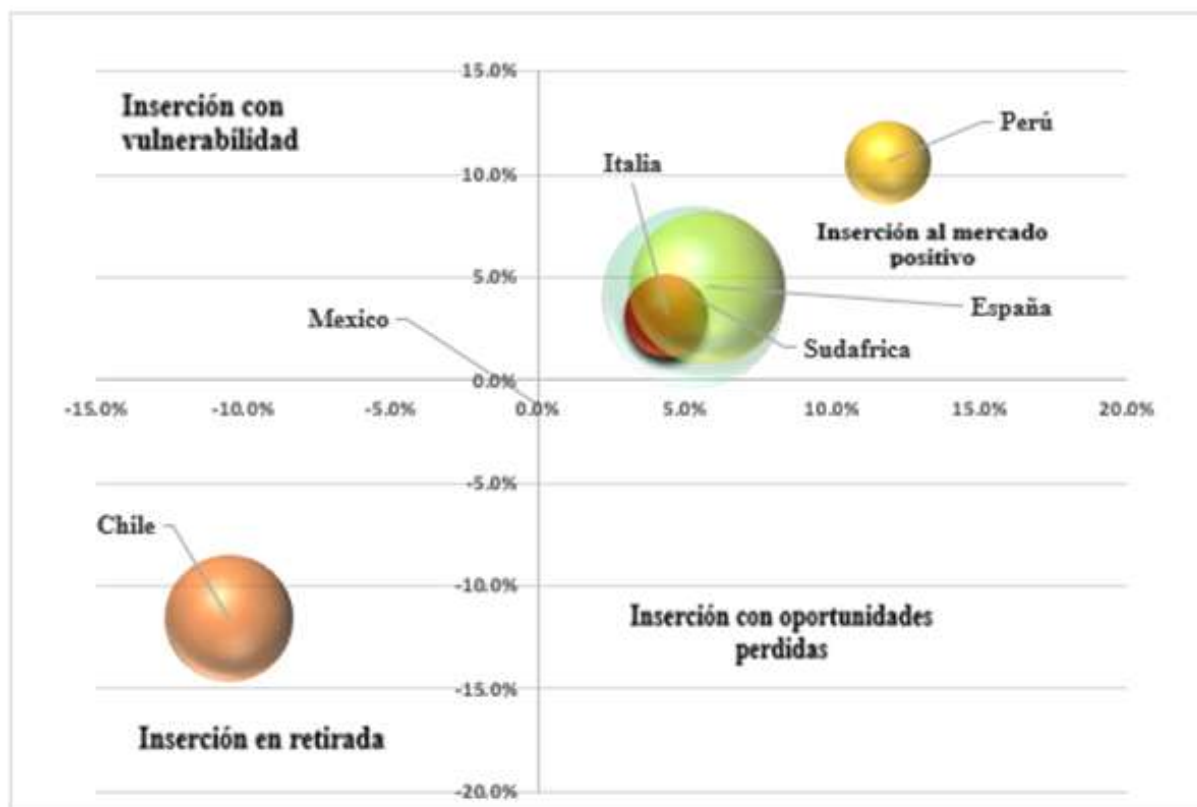


Figura 16. Índice de inserción por país hacia el mercado de Reino Unido

Nota. El gráfico representa el estado del índice de inserción por país hacia el mercado de Alemania. Gráfico elaborado por el investigador con información obtenida en la Tabla 12 y 16. Cálculos basados en la investigación de Fajnzylber, 1991 y Schwartz et al.,2007.

Un hallazgo contrario al mencionado con resultado desfavorable, según Fajnzylber (1988), teniendo en cuenta el nivel de competitividad en base a su índice de inserción, se encontró a Sudáfrica, país que en el 2021 presentó un crecimiento de 39.04 % respecto al año 2020, pese a ello referido al producto de uvas frescas con subpartida arancelaria 080610 han presentado una variación negativa, teniendo como pico de exportación más favorable el año 2018 empezando desde ese año consiguió un tendencia desfavorable en comparación de los

