



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Factores que influyen en las exportaciones de tarwi y
derivados peruanos en el periodo 2017 – 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Negocios Internacionales

AUTOR:

De La Cruz Aparicio, Hilda Jasmin (orcid.org/0000-0003-0557-2799)

ASESORA:

Dra. Navarro Soto, Fabiola Cruz (orcid.org/0000-0003-2123-8416)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

DEDICATORIA

Dedico esta investigación a mi madre a mi esposo e hijos ya que me han impulsado a seguir con mis metas y objetivos.

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios por brindarme la fuerza y perseverancia para continuar con mis objetivos también a mi madre porque sin su apoyo incondicional de forma moral no hubiera logrado escalar un peldaño más, también agradezco el apoyo infinito de mi asesora de tesis quien me guio para mejorar cada vez más para poder ofrecer un buen trabajo.

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presentamos ante ustedes el informe de investigación titulado “Factores que influyen en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017 – 2021”, cuyo objetivo principal fue determinar los factores que influyen en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017 – 2021. Asimismo, la hipótesis general fue que la diversificación del producto, diversificación de mercado y el precio son factores que influyen en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017 - 2021, en la cual sometemos a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el grado académico de Licenciado en Negocios Internacionales. La investigación consta de seis capítulos. El primer capítulo se expone la problemática del tema de estudio. Además, se formula las justificaciones, los problemas, los objetivos y las hipótesis, en el segundo capítulo se expone los antecedentes, las teorías relacionadas y los enfoques conceptuales, en el tercer capítulo se detalla el tipo y diseño de investigación, las variables y operacionalización, población, muestra y muestreo, técnicas e instrumentos de recolección de datos, procedimientos, método de análisis de información y aspectos éticos. En el cuarto capítulo se detalla los resultados obtenidos de la información adjuntada. En el quinto capítulo, se formula la discusión de los resultados obtenidos. En el sexto capítulo, se encuentran las conclusiones de la investigación y finalmente en el séptimo capítulo se da las recomendaciones para las próximas investigaciones futuras.



De la Cruz Aparicio, Hilda Jasmin

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Presentación	iv
Índice de contenidos	v
Índice de tablas	vi
Índice de gráficos y figuras	vii
Índice de anexos	viii
Resumen	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	8
III. METODOLOGÍA	20
3.1. Tipo y diseño de investigación	21
3.2. Variables y operacionalización	22
3.3. Población muestra y muestreo	23
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	23
3.5. Procedimientos	24
3.6. Método de análisis de datos	24
3.7. Aspectos éticos	25
IV. RESULTADOS	27
V. DISCUSIÓN	27
VI. CONCLUSIONES	43
VII. RECOMENDACIONES	45
REFERENCIAS	47
ANEXOS	55

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estadísticos descriptivos de las variables utilizadas	28
Tabla 2. Prueba de normalidad de kolmogorov smirnov	29
Tabla 3. Correlaciones entre la variable dependiente con las independientes. ...	30
Tabla 4. Contraste de Hipótesis Específica 1	31
Tabla 5. Contraste de Hipótesis Específica 2	32
Tabla 6. Contraste de Hipótesis Específica 3	33
Tabla 7. La diversificación del producto influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021	33
Tabla 8. La diversificación del mercado influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021	35
Tabla 9. El precio no influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021	36
Tabla 10. Resumen de los resultados.....	38

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Figura 1. La diversificación del producto influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021	34
Figura 2. La diversificación del mercado influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021	35
Figura 3. El precio no influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021	37

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Matriz de operacionalización de las variables	56
Anexo 2: Matriz de consistencia.....	58
Anexo 3: Validación de instrumentos	60
Anexo 4: Valor nutricional de legumbres secas.....	66
Anexo 5: Otros anexos: Datos obtenidos de Kunaq.....	67

RESUMEN

El tarwi es un producto ancestral registrado en Indecopi. El problema de la investigación ha sido ¿Cuáles son los factores que influyen en las exportaciones de tarwi y derivados en el periodo 2017 - 2021? El objetivo de la investigación fue determinar los factores que influyen en la exportación de tarwi peruano durante el periodo 2017 - 2021. La investigación fue de tipo aplicada, de diseño no experimental y longitudinal de tendencia. Se utilizó una muestra censal de 105 registros de exportaciones de tarwi. Los resultados obtenidos fueron que la diversificación de producto y la diversificación de mercado influyeron en las exportaciones del tarwi y sus derivados peruanos ($r_s=0.421$, $p=0.000 < 0.005$; $r_s=0.010$, $p=0.023 < 0.005$) respectivamente; Por otra parte, el precio no influyó en las exportaciones del producto investigado. En conclusión, se determinó que las exportaciones del tarwi fueron influenciadas por la diversificación del producto: (a) chocho con valor agregado; (b) chocho seco; (c) mixtura de tarwi; (d) tarwi salmuera; (e) harina de tarwi; y por la diversificación del mercado: 10 mercados, en especial: (a) España y (b) Ecuador. Se recomienda estudiar las tendencias del mercado considerando el cambio climático y la demanda mundial de productos.

Palabras clave: tarwi, diversificación del producto, diversificación de mercado, precio.

ABSTRACT

Tarwi is an ancestral product registered with Indecopi. The research problem has been: what are the factors that influence the exports of tarwi and derivatives in the period 2017 - 2021? The objective of the research was to determine the factors that influence the export of Peruvian tarwi during the period 2017 - 2021. The research was of an applied type, of a non-experimental and longitudinal trend design. A census sample of 105 tarwi export records was used. The results obtained were that product diversification and market diversification influenced exports of tarwi and its Peruvian derivatives ($r_s=0.421$, $p=0.000 < 0.005$; $r_s=0.010$, $p=0.023 < 0.005$) respectively; on the other hand, the price did not influence the exports of the investigated product. In conclusion, it was determined that tarwi exports were influenced by the diversification of the product: (a) lupine with added value; (b) dry lupine; (c) tarwi mixture; (d) tarwi brine; (e) tarwi flour; and due to market diversification: 10 markets, especially: (a) Spain and (b) Ecuador. It is recommended to study market trends considering climate change and global demand for products.

Keywords: tarwi, product diversification, market diversification, price.

I. INTRODUCCIÓN

Los cereales andinos representaron un crecimiento económico no en gran capacidad, pero sí ha traído oportunidades comerciales, en relación a la globalización y a la creciente demanda internacional de cereales y harinas nutricionales, uno de estos es el tarwi peruano que a nivel mundial ha mejorado, el cual ha abierto los ojos a muchos peruanos para innovar y procesar de diversas maneras el tarwi.

A nivel internacional, se ha resaltado el valor nutricional que este posee y que ha sido beneficioso para algunos países como Bolivia, Ecuador y Perú quienes son los principales exportadores de esta legumbre cabe resaltar que Bolivia ha sido uno de los principales acopiadores y que además se encargan de exportar directamente a otros países mediante la cadena de tiendas ecológicas y empresas que venden alimentos orgánicos y saludables, ha sido favorable para Perú durante los años 2018-2019 ya que ha desplazado a Bolivia con una diferencia de valor del 5%, pero incrementó el 22% de su volumen en relación al tarwi peruano, de esta manera Perú se ha posicionado como el primer exportador de esta legumbre durante los últimos años de tal manera también se ha logrado analizar sobre las variables de los factores que intervienen en la exportación tales como producción, cosecha, precios internos y externos, países destino, empresas exportadoras, diversificación del producto, entre otros (Midagri, 2021).

Los funcionarios de la Sunat sostuvieron que el crecimiento favorable que ha demostrado el tarwi se ha realizado mediante los factores mencionados en el párrafo anterior, este ha logrado que se incrementen las exportaciones a diversos países, que el Perú ha logrado exportar a Ecuador el tarwi sin transformaciones seguidamente a España y a Estados Unidos con la exportación en su mayoría como harina de tarwi, El Perú muestra una alta competitividad mediante las exportaciones abasteciendo a Bolivia para sus exportación de tarwi esto se refleja en los volúmenes exportados y el aporte de la producción para poder cubrir la demanda y el precio competitivo que tiene esta legumbre para poder ser líder en los mercados. Para la Cámara de Comercio (2021), el mejoramiento de las exportación de tarwi se ha desarrollado de forma satisfactoria durante los últimos años que el gobierno peruano se ha trazado un objetivo para este año 2022 el cual tiene como meta

duplicar las exportaciones, en el año 2021 las exportación de tarwi y derivados tuvieron un total de US\$ 35,000 dólares, el cual determinó el crecimiento desde el año 2018, cabe mencionar que el Perú se posicionó como el principal proveedor mundial de tarwi y derivados desplazando a Bolivia con una diferencia del 1.2% en las exportaciones durante el periodo 2018, por ende esto apoyo en el crecimiento del país y la estabilidad de los agricultores peruanos (Sunat, 2021).

Se mostraron investigaciones anticipadas con respecto a la temática estudiada: Alva y Chávez (2018) resaltaron la viabilidad que ha teniendo el tarwi procesado en snack mediante encuestas y degustaciones a los consumidores en México, ciertamente pueden exportar este producto transformado aportando beneficios mediante una investigación mejor planteada ya que no existe mayor investigación, sobre los factores más importantes que intervienen en las exportaciones de tarwi y derivados. Por otro lado, existen investigaciones que todavía no han sido desarrolladas, pero conservan el encadenamiento con la temática; Manyandia et al. (2017) mencionaron sobre el incremento de las exportaciones de granos andinos entre ellos el tarwi hacia diversos países de América puesto que es importante resaltar la comparación del año 2019 quien registra que el tarwi incrementó en un 12% en cuanto a sus exportaciones y que el Perú es uno de los pioneros en exportar granos andinos seguido de Bolivia.

Según Sarafadeen y Akanle (2020) la justificación ayudo a determinar por qué la investigación es importante y de este modo genera el convencimiento a los interesados sobre el desarrollo del tema de investigación, ya que esta misma podrá ser utilizada para resolver un problema de ámbito práctico, teórico, entre otros.

Esta investigación tuvo una justificación económica puesto que fue de apoyo para las pymes, exportadores y estudiantes interesados en la exportación de tarwi y derivados que facilitaron información específica sobre los factores que inciden en las exportaciones y que impulsen al Perú para que esta pueda brindar mayor competitividad con este producto el cual es el tarwi así también obtener mayores ingresos económicos, brindando información confiable que aporte en los

conocimientos con la ayuda de datos del producto y el cual se puedan avalar en sus investigaciones. De esta manera se apoyará como fuente principal para los empresarios, consumidores y países de destino, lo cual concuerda con Ñaupas et al. (2018).