demás productos que exporta a Alemania, la continua disminución del producto tuvo como consecuencia valores negativos al calcular su índice de posicionamiento y eficiencia, lo que conllevó a posicionarse en el cuadrante de inserción en retirada en el año 2021, demostrando así que ha perdido competitividad en este mercado, el Sector Sudafricano de la Uva de Mesa [SATI] manifiesta que la pérdida de mercado se debe al incremento en los costos de producción, de transporte y los problemas logísticos que viene atravesando el puerto de Ciudad del Cabo.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR] menciona; Perú y el Reino Unido suscribieron un acuerdo comercial el 15 de mayo de 2019 en la ciudad de Quito, Ecuador, el cual entró en vigor el 31 de diciembre de 2020 a las 6 horas. El mencionado acuerdo origina que las exportaciones peruanas al Reino Unido crezcan en 205.6% respecto al 2020, sumando así un valor total de exportación de 1 345 millones 677 mil dólares en el 2021, los productos principales exportados fueron los combustibles, minerales y frutas y hortalizas; respecto a la uva fresca bajo subpartida arancelaria 080610 se pudo observar una variación de 27% en valor, llegando así a 69 millones de dólares exportados en el 2021, a raíz de estas variaciones al ser consultado los índices de posicionamiento, el cual se halla por la tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas y el índice de eficiencia, el cual se halla por la variación de la tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas en relación a la variación de las importaciones mundiales realizadas por el Reino Unido en los diez años de estudio, los cuales fueron hallados en las tablas 12 y 16, los cuales al ser trazados en un plano cartesiano se halló el índice de inserción de las uvas frescas, el cual según Fajnzylber (1988) es un indicador de competitividad, en el cual Perú se encuentra en el cuadrante de inserción al mercado positivo, con un promedio en el volumen de las exportaciones peruanas, representado por el ancho de la circunferencia que se ilustra en la figura 15, ello debido a que a pesar de la pandemia del COVID-19 las exportaciones de uvas frescas no se vieron afectadas, de igual

forma un producto más grande con una excelente vida útil ayudado para posicionarse en el mercado, asimismo la buena acogida del producto peruano se dio debido a la reactivación económica, la cual no pudo ser atendida por sus competidores, Chile y Sudáfrica.

Como mención principal positiva, según Fajnzylber (1988), teniendo en cuenta el nivel de competitividad en base a su índice de inserción, se encontró a Sudáfrica, país que cuenta con un mayor volumen exportado entre todos los países, ello debido a la calidad de las uvas que a pesar del calor siguen siendo buenas, si bien las exportaciones a este mercado se han mantenido estables, los productores sudafricanos han tomado la decisión de eliminar plantaciones menos populares para plantar cultivos apirenas, la última temporada fue muy dura para el productor sudafricano, es por ello que junto al el Sector Sudafricano de la Uva de Mesa [SATI] vienen mejorando técnicas de producción, embalaje y envío .

Un hallazgo contrario al mencionado con resultado desfavorable, según Fajnzylber (1988), teniendo en cuenta el nivel de competitividad en base a su índice de inserción, se encontró a Chile, que según OEC (2020) exporto a Reino Unido un valor total de 614 millones de dólares americanos, pese a ello en lo que respecta a las uvas frescas bajo subpartida arancelaria 080610 las exportaciones de Reino Unido han disminuido considerablemente en los diez años de estudio, esta disminución origino que al calcular los índices de posicionamiento y eficiencia, Chile se posiciono en el cuadrante de inserción en retirada en el 2021, ello debido a los problemas climáticos que viene atravesando, las sequias en las regiones productoras dificultan que las uvas frescas alcancen la calidad requerida en el mercado internacional, lo que ha a origino que se coseche un producto con menor tiempo de vida útil, a ello se le suma falta de investigación del consumidor, pues la variedad *Red Globe* [Semillada] que aún está presente en varias hectáreas de cultivo ya va en retirada. El encarecimiento de la mano de obra otro problema que viene atravesando Chile, pues se encuentra limitada por la competencia con otros sectores productivos, el alza del flete marítimo, los materiales de

embalaje son factores de encarecimiento en el costo de producción, todos estos aspectos ocasionaron que Chile produzca un producto de menor calidad a lo esperado. México, es el país que muestra un caso en particular, la falta de diversificación de sus mercados, así como la gran dependencia de Estados Unidos no le ha perdido ser considerado como competidor en el mercado europeo.

Conclusiones

1. El presente estudio busco identificar a los principales países importadores de la subpartida arancelaria 080610, luego de estudiar la data de importación respecto al periodo 2012 – 2021, es factible consolidar que estos son: (a) Estados Unidos, (b) Países Bajos, (c) Alemania y (d) Reino Unido, los cuales, según su constancia y valor importado durante los últimos diez años de estudio, se clasifican como los principales mercado destino, estos países lograron una importación mayor de los 500 mil miles de dólares.

2. El presente estudio se planteó seleccionar a los países competidores del Perú en la oferta exportable de la subpartida arancelaria 080610, consiguiendo en total a cinco principales países competidores por los mercados destinos seleccionados, para identificar a los países competidores se tuvo en cuenta la constancia exportadora de cada país, asimismo, una participación en valor promedio que supere el 10% durante los diez años de estudio, consiguiendo así como países competidores a: (a) Sudáfrica, (b) España, (c) Chile, (d) Italia y (e) México.

3. La presente investigación se planteó calcular el índice de posicionamiento de los países competidores en la oferta exportable con relación a la subpartida arancelaria 080610, después de seleccionar a los países competidores por mercado y apoyado por la teoría de competitividad de Fajnzylber (1988), se definió que (a) para el mercado de Estados Unidos, los primordiales países competidores obtuvieron valores entre -0.20142 y 0.96174 de posicionamiento, con esto se encontró que el 50 % de los países tendieron a colocarse en un valor positivo; (b) para el mercado de Países Bajos, los primordiales países competidores obtuvieron valores entre -0.10980 y 0.13081 de posicionamiento, con esto se halló que 66.7 % de los países obtuvieron un valor positivo, lo que indica que hay mayor competitividad en el mercado; (c) para el mercado de Alemania, los primordiales países competidores alcanzaron valores entre -0.09181 y 0.16131 de posicionamiento, en el cual se determinó que más del 50%

de los países alcanzaron un valor positivo, lo que indica un buen crecimiento de importaciones de uva fresca; por ultimo para el mercado de (d) Reino Unido, los primordiales países competidores alcanzaron cifras entre -0.10461 y 0.11896 de posicionamiento, en el cual se determinó que el 83.3 % de los países lograron una cifra positiva, lo que indica el dinamismo en las importaciones de uvas frescas, reflejado en el aumento de la participación de cada país competidor en el mercado destino mencionado.

4. La investigación busco calcular el índice de eficiencia de los principales países competidores en la oferta exportable con relación a la subpartida arancelaria 080610, luego de seleccionar a los países competidores por mercado destino y apoyado por la teoría de competitividad de Fajnzylber (1988), se estableció que para el mercado de (a) Estados Unidos, los primordiales competidores alcanzaron estimación dentro de -0.21850 y 0.91976 de participación, con esto se obtuvo que el 50% de los países alcanzaron un valor favorable en aumento, respecto al mercado de (b) Países Bajos, los primordiales países competidores alcanzaron estimación dentro de -0.012205 y 0.08731 de participación, es así que la mitad de países consiguieron valor beneficioso, para el mercado de (c) Alemania, los primordiales países competidores lograron estimaciones dentro de -0.10126 y 0.14923 de participación, es así que el 50% de países competidores obtuvieron un valor positivo, lo cual se ve reflejado en el aumento de la participación de sus exportaciones, para el mercado de (d) Reino Unido, los primordiales países competidores alcanzaron valores entre -0.11523 y 0.10569 de participación, es así que el 66.7% de países competidores alcanzaron un valor positivo, lo que quiere decir que su participación en las exportaciones mundiales ha se ha incrementado.

5. La investigación busco responder a la pregunta general, calcular el índice de inserción de la uva fresca peruana en la oferta internacional, específicamente bajo la subpartida arancelaria 080610, entre el periodo 2012-2021, luego del análisis de los resultados, se determinó que el Perú al hallar el promedio de sus resultados de los indicadores de eficiencia

y posicionamiento en los cuatro mercados internacionales, que a su vez fueron elegidos por su importancia para las importaciones globales del producto; y al representarlo en el eje cartesiano establecido por Fajnzylber (1988), particularmente en el producto bajo subpartida arancelaria 080610 se encontró en el cuadrante de inserción al mercado positivo, lo que expresa que el indicador de posicionamiento y eficiencia tuvieron resultados positivos, logrando asegurar que el Perú mejoro sus envíos al mercado internacional y además que su participación en las exportaciones globales se ha incrementado en los diez años de estudio en los principales mercados mundiales, alcanzando un indicador claro del valor competitivo del Perú en el mundo en lo que respecta a las uvas frescas.

Recomendaciones

1. Conociendo a los principales países importadores durante el periodo de investigación, se recomienda seguir la continuidad de estos países importadores, así como el cambio y el desarrollo del valor promedio de importación para visualizar a los principales mercados objetivo a tiempo.