La investigación tuvo una justificación teórica en el análisis de exportaciones, destacando los factores más relevantes que contribuyeron al conocimiento teórico de las variables estudiadas; por otro lado, el contenido contribuye a la investigación de diferentes autores que buscan conocer sobre la exportación de otro producto lo que concuerda con Maldonado (2018).

La investigación tuvo una justificación práctica en el análisis de decisión que sirvió como motivación a muchos emprendedores que actualmente desean realizar exportaciones de cereales andinos; desde este punto de vista aporta a la práctica de evaluaciones documentarias para poder tener un panorama de las exportaciones lo que concuerda con Fernández (2020).

La investigación tuvo una justificación metodológica en el uso de un análisis documental para verificar cuales son los factores que inciden en las exportaciones con el apoyo de recolección de datos de exportación de tarwi y derivados, sin embargo, el uso de una ficha digital es idónea para la metodología de investigación.

La pregunta del problema de investigación se determinó en base a el planteamiento del problema general el cual fue el siguiente: ¿Cuáles son los factores que influyen en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017 - 2021? Los problemas específicos han sido:

- **PE1:** ¿La diversificación del producto es un factor que influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017 - 2021?
- **PE2:** ¿La diversificación de mercado es un factor que influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017 - 2021?

- **PE3:** ¿El precio es un factor que influye en la exportación de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021?

De acuerdo a lo plasmado en párrafos anteriores, el objetivo general de la investigación ha sido: Determinar si la diversificación del producto, la diversificación de mercado y el precio son factores que influyen en las exportaciones de tarwi y derivados en el periodo 2017 – 2021.

- **OE1:** Determinar si la diversificación del producto influye en las exportaciones del tarwi y sus derivados peruanos en el periodo 2017-2021.
- **OE2:** Identificar si la diversificación de mercado influye en las exportaciones del tarwi y sus derivados peruanos en el periodo 2017-2021.
- **OE3:** Analizar si el precio influye en la exportación de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021.

La hipótesis general de la investigación fue: La diversificación del producto, la diversificación de mercado y el precio son factores que influyen en las exportaciones de tarwi y derivados en el periodo 2017 – 2021.

Variables independientes:

X1: Diversificación del producto.

X2: Diversificación de mercado.

X3: El precio

Variable dependiente:

Y1: Exportación de tarwi y derivados

- **HE1:** La diversificación del producto influye en las exportaciones del tarwi y sus derivados peruanos en el periodo 2017-2021.

Al respecto, Ramírez y Espitia (2000) consideraron las variables diversificación de productos y la diversificación internacional como factores que intervienen en la exportación, ya que al brindar variedad de productos específicos con la misma cantidad de valor nutricional el cual apoyará en difundirse de manera internacional y por ende influirá significativamente en las exportaciones.

- **HE2:** La diversificación de mercado influye en las exportaciones del tarwi y sus derivados peruanos en el periodo 2017-2021.

Cos et al. (2021) examinaron la influencia de factores externos en la elección de mercados exteriores en su tendencia de diversificación, tomando como muestra sustancias específicas de exportación. Los resultados mostraron que la diversificación de mercado se configura como variable que incide en la diversificación de los destinos de exportación.

- **HE3:** El precio influye en las exportaciones del tarwi y sus derivados peruanos en el periodo 2017-2021.

Mauricio (2019) sostuvo que para fijar los precios del snack de tarwi, se debe optar por el método del pricing, el cual permite brindar el precio de un producto acorde al mercado. El precio de mercado es de 3.67 dólares la unidad de 100 gramos (3.5 onzas), el cual se obtuvo con la base de distintos precios de la competencia. Adicionalmente tuvo como resultado que el precio no influyó de forma significativa en las exportaciones de tarwi a Estados Unidos.

Es de suma importancia para los Negocios Internacionales derivar el tarwi mediante factores como la diversificación de mercado, diversificación de producto y el precio ya que mediante los cambios climáticos que se viene atravesando, son muchos los países que podrán producir el tarwi y de alguna manera esto perjudicaría en cuanto a las exportaciones, es por ello al crear o brindar un valor agregado al tarwi y luego patentarlo en Indecopi ayudara a que sea mucho más difícil para aquellos competidores que quieran producir un producto similar al nuestro ya que de esta manera será una ventaja más para los futuros exportadores.

Por su parte, Calderón (2017) considero en su propuesta de exportación de tarwi factores como acceso de mercado, tamaño de mercado, precio en el país de destino comercio transfronterizado.

El presente estudio presentó ciertas limitaciones para un mejor desarrollo así también como entrevistas a empresas y microempresarios conocedores de este tema de forma presencial por la coyuntura actual que no nos permitiera recolectar datos más precisos.

II. MARCO TEÓRICO

En el progreso de este informe se tomó en cuenta varios puntos importantes sobre la falta y el impulso al mejoramiento de exportaciones de alimentos andinos en el Perú, tomando en cuenta a uno de ellos en cuanto a las oportunidades que inciden para poder exportar, los autores que se verifican en los antecedentes mostraron como las exportaciones son un gran beneficio para el incremento de la economía en un país impulsado con el tarwi y como ayudan en cuanto a las investigaciones realizadas. Las teorías a mencionar en este capítulo son: diversificación de productos, diversificación de mercado y precios. Estas permitirán al lector entender el marco conceptual general en el cual se podrá comprender el presente estudio.

Brita et al. (2022) evaluaron el uso de alimentos, los cultivos y conocimientos tradicionales para un aporte medicinal con el uso de granos andinos. Utilizaron como muestra a 96 informantes en gran parte de exportadores de legumbres y agricultores. Los resultados indicaron que a la mayoría de los agricultores se les ha pagado muy poco por el sembrío de sus legumbres el costo ha sido modificado de acuerdo al embalaje y transformación de las mismas, es por ello que para poder llegar al cliente se brinda el producto con un mayor valor, pero es manejable ya que gran parte de las exportaciones de legumbre aportaron un regular margen de ganancia. Del mismo modo, recomendaron la importancia de inspeccionar la elevación de precios que ha tenido durante los últimos años para de esta manera no ser afectado en algún momento.

Zsögön et al. (2021) estudiaron aquellos métodos de mejora en la diversidad de legumbres para apoyar a la alimentación de la humanidad. Utilizaron una muestra que aportó en enfrentar a la inmensa población que estuvo proyectada con más de 10,000 millones de habitantes para el año 2050. Los resultados mencionaron que se deben activar rutas palpables que aporten en brindar alimentos nutritivos y con altos beneficios alimentarios tomando en cuenta que el clima y el medio ambiente vienen presentando variaciones por la alta contaminación ambiental. Asimismo, se recomendó tomar mayor consideración a los agricultores y buscar recursos que aporten en la mejora de las estrategias para que de esta

manera puedan seguir ofreciendo productos tradicionales y no tradicionales a nivel internacional.

Analuisa et al. (2020) analizaron los beneficios de la cadena de valor del tarwi para el mercado internacional en el país de Ecuador. Utilizaron como muestra el sector agroalimentario y el rol que cumple la tecnología en su comercialización durante los últimos 5 años. Los resultados mencionaron que para lograr la mejora continua se debe realizar prácticas de forma competitiva y los resultados del año en la investigación influyeron de manera positiva en la diversificación de mercado ya que de esta manera se pueden crear vínculos de forma interna y externa. Asimismo, recomendaron la importancia de impulsar a los exportadores en capacitarse para de esta manera tener una mayor competitividad en el mercado internacional.

Nagly et al. (2020) analizaron sobre las exportaciones, el ingreso a diversos países y el desempeño que este obtuvo en las exportaciones por lo cual han ofrecido un impacto positivo estadísticamente significativo. Utilizaron una muestra aleatoria de 81 empresas exportadoras en su mayoría emprendedoras en la que la exportación de productos ha tenido una participación de más del 20%. Los resultados mencionaron que la diversificación de mercado influye de forma favorable en las exportaciones siempre en cuando este cumpla con la capacidad de establecer lazos internacionales, ajustándose a la producción sin demora y ofreciendo los productos en el tiempo pactado. Asimismo, recomendaron la significancia de mejorar el desempeño del exportador con el fin de innovar sus estrategias en el desarrollo internacional.

Kebede (2020) analizó la relación de estrategias y oportunidades para una mejor producción y productividad de legumbres. Utilizó una muestra de 150 artículos que explican sobre la producción de legumbres de granos y el sistema de producción de los factores que apoyan en mejorar su diversificación. Los resultados indicaron que a pesar de que estas leguminosas tienen mucha carencia en ser conocida por los mercados internacionales estas influyen en la diversificación del producto ya sea para el uso alimentario, semillas y cultivos. De la misma forma recomendó incrementar técnicas que apoyen en mejorar la producción y

simultáneamente crear una mejor presentación en los empaques y promoción de estas legumbres para de esta manera tener más captación en futuros mercados.

Pantoja et al. (2020) estudiaron las diversas características que contiene la harina de tarwi para impulsar su industrialización. Utilizaron una muestra obtenida del instituto de investigación tecnológica en el rubro de productos agroindustriales de la Universidad Nacional del Santa. Los resultados determinaron de la harina de tarwi contiene altas proteínas y puede ser considerado como materia prima el cual influye en el aporte de diversificación de nuevos productos a base de tarwi. Asimismo, recomendaron verificar las posibles variedades de productos a base del tarwi y un mayor desarrollo para la exportación de estas mismas.

Adnan et al. (2020) analizaron la diversificación del producto en base a la exportación para poder alcanzar una mejor eficiencia. Utilizaron datos secuenciales sobre una cantidad de años, por lo que de esta manera se ofreció un análisis con mayor experiencia y detallado. Los resultados que obtuvieron de los países analizados por la diversificación de productos emplearon técnicas de regresión y una estimación secuencial. Asimismo, recomendaron analizar las variedades de productos que se puede ofrecer en la exportación a países más desarrollados con el uso de una estrategia apropiada para de esta manera lograr mayor eficacia y obtener un desarrollo internacional.

Ganievna y Xusniddin (2019) analizaron los principales desafíos para obtener mayor oportunidad y la disponibilidad de variedades de productos para el mercado internacional. Utilizaron un modelo económico que apoye en analizar las diversas exportaciones de hortalizas legumbres mediante criterios económicos el cual se tomó desde el año 1998 al 2017. Los resultados indicaron que son muy pocos países quienes conocen el sabor de las legumbres, pero esto puede mejorar en cuanto a su distribución mediante la diversificación de productos. Asimismo, recomendaron que se debe buscar cubrir la necesidad mediante creación de sistemas logísticos con el uso de la tecnología moderna y el uso de un comercio intermodal comenzando con la exportación a los países más próximos al de origen.

Gulisano et al. (2019) analizaron sobre los beneficios alimentarios y de salud que brinda el *Lupinus mutabilis*. Utilizaron una herramienta molecular que tiene como recurso al germoplasma y al cultivo proteico del tarwi. Los resultados indicaron que en gran parte de la región andina existe una diversificación de productos a base de chocho el cual son elaborados en harinas, leches y margarinas. Asimismo, recomendaron consumir el chocho como una alternativa para reemplazar a la soja ya que este satisface y cubre las mismas necesidades en cuanto a proteínas y vegetales en Europa, el chocho contiene mayor cantidad de proteínas.

Navia et al.(2019) analizaron las características del tarwi por el alto valor nutritivo que posee y por el cual este se ha ido expandiendo a diversos países. Utilizaron una muestra de los componentes que esta legumbre posee y también sobre las variedades que se produce a través de estos *lupinus*. Los resultados mencionaron que este producto se puede ver afectado ya que al producirse en otros países existirá una mayor competencia de precios y este podrá verse afectado en cuanto a las exportaciones. Asimismo, recomendaron la importancia de proteger a los productos mediante patentes, para que de esta manera sea más difícil para otros países o productores internacionales en sembrar y sacar al mercado estas legumbres.

Vlado (2019) estudió la diversificación en la exportación y como interviene en los mercados internacionales. Utilizó una evaluación de los mercados a los cuales han sido exportados durante los últimos 5 años, poniendo a prueba la relación de las exportaciones y sus diversificaciones. Los resultados mostraron que el nivel de los patrones de exportación durante los 4 años estudiados tiene una muy buena concentración en cuanto a la diversificación de mercado, y que de esta manera se ha clasificado a un mejor nivel sus exportaciones. Asimismo, recomendó la importancia de buscar una forma más lógica para que puedan avanzar los exportadores mediante la participación del vendedor en diversos países de acuerdo a las medidas que rigen los países ya sea por un largo o corto plazo.

Gamboa y Broeck (2018) analizaron la importancia del manejo del valor de las legumbres en cuanto a sus variedades en las sierras peruanas. Utilizaron como muestra diversos productos tradicionales de la región de Junín, ubicado en el país peruano durante los años 2012 hasta 2013, poniendo a prueba los factores más importantes para la distribución de estas legumbres. Los resultados indicaron que al modificar los precios de forma constante en la exportación estas no intervienen en los consumidores ya que al mantener una variedad de productos a base de legumbres se han logrado intercambiar de producto que contenga similares características. Del mismo modo, recomendaron la necesidad de verificar un plan de mejora en cuanto a sus precios para que de esta manera no se presente una desventaja ante otros posibles competidores.

Barrientos (2017) analizó la diversificación del producto en el sector de granos andinos. Utilizó una muestra sobre la demanda internacional de la exportación de commodities durante los años 2003 al 2019. Los resultados indicaron que la diversificación del producto influye en la exportación y para ello se deben de realizar transformaciones en el producto no tradicional para poder ofrecer mayor rotación de los productos. Asimismo, recomendó tener la capacidad para la creación e innovación de productos que permitan generar mayor economía y bienes en un país.

Pérez et al. (2022) estudiaron la elaboración de bocaditos a base de quinua tarwi y camote. Utilizaron una muestra de encuestas a los futuros posibles consumidores de esta fusión y otra galleta de una reconocida marca. Los resultados de la fusión indicaron que esta fusión de cereales andinos influye en la mejora de la alimentación desde niños hasta adultos el cual al tener una alta aceptación se podría exportar a otros países. Asimismo, recomendaron realizar estudios previamente antes de realizar una exportación para no tener dificultades de ser aceptado por el consumidor internacional.

Espinoza (2020) analizó sobre la evolución y la diversificación del tarwi, el gran potencial que posee y por el cual debería mejorar su exportación. Utilizó como muestra encuestas en lugares que ofrezcan productos similares al tarwi y

derivados. Los resultados determinaron que el chocho se puede consumir directamente como snack y como ingrediente de diferentes maneras en ensaladas, hamburguesas etc., otra de las maneras para consumir el lupinus es de acuerdo a la extracción de su aceite y en cuanto a la elaboración de leches y yogures. Asimismo, recomendaron la necesidad de buscar una alianza que aporte en procesar esta legumbre y de esa manera impulsar al incremento de su consumo.

Carrasco y Valencia (2019) analizaron sobre el enfoque agroalimentario y el mejoramiento del sector andino en el Perú. Utilizaron una muestra de todas las exportaciones de tarwi en el período 2000-2017, los cuales fueron 453 registros de partidas arancelarias. Los resultados mencionaron que durante el 2017 dentro de las cosechas el tarwi tuvo una tercia parte de 100,000 toneladas de cosecha y que en su mayoría las empresas peruanas se dedican a la transformación y procesamiento del chocho. Asimismo, recomendaron la diversificación ya que hubo una disminución en la producción del 1% anual entre 2000 y 2006, el cual se debe de usar las ventajas alimenticias para obtener mejores resultados en las próximas exportaciones.

Córdova y Morales (2019) analizaron cómo fijar las características del mercado potencial donde se ofrecerá el cereal a base de hojuelas de tarwi. Utilizaron una muestra de 56 personas que indicaron los gustos y referencias importantes para los granos andinos esencialmente del tarwi. Los resultados evidenciaron que las personas usadas en la muestra tienen interés por este producto y están de acuerdo en adquirirlos en lugares accesibles como supermercados y bodegas. Asimismo, recomendaron ingresar con precios accesibles y menor a la competencia cubriendo los sectores de clase b,c y d que en su mayoría son la gran parte de la población.

Castañeda (2019) analizó sobre las actividades económicas en escala de los productores de tarwi en la región de Cajamarca. Utilizó una muestra de las deficiencias que tiene el sector productivo para la producción de tarwi y el reconocimiento de los factores que impulsarán al éxito de sus exportaciones. Los resultados mencionaron que la implementación de sistemas asociativos contribuyó

a mejorar la producción y competitividad del tarwi mejorando los resultados en cuanto a las exportaciones y fuentes externas con financiamientos para cubrir la demanda exportadora. Asimismo, recomendó que al ser una fuente directa de las exportaciones con los costos más bajos se debe realizar un estudio para mejorar los precios internacionales ante la competencia y generar mayor crecimiento internacional.

Arismendez et al. (2018), analizaron sobre las estrategias para incrementar la exportación del tarwi al mercado internacional. Emplearon como muestra la comparación de precio de la competencia y del mismo para poder realizar una evaluación y mejoramiento para futuras negociaciones con los consumidores. Los resultados indicaron que se puede realizar una variación en los precios finales ya que el Perú tiene una alta demanda de producción del tarwi y gran margen de ganancia. Asimismo, recomendaron la importancia de diferenciar al producto mediante la presentación para su exportación y reforzar los valores nutricionales que este posee.

Mercado (2018) analizó sobre los beneficios que tiene el tarwi para poder impulsar su exportación. Utilizó un foro virtual de las ventajas del tarwi y las integraciones entre los países que más producen esta legumbre, abriendo un debate con preguntas sobre qué tanta información se tiene sobre el chocho. Los resultados indicaron que este foro incrementó su consumo al nivel nacional y seguidamente internacional, promovió mayores investigaciones para un mejor uso e innovación con el chocho, aumentó su producción por el consumo anual. Asimismo, recomendó realizar una profunda investigación sobre la importancia de este producto para poder incrementar las exportaciones reconociendo que es un producto que no necesita de mucho procesamiento y es saludable para los diabéticos.

Escobar (2017) analizó sobre la exportación del chocho pelado hacia España mediante un estudio que aportaría rentabilidad. Utilizó un grupo de datos que aportaron en determinar el nivel de interés de la población española. Los resultados indicaron que este producto podría tardar en tener adaptación y mayor aceptación

en España. Asimismo, recomendó brindar un valor agregado al producto para que este tenga una mejor apariencia y sea aceptado por los españoles.

Los mercados de exportación de tarwi y derivados han sido principalmente Estados Unidos, España y Ecuador. Las regiones con mayor producción de este producto han sido La libertad, Cusco, Apurímac, Compro Impex S.A.C y Arpusa Inversiones S.A.C son las principales empresas que se encargan de exportar este producto de forma natural y transformada apoyándose en campañas publicitarias para dar a conocer sobre los beneficios de este producto (Midagri, 2021, p.12).

Los funcionarios de Siicex sostuvieron que la exportación es la salida de mercancías del territorio aduanero de un país con destino, llevando productos o servicios, cumpliendo requisitos para ingresar al nuevo país. El estado es el que se encarga de regular y controlar su ingreso. (Siicex, 2016)

El tarwi es una legumbre y este es utilizado en las comidas andinas en el Perú, se cultiva en las principales provincias del Perú en alturas de 2.000 y 3.800 metros en climas templados y friolentos, brinda un alto contenido de proteínas, mucho más que la soya se enfoca en la alimentación de los niños y adolescentes y en el departamento de Ancash ha apoyado en su mayoría a los campesinos en el sector económico gracias a la comercialización de este producto (Tapia, 2015, p.5).

El tarwi es un cultivo milenario que inicia como parte de una dieta alimentaria en las regiones de la sierra peruana, esta legumbre es reconocida por las proteínas que posee ayuda a combatir con los altos rangos de desnutrición, para dar a conocer mejor sobre este producto es necesario el apoyo a los cultivadores para que de esta manera cumplan con las características directas de exportación (Midagri, 2021, p.3).

Es importante destacar que el tarwi posee como uno de sus derivados a la harina de tarwi en polvo, una fuente muy confiable como Veritrade (2021) mencionó que el tarwi no solo es consumido y exportado de forma natural, también se exporta

como chocho en salmuera y harina, ese producto a comparación de otras legumbres trae mayor beneficio para la salud ya que posee altas proteínas.

Exportación: La exportación, consiste en la comercialización de bienes y servicios fuera de un territorio con el fin de incrementar la economía empresarial y la de un país para poder ingresar a un nuevo territorio es indispensable cumplir con los requisitos que solicita el país de destino (Ros, 2017, p.3).