2. Habiendo seleccionado a los principales países competidores del Perú respecto a las uvas frescas, se recomienda actualizar continuamente esta lista, tomando en cuenta sus relaciones comerciales internacionales y el valor de las exportaciones asociadas a las mismas, de manera que sea factible evaluar que países son considerados suficientemente competidores directos.

3. Luego de hallar los índices de posicionamiento y eficiencia de la uva fresca en los cuatro principales países destino, se recomienda que el gobierno Perú siga impulsando la exportación de productos agrícolas, con el apoyo de instituciones como MINCETUR, PROMPERU, ADEX y Cámara de Comercio, para así poder acceder a nuevos mercados destino y seguir posicionándonos en aquellos donde ya tenemos presencia.

Referencias

- Alfaro, H. (01 de 02 de 12). Unac. Obtenido de https://unac.edu.pe/documentos/organizacion/vri/cdcitra/Informes_Finales_Investigacion/IF_ABRIL_2012/IF_ALFARO%20RODRIGUEZ_FIEE.pdf
- Andina, P. (17 de 05 de 2022). *Point Andina*. Obtenido de <https://pointandina.pe/peru-consolida-su-liderazgo-global-en-uva/>
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigacion*. Caracas: Episteme.
- Balvín Calderón, E. S. (2016). Competitividad de la oferta exportable de la palta Hass (Persea americana) en el mercado de Estados Unidos.
- Bernal, C. (01 de 01 de 2010). *abacoenred*. Obtenido de <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodologia de la Investigacion administracion, economia, humanidad y ciencias sociales*. Bogota: PEARSON.
- Blasco, J., & Perez, J. (01 de 12 de 2007). *Rua*. Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/12270/1/blasco.pdf>
- Buendia. (15 de 12 de 2022). *Biblioteca*. Obtenido de http://biblioteca.itson.mx/oa/educacion/oa8/problema_investigacion/x8.htm
- Camino, S., Andrade, V., & Pesantez, D. (2016). Posicionamiento y eficiencia del banano, cacao y flores del Ecuador en el mercado mundial. *Ciencia*.
- Carrasco, S. (2015). Metodología de la Investigación Científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación(9na reimpresión ed.). Lima, Perú: San Marcos.
- Corvera, L. (11 de 05 de 2020). *Redagricola*. Obtenido de <https://www.redagricola.com/pe/uva-peruana-cuatro-anos-de-records/>

- Lazo Calanche, M. E. L., Coca González, D. V., & Carhuaz Casafranca, A. M. (2020). Competitive dynamics of peruvian grapes in the United States and the netherlands markets.
- Lupu, J., Carrasco, S., & Vasquez, K. (01 de 09 de 2020). *Bcrp*. Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-183/moneda-183-08.pdf>
- Luquez, P., & Fernandez, O. (2016). *La teoría fundamentada: precisiones epistemológicas*. Maracaibo: Cumbres.
- Maritere, N. (15 de 12 de 2022). *questionpro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-basica/>
- Mathews, J. C. (2009, junio). COMPETITIVIDAD El significado de la competitividad y oportunidades de internacionalización para las mypes. USAID/PERU/ MYPE COMPETITIVA. Recuperado de <http://www.crecemype.pe/Creceemype/docs/COMPETITIVIDAD.pdf>
- Mckenzie Atala, P. F. (2012). Análisis de competitividad de cerezas frescas de exportación chilenas.
- Milanés, O. G. (2018). MODELO DE FORMACIÓN POR COMPETENCIA PARA INVESTIGADORES. *UNIJUI*, 9-25.
- MINCETUR. (01 de 03 de 2018). *MINCETUR*. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/facilitacion_comercio_exterior/P_Uva.pdf
- Moreno, E. (03 de 03 de 2018). *tesis-investigacion-cientifica*. Obtenido de <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2018/03/delimitacion-temporal-en-una.html#:~:text=En%20ese%20sentido%2C%20la%20delimitaci%C3%B3n,la%20procedencia%20de%20los%20datos.>