Valero, Rodenes y Rueda (2016) definieron la exportación como aquella que consiste en la comercialización de bienes y servicios fuera de un territorio con el fin de incrementar la economía empresarial y la de un país para poder ingresar a un nuevo territorio es indispensable cumplir con los requisitos que solicita el país de destino.

Lerma y Márquez (2010) definieron la exportación como la extracción de un bien o servicio que se envía a otro país el cual se define legalmente por el monto, el costo que implica y la cantidad necesaria de dinero. De la misma forma Assereto (2017) sostuvo que la exportación es aquel régimen aduanero es cual se puede aplicar a todas aquellas mercancías que circulan de forma libre que salen de su lugar de origen o país para ser usado o consumido en el mercado exterior.

Los funcionarios del Mincetur mencionaron que la exportación trae grandes beneficios económicos para un país mediante la comercialización de productos o servicios, esto se dará siempre en cuando estos tengan permanencia en la diversificación de mercado (Mincetur, 2021).

Flores (2016) mencionó que es importante reconocer que la exportación brinda mayor solvencia a un país, es por eso necesario indagar qué productos cumplen con los requisitos y características para iniciar su comercialización.

Diversificación del producto: La diversificación es el desarrollo o modificación de un producto nuevo en el mercado internacional para poder mejorar su potencial y de esta manera atraer y ampliar su mercado objetivo (Duplesis et al., 2022, p.1017).

Para Riveros (2004) la diversificación del producto es un método que se produce de la necesidad de poder cubrir o perseverar como empresa, este comienza cuando una entidad quiere incrementar los productos que brinda en el mercado, y cuando desea expandirse con la exportación y también se presenta cuando se requiere cooperar dentro de la cadena de valores es importante para poder perseverar en un país desconocido.

Diversificación de mercado: La diversificación del mercado es la evaluación que se realiza y el porcentaje que representa en cada país, esto apoya a la empresa exportadora a poder obtener un porcentaje aproximado de su rentabilidad (Canelo et al., 2018, p.56).

Para Pesantes (2012) las personas en general no siempre tienen las mismas costumbres ni tradiciones, es por ello que antes de ingresar a un nuevo mercado se debe de realizar un estudio para constatar que un producto sea aceptable

La selección de una diversificación de mercado o zona geográfica donde se quiere llegar a poner un negocio o producto, menciona (Inbound, 2020, p.8) debe de ser determinado mediante datos que serán recopilados de forma social, política y económica en cada país, en el que el empresario o microempresario deberá analizar porque el interés de poner su producto en dicho país.

Cabe mencionar que es favorable para un empresario expandirse a nivel mundial siempre cumpliendo los requisitos y características de un cliente para de esta manera mantenerse en el mercado, según (CEPAL, 2018, p.15).

Precio: El precio, se define como el valor monetario que se le otorga a un producto, este también indica la cantidad de bienes o servicios necesarios de efectivo para poder adquirirlo (Cisneros et al., 2022, p.84).

Para Agudelo et al. (2022) el consumidor es una persona sensata que toma conciencia sobre el proceso que pasa un producto y por el cual analiza la composición de este para luego realizar su mejor elección y su satisfacción

personal, el cliente siempre escoge la mejor elección para su vida y por el cual paga un valor justo por lo que va consumir.

Guzmán (2018) mencionó que los productos o servicios deben contener eficacia como la aplicación de recursos siempre prevaleciendo el bienestar del consumidor, otorgando el valor de los productos, permitiendo el bienestar de individuos, siempre al margen de la economía sin perder el valor necesario de un producto.

Mejía (2016) sostuvo que es un elemento fundamental que mide el valor y relaciona los beneficios percibidos entre los precios y costos, este indica que un producto cumple con los beneficios rígidos para el consumidor. Este es un elemento que puede afectar la satisfacción, porque cuando los clientes que valoran el valor a menudo consideran el precio (Anderson, Fornell y Lehmann, 1994, p.86).

El precio bruto o total de un bien o servicio es su valor real. Cabe señalar que este monto no incluye impuestos, ni deducciones o descuentos. El precio fijado por la empresa está comprometido a cubrir sus costes y dejar un margen de beneficio suficiente para que la empresa sea sostenible (Sunat, 2020).

III. METODOLOGÍA

En este capítulo, se detalló la metodología de investigación el cual es un marco de suma importancia, puesto que con una adecuada estructuración permite la seguridad de resultados reales. Por ende, fueron tomados en cuenta los puntos que fueron elaborados en este capítulo.

3.1. Tipo y diseño de investigación

La investigación fue de tipo aplicada puesto que tuvo como finalidad la resolución del problema planteado, enfocándose en la búsqueda y fortalecimiento del conocimiento. Rivera (2019) sostuvo que este tipo de investigación ha sido posicionado para dar solución a los problemas, aportar resultados superiores y brindar resultados positivos del problema presentado en párrafos anteriores mediante la formulación de estrategias. El presente estudio busca revelar las distintas presentaciones de exportación del tarwi y derivados peruanos, asimismo los factores que influyen en las exportaciones a los diversos mercados a nivel mundial.

El enfoque de esta investigación fue cuantitativo puesto que en la investigación se recopiló información de las exportaciones peruanas de tarwi durante el periodo 2017 -2021, analizando los factores que influyen en las mismas. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) sostuvieron que se debe de considerar la información obtenida mediante objetivos que aporten en el proceso lógico para la medición numérica y la elaboración de estadísticas, se experimentan hipótesis previas ya formuladas, este proceso se agrupa con prácticas de la ciencia natural y este debe especializarse en la investigación de casos con el objetivo de adquirir resultados que aporten en difundir la investigación.

Por otra parte, el diseño empleado en la presente investigación fue no experimental. Álvarez (2020) sostuvo que el diseño es no experimental puesto que las variables en estudio no pueden ser manipuladas, ni expuestas, sólo se observan y analizan aquellas teorías o hechos que ya existen, para luego ser estudiados.

A su vez, el autor señaló que la investigación de corte longitudinal de tendencia estudia ciertas características de las variables a lo largo del tiempo y de periodos con el fin de observar algún tipo de cambio y comparar resultados. Según lo expuesto, el presente estudio es de tipo longitudinal de tendencia, ya que se

analizó un grupo de datos en distintos puntos de tiempo, comprendidos en el periodo de 2017 - 2021 (Hernández, 2014).

3.2. Variables y operacionalización

La investigación tuvo cuatro variables, tres independientes agrupadas en factores: diversificación del producto, diversificación de mercado y precios, seguidamente se incluye a la exportación que es una variable dependiente (Ver Anexo 3).

3.2.1 Definición Conceptual

La exportación, consiste en la comercialización de bienes y servicios fuera de un territorio con el fin de incrementar la economía empresarial y la de un país para poder ingresar a un nuevo territorio es indispensable cumplir con los requisitos que solicita el país de destino (Ros, 2017, p.3).

La diversificación es el desarrollo o modificación de un producto nuevo en el mercado internacional para poder mejorar su potencial y de esta manera atraer y ampliar su mercado objetivo (Duplesis et al., 2022, p.1017).

La diversificación del mercado es la evaluación que se realiza y el porcentaje que representa en cada país, esto apoya a la empresa exportadora a poder obtener un porcentaje aproximado de su rentabilidad (Canelo et al., 2018, p.56).

El precio, se define como el valor monetario que se le otorga a un producto, este también indica la cantidad de bienes o servicios necesarios de efectivo para poder adquirirlo. (Cisneros et al., 2022, p.84)

Definición operacional

Exportación de tarwi y derivados peruanos, se obtuvieron datos estadísticos de Trade Map, Sunat y Kunaq de la exportación peruana de tarwi y derivados peruanos en el periodo de 2017-2021.

La diversificación del producto, serán considerados el tarwi y sus derivados peruanos: (a) Chocho con valor agregado; (b) Chocho seco; (c) Mixtura de tarwi; (d) Salmuera; (e) Harina de tarwi; con sus correspondientes partidas arancelarias.

Diversificación de mercado, fueron datos estadísticos de Kunaq de las partidas arancelarias del tarwi y sus derivados peruanos. Las exportaciones del tarwi se expresan en valor FOB, por lo que el precio unitario es calculado dividiendo el valor FOB total de la exportación y la cantidad exportada. (Trademap, 2021, p.26)

Precio, se tomaron datos estadísticos de Kunaq en relación a los precios de las partidas arancelarias del tarwi y sus derivados peruanos.

3.3. Población muestra y muestreo

Para Arias et al. (2016), sostuvieron que la población es un conjunto de acontecimientos que limitan la elección y este no solo habla de seres humanos ni de animales, también habla de familias y objetos. La población en la presente investigación estuvo representada por todos los registros de partidas arancelarias de las exportaciones nacionales de tarwi y sus derivados en el periodo de 2017-2021, que son un total de 105 registros.

Por ende, la población fue igual a la muestra. Teniendo en cuenta las variables de estudio y la información de los datos relacionados, el período de análisis población es de 2017 a 2021. Por ende, se empleó la muestra de tipo censal, que en este sentido Ramírez (1997) sostuvo que una muestra censal es aquella en la que todas las unidades de estudio se consideran como muestra.

Por último, la unidad de análisis para la presente investigación es un registro de partidas arancelarias de las exportaciones nacionales de tarwi y sus derivados en el periodo de 2017-2021.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el presente informe de investigación se empleó el análisis documental el cual se basó en la recolección de datos y fuentes secundarias entre las que destacaron Kunaq, Sunat, Trademap, entre otras. Según Hernández (2017),

mencionó que el análisis documental permite sistematizar y analizar información de investigaciones, con la intención de que cumplan los criterios de autenticidad, credibilidad e importancia. Por consiguiente, la información recopilada incluye información estadística sobre aquellos factores (diversificación de producto, diversificación de mercado y precio) que influyen en las exportaciones de tarwi y derivados durante el periodo 2017 a 2021, para su posterior análisis.

En relación a la viabilidad de esta investigación, fue necesario la elaboración de formularios digitales que aporten en la recaudación de datos, en el cual muestra las fuentes estadísticas mayor confiables y que tienen relevancia con el tema.

Para la presente investigación se empleó como instrumento, la ficha de registro para datos cuantitativos de manera digital de datos propios, la cuales se basan en la observación y la participación, donde el tesista es de suma importancia para la interpretación y comprensión del sujeto de estudio (Orellana y Sánchez, 2006). Para mayor detalle ver anexo 5.

3.5. Procedimientos

Los procedimientos empleados en esta investigación fueron desde la recolección de datos e información de fuentes importantes para la investigación de las variables estudiadas, revistas registradas, artículos científicos y estudios respaldados por expertos, base de datos y libros. Para ello, se utilizaron distintas formas de búsquedas, mediante palabras claves: tarwi, diversificación del producto, diversificación de mercado, precio y exportaciones. Asimismo, para el capítulo de resultados se aplicó el programa estadístico SPSS 27, el cual ayudó a determinar el nivel de correlación que se tuvo entre las variables estudiadas.

3.6. Método de análisis de datos

Rojas (2013) detallaron que el análisis y la interpretación de datos se definen como dos procesos relacionados, pero completamente diferentes. Dado que el análisis de datos implica desglose los conceptos básicos, verifique y responda las diversas preguntas. Por ende, se empleó el uso de Excel para organizar datos en

tablas y gráficos estadísticos lo que ayudó en relación al registro de datos para su posterior análisis.

Por otra parte, Hernández et al. (2014), sostuvieron que la estadística inferencial se realiza a través de la recopilación de información dentro de la muestra y de esta forma poder efectuar el cálculo de estadígrafos, y de esta forma probar hipótesis poblacionales y distribuir los productos obtenidos de la muestra a la población.

Por lo tanto, para el análisis inferencial del presente informe se empleó el programa SPSS 27, con la finalidad de conocer: (Gallardo,2017) la prueba de normalidad que se empleara para las variables de estudio serán Kolmogorov Smirnov porque probará si los datos de la muestra provienen de una distribución normal o no normal y porque los datos de la muestra son mayores a 50. Adicionalmente, para la correlación se empleará el Rho Spearman, y las pruebas de hipótesis correspondientes.

Para el análisis de los resultados alcanzados y el desarrollo de la información se realizó a través de los tipos de análisis, teniendo en consideración 5% como margen de error en donde este viene a ser el análisis inferencial.

3.7. Aspectos éticos

En relación a los aspectos éticos la actual investigación incluye requisitos desde la comprensión de aspectos científicos hasta aspectos de equidad y orden que dialogan con el método de formulación y presentación de argumentos, conclusiones y recomendaciones. Según Palacios (2008), la propiedad intelectual son las cosas intangibles, los productos intelectuales o talento. Para explicar mejor esta definición, se emplea una persona que crea una obra o invención por pensamiento o imaginación, dominio o propiedad. De esta forma se puede entender que al expresar la inteligencia humana existe un campo o cualidad a saber. El presente informe de investigación se efectuó con responsabilidad y respeto, dando la propiedad y suma autoría a los estudios que fueron citados, de la misma manera, las diversas bases de datos que se obtuvieron de diversas páginas web y libros, las cuales se citaron con APA 7 la cual se realizó de manera responsable, oportuna y respetuosa, de la Universidad César Vallejo, adicionalmente, respetando el

porcentaje establecido de no superar el 25%, tomando en consideración la orientación de investigación y resolución N°110-2022-VI-UCV del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad.

IV. RESULTADOS

En este capítulo se presentaron los resultados descriptivos y las pruebas de hipótesis, en primer lugar, se mostraron los resultados a través de tablas y gráficos donde han sido expuestos los principales resultados de la variable dependiente y las variables independientes. Seguidamente de la comprobación de la hipótesis general y las específicas obtenidas mediante el programa estadístico SPSS 27.

4.1. Datos descriptivos de los indicadores utilizados

Tabla 1

Estadísticos descriptivos de las variables utilizadas

	Media	Desv. Desviación	N
Exportación FOB USD	5163.35	10295.03	105
Diversificación del producto	3.25	1.183	105
Diversificación del mercado	7.36	2.202	105
Precio	5.3603	9.26012	105

Nota. Elaboración propia. Fuente Kunaq y SPSS 27.

Según los resultados obtenidos en la tabla anterior, la variable *exportación* presentó una media de \$ 5163.35 dólares, por su parte las variables independientes: *precio por kilo* obtuvo una media de 5.36 con un rango fluctuante entre \$0.07- \$5.99; *diversificación de mercado* una media de 7.36 con un rango oscilante entre 0.06 - 55; y la *diversificación de producto* con una media de 3.25, con un rango que oscila entre 1 a 6 la cantidad de variedad de productos para exportar a diversos países.

4.2. Prueba de Hipótesis General

Prueba de Normalidad

H₀: Los datos de la muestra censal de las variables: exportación, diversificación de producto, diversificación de mercado y precio no tienen distribución normal.

H₁: Los datos de la muestra censal de las variables exportación, diversificación de producto, diversificación de mercado y el precio no tienen distribución normal.

Tabla 2*Prueba de normalidad de kolmogorov*

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	Gl	Sig.
Exportación FOB USD	0.308	105	0.000
Diversificación del producto	0.404	105	0.000
Diversificación del mercado	0.300	105	0.000
Precio por kilo	0.325	105	0.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota. Elaboración propia. Fuente Kunaq y SPSS 27.

En la tabla 2, se efectuó la prueba de normalidad a la muestra censal de las variables planteadas en la investigación que tuvo un total de 105 registros, es decir mayor a 50 datos por ende se usó la prueba de Kolmogórov-Smirnov, en donde se pudo apreciar que el Sig.=0.000<0.05; por lo tanto, se aceptó la hipótesis nula (H_0), lo que significa que los datos de las variables no poseen una distribución normal, por lo que se empleó el estadígrafo no paramétrico Rho de Spearman para las pruebas de hipótesis de la presente investigación.

Prueba de hipótesis:

HG₀: La diversificación del producto, diversificación de mercado y el precio son factores que no influyen en las exportaciones de tarwi y derivados en el periodo 2017 – 2021.

HG₁: La diversificación del producto, diversificación de mercado y el precio son factores que influyen en las exportaciones de tarwi y derivados en el periodo 2017 – 2021.

Tabla 3*Correlaciones entre la variable dependiente con las independientes.*

			Diversificación del producto	Diversificación del mercado	Precio
Rho de Spearman	Exportación FOB USD	Coefficiente de correlación	,421**	,010	-,200*
		Sig. (bilateral)	0.000	0.023	0.058
		N	105	105	105

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota. Elaboración propia. Fuente Kunaq y SPSS 27.

En la tabla 3, se constató que el valor de Sig. (bilateral) es menor a 0.05 por tal motivo se aceptó la hipótesis alterna de que la diversificación del producto, diversificación de mercado y el precio son factores que influyen en las exportaciones de tarwi y derivados en el periodo 2017 – 2021. Los resultados en relación al análisis estadístico presentaron un coeficiente de correlación de 0,421; 0,410 y -0,200 respectivamente por lo que se concluyó que la correlación existente entre las variables de estudio fue débil.

De la misma forma se pudo apreciar que la variable independiente que tuvo mayor grado de correlación con la variable dependiente (exportación) fue la diversificación de producto.

4.3 Prueba de hipótesis específica 1

HE1₀: La diversificación del producto no influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021.

HE1₁: La diversificación del producto influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021.

Tabla 4*Correlación Hipótesis Específica 1*

			Diversificación del producto
Rho de Spearman	Exportación en FOB Total USD	Coefficiente de correlación	,421**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	105

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota. Elaboración propia. Fuente Kunaq y SPSS 27.

En relación a la tabla 4, se logró verificar que la Sig. bilateral es menor a 0.05 y tuvo una correlación positiva moderada de 0,421. Por ende, se acepta la hipótesis alterna (HE₁₁) y se rechaza la hipótesis nula (HE₁₀), en donde la diversificación del producto influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021. Adicionalmente se pudo apreciar que esta es la variable con mayor correlación en relación a las demás variables de estudio.

4.4. Prueba de hipótesis específica 2

HE₂₀: La diversificación de mercado no influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017 - 2021.

HE₂₁: La diversificación de mercado influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017 - 2021

Tabla 5*Correlación Hipótesis Específica 2*

			Diversificación del mercado
Rho de Spearman	Exportación en FOB Total USD	Coeficiente de correlación	0.010
		Sig. (bilateral)	0.023
		N	105

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota. Esta tabla detalla como la diversificación de mercado influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021.

De acuerdo a los resultados alcanzados en la tabla 5, se observó que la Sig. (bilateral) es menor a 0.05 y obtuvo una correlación de 0.010 una correlación positiva muy baja. De tal manera, se acepta la hipótesis alterna (HE₂₁) y se rechaza la nula (HE₂₀). En tal medida, la diversificación de mercado influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021.

4.5. Prueba de hipótesis específica 3

HE₃₀: El precio no influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017 - 2021.

HE₃₁: El precio influye en las exportaciones de tarwi y derivados en el periodo 2017 - 2021.

Tabla 6*Correlación Hipótesis Específica 3*

			Precio
Rho de Spearman	Exportación en FOB Total USD	Coefficiente de correlación	-,200*
		Sig. (bilateral)	0.058
		N	105

Nota. Esta tabla detalla como el precio no influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021.

De acuerdo a los resultados alcanzados en la tabla 6, se observó que la Sig. (bilateral) es mayor a 0.05. Por ende, se acepta la hipótesis nula (HE₃₀) y se rechaza la alterna (HE₃₁), en tal medida, el precio no influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017 - 2021.

A continuación, se muestran gráficos estadísticos de cada una de las variables y su influencia en las exportaciones.