- Mones, M. (15 de 06 de 2023). *comercioyaduanas*. Obtenido de <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/comopuedoimportar/que-es-importar/>
- MUNDIAL, B. (01 de 03 de 2018). *Bancomundial*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2018/03/01/banco-mundial-presenta-estudio-sobre-agricultura-en-el-peru>
- Ñaupas Paitan, H., Mejía Mejía , E., Novoa Ramirez, E., & Villagomez Paucar, A. (2014). *Metodología de la investigación* . Bogota: Ediciones de la U.
- Internacional Trade Center [ITC]. (2019). *Trademap*. Recuperado el 15 de Octubre de 2022
- Organización Mundial de Aduanas [OMA]. (1988). Facilitación de comercio. Retrieved Octubre 14, 2021, from <https://www.aduana.gob.ec/organizacion-mundial-de-aduanaoma>
- Organizacion Mundial de Aduanas. (14 de Octubre de 2021). *Aduana*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/organizacion-mundial-de-aduanaoma>
- Ortega, C. (28 de 12 de 2022). *questionpro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-longitudinal/>
- Paz, G. B. (30 de 07 de 2017). *Biblioteca*. Obtenido de http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf
- Rivas Tovar, L. A. (2011). Las nueve competencias de un investigador. *Investigación administrativa*, 40(108), 34-54.
- Sabino, C. (1992). *EL PROCESO DE INVESTIGACION*. Buenos Aires: El Cid.
- Schwartz, M., Ibarra, K., & Adam, C. W. (2007, November). Indicadores de competitividad de la industria exportadora chilena de Palta (aguacate). In *Memoria publicada en las actas del VI Congreso Mundial del Aguacate*.

Schwarz, M. (15 de 05 de 2014). *Max-schwarz.blogspot*. Obtenido de <https://max-schwarz.blogspot.com/search?q=estado+del+arte>

SUNAT. (2013). EXPORTACIÓN DEFINITIVA. Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/capacitacion/2013-1-SUNAT4-Exportacion%20definitiva.pdf>

Universidad Tecnológica de El Salvador. (07 de 12 de 2022). *biblioteca.utec*. Obtenido de <http://biblioteca.utec.edu.sv/observatorio/index.php/factores/insercion-internacional#:~:text=Refiere%20a%20una%20serie%20de,e%20internacionalizaci%C3%B3n%20de%20una%20econom%C3%ADa>.

Yzaga, M. (20 de 04 de 2021). *Redagricola*. Obtenido de <https://www.redagricola.com/pe/este-ha-sido-un-ano-de-valientes-yo-les-haria-un-tributo-a-todos-los-agricultores-de-uva-de-mesa-este-ano/>

Apéndice A

Matriz de consistencia

Título: Inserción al mercado internacional de la uva fresca peruana entre los años 2012-2021. Un análisis descriptivo del posicionamiento y eficiencia.			
Problema General	Objetivo General	Variables	Metodología
¿Cuál es el estado del índice de inserción de la uva fresca peruana en la oferta internacional, concretamente bajo la subpartida arancelaria 080610, entre el periodo 2012-2021?	Calcular el índice de inserción de la uva fresca peruana en la oferta internacional, específicamente bajo la subpartida arancelaria 080610, entre el periodo 2012-2021.	Variable 1: Índice de Inserción en la oferta internacional Componentes:	<ul style="list-style-type: none"> • Método general: Científico (Bernal, 2010) • Método específico: Analítico (Bernal, 2010) • Enfoque: Cuantitativo (Hernández et al., 2014) • Tipo: Básico (Ñaupas et al., 2014) • Nivel: Descriptivo (Hernández et al., 2014) • Diseño: No experimental (Hernández et al., 2010) • Alcance: Longitudinal. (Hernández et al., 2010) • Población: subpartida arancelaria 080610 • Muestra: principales países exportadores de la subpartida arancelaria 080610; principales países importadores de la subpartida arancelaria 080610, entre el periodo 2012-2021 • Tipo de muestreo: no probabilístico. (Ñaupas et al., 2014) • Técnica: Análisis documental (Cazares J., 2000) • Instrumento: Mapa de Inserción al mercado internacional (Autor, año) • Software de recolección de datos: MS. Excel • Software de procesamiento de datos: MS. Excel
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	<ul style="list-style-type: none"> • Índice de Posicionamiento • Índice de Eficiencia 	
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es el índice de posicionamiento que ha alcanzado la uva fresca peruana, específicamente bajo la subpartida arancelaria 080610, en la oferta internacional entre el periodo 2012-2021? • ¿Cuál es el índice de eficiencia que ha alcanzado la uva fresca peruana, específicamente bajo la subpartida arancelaria 080610, en la oferta internacional entre el periodo 2012-2021? 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar a los principales países importadores de la subpartida arancelaria 080610. • Seleccionar a los principales países importadores de la subpartida arancelaria 080610, con importaciones mayores a 500 miles de USD entre el periodo 2012-2021. • Seleccionar a los principales países exportadores de la subpartida arancelaria 080610 • Seleccionar a los países competidores en la oferta exportable de la subpartida arancelaria 080610, con participación mayor a 10 % en valor entre el periodo 2012-2021. • Calcular el índice de posicionamiento de los países competidores en la oferta exportable y el Perú. • Calcular el índice de eficiencia de los países competidores en la oferta exportable y el Perú. 		