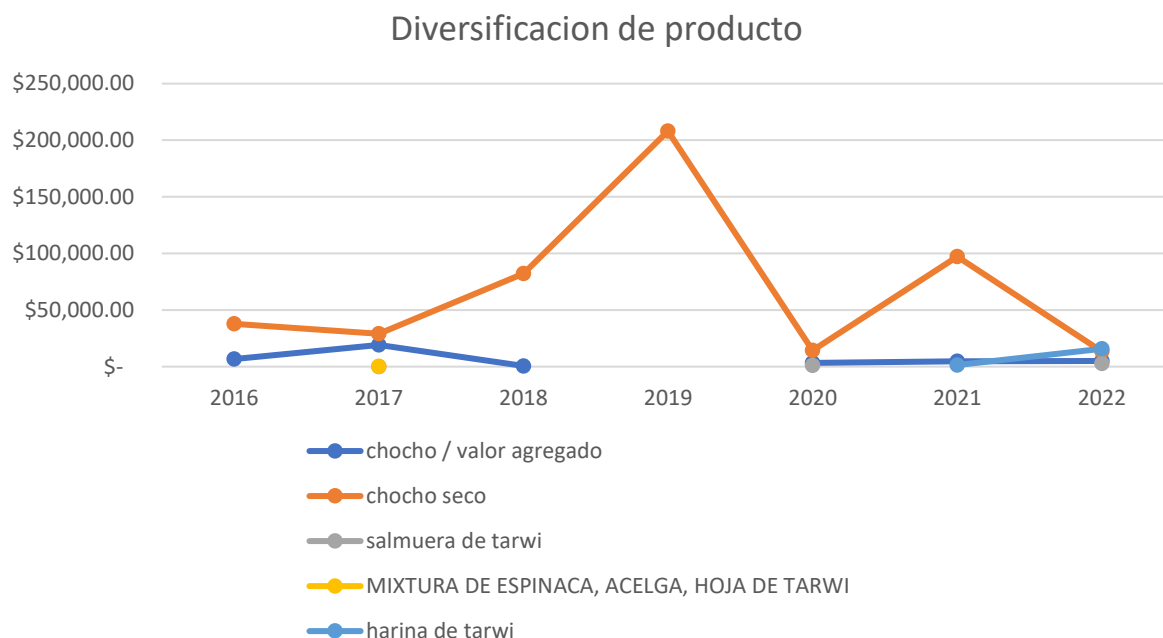
Tabla 7*La diversificación del producto influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021*

Año	Chocho / valor agregado	Chocho seco	Salmuera de tarwi	Mixtura de tarwi	Harina de tarwi
2016	\$6,664.29	\$37,780.00	\$0.0	\$0.0	\$0.0
2017	\$19,175.37	\$28,990.58	\$ 0.30	\$70.00	\$0.0
2018	\$ 611.50	\$82,125.45	\$0.0	\$0.0	\$0.0
2019	\$0.0	\$208,069.12	\$0.0	\$0.0	\$0.0
2020	\$3,436.36	\$14,202.84	\$1,062.50	\$0.0	\$0.0
2021	\$4,603.72	\$97,068.11	\$0.0	\$0.0	\$1,424.01
2022	\$5,044.52	\$13,360.34	\$2,685.13	\$0.0	\$15,777.61

Nota. Elaboración propia en base a datos Kunaq (2022).

Figura 1

La diversificación del producto influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021



Nota. Elaboración propia en base a datos Kunaq (2022).

La tabla 4 y figura 1 detallaron que la diversificación del producto influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021, es por ello que se observó que el tarwi seco es uno de los productos que se exportan con mayor continuidad. Como resultado es importante mencionar que el chocho seco se exporta en mayor cantidad, esto debido a que recién al llegar a su destino toma diversas formas.

Tabla 8

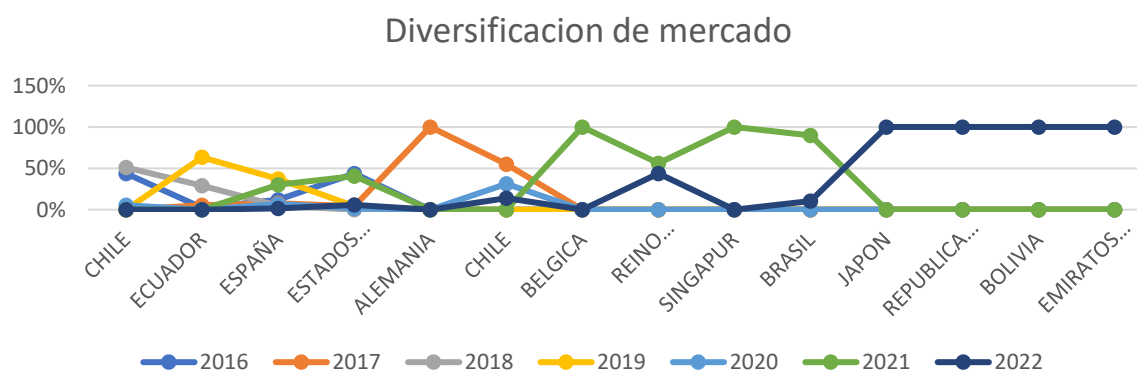
La diversificación del mercado influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Chile	44%	0%	51%	0%	5%	0%	0%
Ecuador	2%	5%	29%	63%	0%	0%	0%
España	12%	8%	5%	37%	7%	30%	2%
Estados Unidos	44%	4%	0%	4%	1%	40%	6%
Alemania	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%
Chile	0%	55%	0%	0%	31%	0%	14%
Bélgica	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%
Reino unido	0%	0%	0%	0%	0%	56%	44%
Singapur	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%
Brasil	0%	0%	0%	0%	0%	90%	10%
Japón	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
República Checa	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
Bolivia	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
Emiratos Árabes	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%

Nota. Elaboración propia en base a datos Kunaq (2022).

Figura 2

La diversificación del mercado influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021



Nota. Elaboración propia en base a datos Kunaq (2022).

La figura 2 y tabla 9 mostraron que la diversificación del mercado influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021, en relación al comportamiento de las exportaciones que se ha obtenido durante los 5 años consecutivos estudiados. Como se pudo observar, los países con mayor impacto y mejoramiento de las exportaciones han sido España y Ecuador el cual ha tenido altibajos en su exportación, los resultados evidencian que se ha ido ingresando a nuevos mercados recién este último año.

Tabla 9

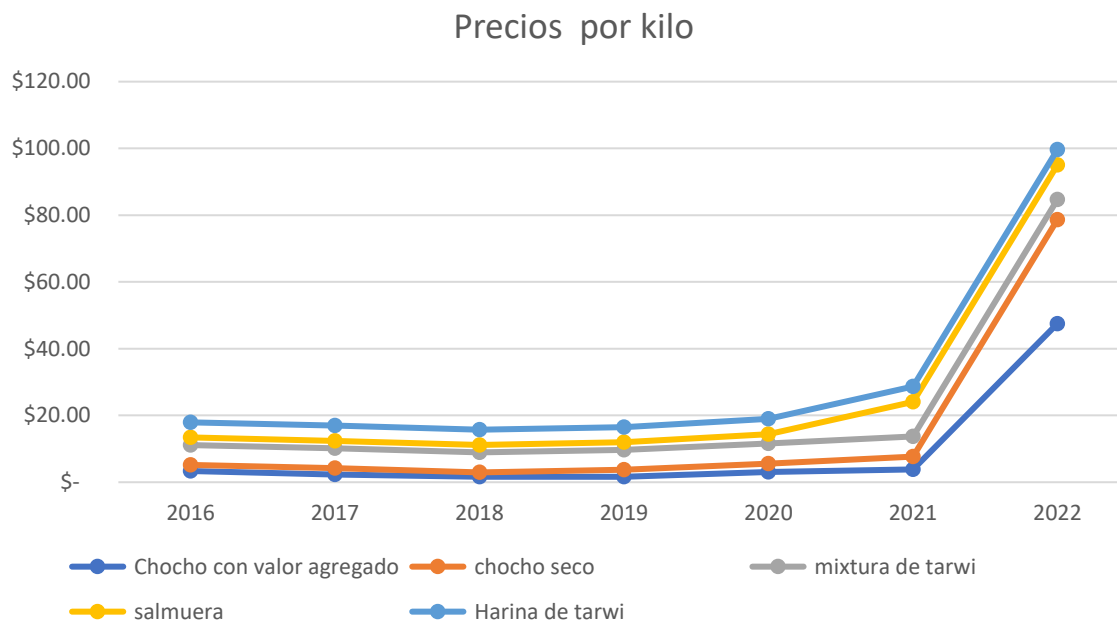
El precio no influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
chocho con valor agregado	\$3.32	\$2.29	\$1.64	\$1.64	\$3.08	\$3.80	\$ 4.50
chocho seco	\$ 1.84	\$1.89	\$1.31	\$2.09	\$2.49	\$3.89	\$3.14
mixtura de tarwi	\$ 6.00	\$6.00	\$6.00	\$6.00	\$6.00	\$6.00	\$ 6.00
salmuera de tarwi	\$2.22	\$ 2.22	\$2.22	\$2.22	\$2.80	\$10.40	\$10.40
harina de tarwi	\$4.57	\$ 4.57	\$4.57	\$4.57	\$4.57	\$4.57	\$ 4.57

Nota. Elaboración propia en base a datos Kunaq (2022).

Figura 3

El precio no influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021



Nota. Elaboración propia en base a datos de Kunaq (2022).

La figura 3 y tabla 12 detalló el incremento del precio de forma ascendente en relación 2022 se tiene que es mayor el porcentaje lo que ha perjudicado de alguna manera puesto que en relación a las demás variables ha ido disminuyendo las exportaciones , en cuanto al chocho y valor agregado se puede verificar que en el año 2018 tuvo un precio bajo para de esta forma poder mantener las exportaciones, a partir del año 2020 nuevamente se incrementó los precios, como resultado observó que el chocho seco o en granos siempre durante los 5 años ha tenido una ascendencia y descendencia por lo que se puede concluir que el precio no influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021.

4.6. Resumen de los resultados

Seguidamente se presenta una tabla a modo de resumen comprobando las hipótesis propuestas en la investigación:

Tabla 10. *Resumen de los resultados*

Hipótesis	Aceptada (Sí/No)
La diversificación de mercado, diversificación de producto y el precio influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021.	Si
La diversificación del producto influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021.	Sí
La diversificación de mercado influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021.	Si
El precio por kilo influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021.	No

Nota. La tabla muestra el resumen de las hipótesis en relación Factores que influyen en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017 – 2021

V. DISCUSIÓN

Este capítulo examinó y comparó los resultados obtenidos para cada objetivo específico del trabajo de investigación con los resultados obtenidos por otros autores, confirmando o rechazando nuestra teoría.

Con relación al objetivo general el cual fue determinar los factores que influyen en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017 – 2021. En este se determinó que los factores que si influyen en las exportaciones son la diversificación de producto y la diversificación de mercado, aunque con una correlación baja. Dichos resultados coincidieron con Kebede (2020) quién afirmó que a pesar de que estas leguminosas tienen dificultad en ser conocida en los mercados internacionales, éstas influyen en la diversificación del producto ya sea para el uso alimentario, semillas y cultivos. En la misma línea, Nagly, Tominic y Logozar (2020) determinaron que la diversificación de mercado influye de forma favorable en las exportaciones siempre y cuando este cumpla con la capacidad de establecer lazos internacionales, ajustándose a la producción sin demora y ofreciendo los productos en el tiempo pactado.

En lo que respecta al precio este no influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017 – 2021, dichos resultados concuerdan con Gamboa y Broeck (2018) quienes indicaron que la modificación constante de los precios de exportación, no afecta a los consumidores internacionales porque tienen variedad de productos a base de legumbres que contienen similares características. Por otra parte, en relación a los derivados de tarwi los autores Espinoza (2020); Córdova y Morales (2019); Mercado (2018) y Tapia (2015) obtuvieron como resultado que el chocho se puede consumir directamente como snack y como ingrediente de diferentes maneras en ensaladas hamburguesas puesto que es saludable para los diabéticos. Carrasco y Valencia (2019), mencionaron que durante el 2017 dentro de las cosechas el tarwi tuvo una tercia parte de 100,000 toneladas de cosecha y que en su mayoría las empresas peruanas se dedican a la transformación y procesamiento del chocho.

En relación al objetivo específico 1, se determinó que la diversificación del producto influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021. Respaldando al resultado que se obtuvo que dichos resultados son similares a los expuestos por Ganievna y Xusniddin (2019) quienes indicaron que

en relación a la diversificación de productos leguminosos influyen en el desarrollo potencial de exportación, aunque son muy pocos países quienes conocen el sabor de las legumbres, pero esto puede mejorar en cuanto a su distribución mediante la diversificación de productos. En la misma línea Adnan et al. (2020) obtuvieron de los países analizados que la diversificación de productos si influye de forma significativa en las exportaciones, para ello emplearon técnicas de regresión y una estimación secuencial.

Adicionalmente, Espinoza (2020) determinó que el chocho se puede consumir directamente como snack y como ingrediente de diferentes maneras en ensaladas hamburguesas etc., otra de las maneras para consumir el lupinus es de acuerdo a la extracción de su aceite y en cuanto a la elaboración de leches y yogures. Del mismo modo Escobar (2017), analizó sobre la exportación del chocho pelado hacia España mediante un estudio que aporte rentabilidad e indicó que los resultados sostuvieron que este producto podría tardar en tener adaptación y mayor aceptación en España. Por otra parte, Gulisano et al. (2019), obtuvieron resultados que indicaron que en gran parte de la región andina existe una diversificación de productos a base de chocho el cual son elaborados en harinas, leches y margarinas.

En relación al objetivo específico 2, se identificó que la diversificación de mercado influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021. De esta forma, Vlado (2019) obtuvo que el nivel de los patrones de exportación durante los 4 años estudiados tiene una muy buena concentración en cuanto a la diversificación de mercado, y de esta manera se ha clasificado el nivel de sus exportaciones, concluyendo que la diversificación de mercado influye de buena forma en las exportaciones. En la misma línea Analuisa et al. (2020) mencionaron que para lograr la mejora continua se debe realizar prácticas de forma competitiva y los resultados del año en la investigación influyeron de manera positiva en la diversificación de mercado ya que de esta manera se pueden crear vínculos de forma interna y externa.

Asimismo, Castañeda (2019) obtuvo que la implementación de sistemas asociativos contribuyó a mejorar la producción y competitividad del tarwi mejorando

los resultados en cuanto a las exportaciones y fuentes externas con financiamientos para cubrir la demanda exportadora.

En relación al objetivo específico 3, se analizó que el precio no influye en las exportaciones de tarwi y derivados en el periodo 2017-2021; al evaluar la dimensión precio, se puede determinar que este no interviene en las exportaciones. Del mismo modo Arismendez et al., (2018) analizaron sobre las estrategias para incrementar la exportación del tarwi al mercado internacional en donde determinaron que el precio con influye en la exportación de tarwi al mercado internacional por lo que los resultados indicaron que se puede realizar una variación en los precios finales ya que el Perú tienen alta demanda de producción del tarwi y gran margen de ganancia.

Por otra parte, Navia et al., (2019) sostuvieron que este producto se puede ver afectado ya que al producirse en otros países existirá una mayor competencia de precios y este podrá verse afectado en cuanto a las exportaciones. Mientras que Brita et al. (2022) obtuvieron resultados que indicaron que a la mayoría de los agricultores se les ha pagado muy poco por el sembrío de sus legumbres el costo ha sido modificado de acuerdo al embalaje y transformación de las mismas, es por ello que para poder llegar al cliente se brinda el producto con un mayor valor, pero es manejable ya que gran parte de las exportaciones de legumbre aportaron un regular margen de ganancia.

Por último, las fortalezas del presente estudio han sido poder obtener datos en cuanto a cada uno de los derivados del tarwi en el periodo 2017-2021. Sin embargo, las limitaciones de la investigación fueron la poca información con respecto a las definiciones de las variables en relación a la diversificación de producto y diversificación de mercado.

VI. CONCLUSIONES

Las conclusiones de la presente investigación fueron las siguientes:

1. La investigación tuvo como objetivo general determinar los factores que influyen en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021. Se concluyó que la diversificación de producto y la diversificación mercado influyeron en las exportaciones del tarwi y sus derivados peruanos en el periodo 2017-2021 de forma significativa pero débil. Por otro lado, se concluyó que el precio no influye en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021.

2. En relación al objetivo específico 1 fue determinar si la diversificación del producto influye en las exportaciones del tarwi y sus derivados peruanos en el periodo 2017-2021. Se determinó en relación a ello que la diversificación del producto influyó en las exportaciones del tarwi y sus derivados peruanos. Se pudo observar que el tarwi seco es uno de los productos que se exportan con mayor continuidad y en mayor cantidad, en los países de destino son transformados.

3. En relación al objetivo específico 2 fue identificar si la diversificación de mercado influye en las exportaciones del tarwi y sus derivados peruanos en el periodo 2017-2021. se identificó que la diversificación de mercado influyó en las exportaciones del tarwi y sus derivados peruanos el cual tuvo mayor impacto en países como España y Ecuador el cual ha mantenido una variación en sus exportaciones, por el cual se ha mantenido con un bajo porcentaje de 2 % y 6 % en el último año 2022, los resultados evidencian que se ha ido ingresando a nuevos mercados recién este último año. Por ende, sus recursos tienden a expandirse y sus capacidades crecen.

4. En relación al objetivo específico 3 fue analizar si el precio influye en la exportación de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021. Se analizó que el precio no influye en la exportación de tarwi y derivados peruanos en el período estudiado. Si bien estudios anteriores confirmaron que esto tiene un efecto, devino a la mínima información limitada sobre los regímenes de precios específicos del país al cual se va exportar, ya que el estudio encontró mínima diferencia entre los precios para empresas medianas y grandes.

VII. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones para futuras investigaciones son las siguientes:

1. Se recomienda considerar y emprender un estudio con otros factores importantes como el cambio climático y la demanda mundial de productos. Adicionalmente ser capaz de efectuar diversas mediciones en el SPSS para desarrollar y descubrir factores importantes de exportación de tarwi y sus derivados como referencia para nuevos negocios.
2. Se recomienda efectuar y recabar información más profunda en cuanto a la diversificación del tarwi seco, producto que se exporta con mayor continuidad y en mayor cantidad en el Perú, adicionalmente se debería implementar políticas públicas y de esta forma los exportadores puedan realizar mayores derivados del tarwi seco para mejorar las exportaciones y tener mayor variedad de productos para ofrecer al mercado.
3. Se recomienda efectuar un análisis más profundo de la diversificación del mercado en relación al tarwi y sus derivados para de esta forma poder ampliar la capacidad de exportación, adicionalmente crear estrategias que encaminen a las empresas exportadores del tarwi y sus derivados a ingresar a nuevos sectores en el mercado, generando nuevos productos para la amplitud de beneficios.
4. Se recomienda que futuras investigaciones consideren los factores económicos en relación a la variable precio el cual, en la sensibilidad económica en cada país y cada región comercial, adicionalmente hay que tener en cuenta otros factores cuantitativos como los gustos y costumbres locales del país a exporta para tener más información para ampliar de esta forma el mercado.

REFERENCIAS

- Alva-Valdivieso, A. y Chávez Muñoz, W. (2018). *Propuesta de asociatividad de productores de tarwi de la Provincia de Cajamarca para la exportación en snack al mercado mexicano*. [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. Archivo digital.
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/13838/Alva%20Valdivieso%20Andr%c3%a9s%20Adolfo%20%20Ch%c3%a1vez%20Mu%c3%b1oz%20William%20Alexander.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Álvarez Risco, A. (2020). *Clasificación de las Investigaciones. Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas Carrera de Negocios Internacionales*. Universidad de Lima. Nota Académica, 1-5.
<https://hdl.handle.net/20.500.12724/10818>
- Analuisa-Aroca, I., García-Caicedo, Sonia y Paredes-Orozco, P. (2020). Ensayo para medir el beneficio de la cadena de valor del chocho-provincia de Cotopaxi. *FIPCAEC*, 5(5), 40-61. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i5.313>
- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer satisfaction, market share, and profitability: findings from Sweden. *Sage Publications, Inc.*, 58(3), 53-66. <https://doi.org/10.2307/1252310>
- Barrientos-Felipa, P. (2017). Estrategia de diversificación productiva en Perú y su aplicación en el sector agrícola. *Semestre Económico*, 20(44), 117-136.
<https://doi.org/10.22395/seec.v20n44a6>
- Brita-Anaya, R., De-La Cruz, E., Muñoz-Centeno, L. M., Cóndor, R., León, R., & Carhuaz, R. (2022). Food and Medicinal Uses of Ancestral Andean Grains in the Districts of Quinoa and Acos Vinchos (Ayacucho-Peru). *Agronomy*, 12(5), 1014. <https://doi.org/10.3390/agronomy12051014>

Canelo-Silva, F.M., López-Arismendiz, I., López-Ferreyra, E. H. y Perales-Tenorio, L. G. (2018). *Planeamiento estratégico para la industria del tarwi peruano*. [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Archivo digital. https://www.lareferencia.info/vufind/Record/PE_18cd0f6d735bc8a9e7579673194d45e1/Description#tabnav

Cámara de Comercio de Lima (CCL). (15 de febrero de 2021). *Perú, potencia agroexportadora mundial*. [Consulta: 30 de mayo de 2021]. <https://lacamara.pe/peru-potenciaagroexportadora-mundial/>

Castañeda-León, M. (2019). *Canales alternativos de comercialización y nivel de asociatividad de los productores de tarwi de la Provincia de Carhuaz-Ancash*. [Tesis de postgrado, Universidad Nacional De Educación Enrique Guzmán y Valle]. Archivo digital. <https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14039/4796/Marcelino%20Jos%C3%A9%20CASTA%20LE%C3%93N.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

CEPAL (2018), "Big data and open data as sustainability tools", *Working Paper, LC/W.628.2014-10*, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Washington, D.C., http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37158/1/S1420677_en.pdf.