Apéndice C

Participación en valor de las importaciones de Países Bajos del producto bajo subpartida arancelaria 080610

	Participación en %									
Exportadores	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Mundo	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Sudáfrica	31.9	32	32.7	29.2	29.2	32	30.3	30	35	35.1
Perú	9	10.4	14.2	16.7	12.9	11.6	17.9	17.7	16.6	20.9
India	5.4	7.9	7.7	6.8	13.5	12.7	11.9	14.8	11.7	11.3
Chile	20.9	19.6	18.5	14.7	11.3	12.1	11.7	8.6	9.4	6.3
Brasil	7.8	6	4.4	4.7	5.7	6.1	5.8	4.1	3.9	6.1
Egipto	5	3.8	4.4	6.6	6.6	6.9	5.3	6	5.4	5.5
España	2.2	1.7	1.7	2.7	3	3.1	3.5	5	4.7	3.5
Alemania	1.6	1.8	2.1	2.6	3.3	3.7	3.3	3.6	3.6	3.4
Italia	2.9	2.8	2.9	3.5	3.1	3	2.5	2.6	2.4	2.3
Namibia	4.2	5	5.7	4.9	4.2	3	3.8	3.6	2.3	2
Grecia	2	2.4	2.5	2.6	2.5	2.5	1.7	1.5	2	1.4
Francia	0.7	0.4	0.5	0.6	0.6	0.4	0.3	0.3	0.2	0.4
Bélgica	0.4	0.5	0.3	1.3	0.6	0.7	0.4	0.3	0.5	0.3
Zona Nepal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.3
Eslovenia	0.1	0	0	0	0	0	0	0.3	0.3	0.2
Türkiye	0.1	0.1	0.2	0.1	0.2	0.2	0.1	0.1	0.2	0.1

Apéndice E

Participación en valor de las importaciones del Reino Unido del producto bajo subpartida arancelaria 080610

	Participación en %									
Exportadores	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Mundo	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Sudáfrica	18.9	21.7	23.7	22.4	21.5	26.1	24.1	24.4	25.7	25.7
España	15.7	12.8	12.2	16.2	20.2	17.1	16.8	16.2	16.4	18.9
Perú	4.9	5.6	7.6	7.6	6.1	6	9.2	7.8	8.2	10.6
Egipto	10.8	7.5	6.8	8.1	8.4	7.5	7.7	8	9.3	9.4
Brasil	5.5	5.8	4	4.3	3.7	4	4.2	5.2	5.2	6.5
Chile	16.9	15.9	13	12.8	10	10.3	11	8.3	9.3	6.4
India	3.1	4.7	5.4	3.1	5.3	4.1	4.7	5.4	4.5	6.1
Italia	4.6	5.1	4.1	4.7	4.2	3.4	3.8	4.1	4.4	5.1
Namibia	2.2	2.3	2.5	2.5	2.8	3.1	2.9	3.6	3.1	4.5
Grecia	4	4.8	6.7	5.5	4.5	5.6	3.5	3.9	2.5	2.3
Países Bajos	4.9	6.6	4.4	3.6	4.6	3.6	4.1	4.2	2.8	2.3
Irlanda	0.1	0.2	0.4	0.3	0.4	0.5	0.5	0.3	0.5	0.8
Alemania	2	2.2	3.3	3.9	4.7	5.2	5.7	7.3	7	0.4
Türkiye	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2	0.3	0.3	0.4	0.3	0.3
Marruecos	1.2	0.7	0.4	0.6	0.4	0.2	0.2	0.2	0.1	0.3
Ecuador	0	0	0	0	0	0	0	0.1	0.1	0.1

Dinamarca	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Palestina. Estado de	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Indonesia	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Japón	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Jordania	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rep. Moldova	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Panamá	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Arabia Saudita	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Zimbabwe	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tailandia	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Túnez	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Macedonia del Norte	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Zambia	0.1	0	0.1	0	0	0	0	0	0