Córdova-Suarez, E. y Morales-Licia, P. (2019). *Hojuelas de tarwi*. [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio Loyola, Lima, Perú]. Archivo digital. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/a396be3c-9e9b-4b0f-b9e1-4f4a7dfc310f/content>

Cos-Sánchez, P., Escardíbul-Ferrá, B., Colom-Gorgues, A. (2021). La diversificación geográfica en los destinos de exportación de las empresas y cooperativas agroalimentarias. Influencia de los factores externos para su

selección. *CIRIEC-España*, 102(4), 161-195.
<https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.102.17840>

Espinoza-Aguirre, F. (2020). *Comercialización de harina de tarwi en Lima Metropolitana*. [Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres]. Archivo digital.
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7265/espinoza_afm.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fernández, V. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espíritu emprendedor TES*, 4(3), 65-76.
<https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.207>

Flores-Casco, H. (2016). *Incidencia de la fijación de precios de venta del producto en los niveles de competitividad de las MIPYMES productoras de Tabaco en el municipio de Estelí, ciclo productivo 2015*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua] Archivo digital.
<https://repositorio.unan.edu.ni/2885/1/17469.pdf>

Ganievna-Muyassarkhon, U. & Xusniddin-Qizi, S. (2019). Export Potential Development and Export Diversification of Fruit and Vegetable Products in Uzbekistan`S Economy. *International Journal of Research in Management & Business Studies*, 6(1), 35-37.
<https://tsue.scienceweb.uz/index.php/archive/article/view/3549/2702>

Gallardo-Echenique, E. (2017). *Metodología de la Investigación: manual autoformativo interactivo*. Universidad Continental Ed.

Gamboa, C., Van den Broeck, G., & Maertens, M. (2018). Smallholders' Preferences for Improved Quinoa Varieties in the Peruvian Andes. *Sustainability*, 10(10), 3735. <https://doi.org/10.3390/su10103735>

- Gulisano, A., Alves, S., Martins, J.N., & Trindade, L.M. (2019). Genetics and Breeding of *Lupinus mutabilis*: An Emerging Protein Crop. *Front. Plant Sci.* 10(2), 1385. <https://doi.org/10.3389/fpls.2019.01385>
- Guzmán-Martínez, G. (2018). Estudios longitudinales: qué son y cómo funcionan en investigación. *Psicología y mente*, 2(1), 32-41. <https://psicologiymente.com/miscelanea/estudioslongitudinales>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, L. (2017). *Metodología de la Investigación*. (6° ed.). McGraw-Hill.
- Kebede-Neda, E. (2020). Grain Legumes Production in Ethiopia: A Review of Adoption, Opportunities, Constraints and Emphases for Future Interventions. *Turkish Journal of Agriculture - Food Science and Technology*, 8(4), 977-989. <https://doi.org/10.24925/turjaf.v8i4.977-989.3254>
- Lara-Montañez, A., Cisneros-Sosa V. y Herrera M., M. (2022). Pronóstico de corto plazo del índice de precios al consumidor: Análisis del costo de electricidad en la Costa Caribe de Colombia. *Inventum*, 17(32), 32-41. <https://doi.org/10.26620/uniminuto.inventum.17.32.2022.32-41>
- Lerma, A. & Márquez, E. (2010). *Comercio y marketing internacional* (4ª ed.). Cengage Learning Editores. <https://bit.ly/2CaDTn6>
- Escobar-Moreno, R. (2017). *Exportación de chocho pelado hacia España*. [Tesis de pregrado, Universidad de las Américas de Quito]. Archivo digital. <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/7582/1/UDLA-EC-TTEI-2017-12.pdf>
- López-Agudelo, G., López-Gómez, G. S., & Ortegón-Cortázar, E. L. (2022). Responsible consumer: a view from the level of knowledge in the dairy beverage category. *Lúmina*, 23(2), 1-25. <https://doi.org/10.30554/lumina.v23.n2.4413.2022>

- Mauricio (2019). Exportación de snacks de tarwi al mercado de Estados Unidos. [Tesis de pregrado, Universidad de Lima]. Archivo digital. https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/8665/Mauricio_Delgadillo_Andr%C3%A9.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Maldonado, A. (2018). *Investigación de negocios internacionales*. Ediciones de la u. <https://www.ebooks7-24.com/stage.aspx?il=&pg=&ed=>
- Mercado, G. (2018). *Memoria foro virtual: Los caminos del tarwi y la integración andina: Bolivia, Perú y Ecuador*. Bolivia: IPDRS.
- Mejía-Bejarano, C. (2019). *Precio, Valor percibido y satisfacción en el sector de estacionamientos privados de Lima Metropolitana*. [Tesis de postgrado, Universidad San Ignacio Loyola] Archivo digital. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/6ecaf47a-124f-4389-bbea-a00d854688ec/content>
- Ministerio de Agricultura [MINAGRI] (2021). *Evolución del comercio exterior agropecuario peruano durante la situación de emergencia sanitaria*. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1636261/comercio_exterior_agrario_2020.pdf.pdf
- Ministerio de Agricultura [MINAGRI] (2021). *Serie de Estadísticas de Producción Agrícola*. http://frenteweb.minagri.gob.pe/sisca/?mod=consulta_cult
- Adnan-Bashir, M., Sheng, B., Doğan, B., Sarwar, S., Shahzad, U. (2020). Export product diversification and energy efficiency: Empirical evidence from OECD countries. *Structural Change and Economic Dynamics*, 55(2020), 232-243. <https://doi.org/10.1016/j.strueco.2020.09.002>

- Naglič, A., Tominc, P., & Logožar, K. (2020). The Impact of Industry 4.0 on Export Market Orientation, Market Diversification, and Export Performance. *Organizacija*, 53(3), 227-245. <https://doi.org/10.2478/orga-2020-0015>
- Ñaupas Paitán, H., Palacios Vileta, J. J., Romero Delgado, H. E. y Valdivia Dueñas, M. R. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa cualitativa y redacción de la tesis*. Ediciones de la U. <http://www.ebooks7-24.com/?il=8046>
- Nyárádi, A. E. (2007). Is the price right? Pricing for long term profitability. *Management and Marketing Journal*, 5(1), 177-184. <https://ideas.repec.org/a/aio/manmar/v5y2007i1p177-184.html>
- OCDE (2020), Preventing Policy Capture: Integrity in Public Decision Making. *OCDE, París*. 6(1), 14-25. <https://dx.doi.org/10.1787/9789264065239-en>
- Orellana López, D. & Sánchez Gómez, M. (2006). Técnicas de recolección de datos en tornos virtuales más usadas en la investigación cualitativa. *Revista de Investigación Educativa*, 24 (1), 205-222. <https://revistas.um.es/rie/article/view/97661>
- Palacios, J. P. C. (2008). *Manual de propiedad intelectual*. Editorial Universidad del Rosario.
- Pantoja-Tirado, Prieto-Rosales, G. y Aguirre Vargas, E. (2020). Caracterización de la harina de quinua (*Chenopodium quinoa* Willd.) y la harina de tarwi (*Lupinus mutabilis* Sweet) para su industrialización. *TAYACAJA*, 3(1), 76-83. <https://doi.org/10.46908/rict.v3i1.72>
- Pérez-Ramos, K., Elías-Peñañiel, C. y Delgado-Soriano, V. (2017). Bocado con alto contenido proteico: un extruido a partir de quinua (*Chenopodium quinoa* Willd.), tarwi (*Lupinus mutabilis* Sweet) y camote (*Ipomoea batatas* L.).

Scientia Agropecuaria, 8(4), 377-388.
<http://dx.doi.org/10.17268/sci.agropecu.2017.04.09>

Ramírez, T. (1997). *Cómo hacer un proyecto de investigación*. Editorial Caracas, Venezuela: Panapo.

Ramirez Alesón, M. y Espitia Escuer, M. (2000). El impacto de la estrategia de diversificación de producto e internacional sobre los resultados corporativos de las grandes empresas españolas. *Dialnet*, 5(2), 111-134.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=195470>

Rojas Soriano, R. (2013). *Técnicas de recolección de datos*. Editorial de la U .s/n

Ros, J. (2017). La economía mexicana en 2016: Tendencias y perspectivas. *Revista de Economía Mexicana*, 2(2017), 1-37.
<http://www.economia.unam.mx/assets/pdfs/econmex/02/01Ros.pdf>

Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior [SIICEX] (2016, 2 de mayo). *Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas*. <https://www.siicex.gob.pe>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT] (2021). *Crecimiento Económico exportaciones*.
<https://www.sunat.gob.pe/crecimiento/economico/exportaciones1/libro.pdf>

Susilawati, S., Falefi R. & Purwoko A. (2020). Impact of COVID-19's Pandemic on the Economy of Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 3(2), 1147-1156. <https://bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/954/1284>

Trade Map (2021). *Market of diversification*.
https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_Graph.aspx?nvpm=

3%7c604%7c%7c%7c%7c081190%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2

Umarkhodjaeva-Muyassarkhon G. & IISadriddinova-Nigora X. (2020). Export Potential Development and Export Diversification of Fruit and Vegetable Products in Uzbekistan`S Economy. *International Journal of Research in Management & Business Studies*, 6(1), 35-37. <https://tsue.scienceweb.uz/index.php/archive/article/view/3549>

Veritrade. (2021, 18 de abril). *Exportaciones de granos andinos por partida arancelaria en valor FOB de 2017 a 2020*. [https://www.veritradecorp.com/exportaciones de granos andinos/](https://www.veritradecorp.com/exportaciones-de-granos-andinos/)

Valero-Cordoba, G., Rodenes-Adam, M. y Rueda-Barrios, G. (2016). La internacionalización de las empresas exportadoras. *Revista Le Bret.*, 8(2016), 127-147. <https://doi.org/10.15332/rl.v0i8.1689>

Vlado-Vivoda, S. (2022). LNG export diversification and demand security: A comparative study of major exporters. *Energy Policy*, 170(2020), 113-218. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2022.113218>

Vumbunu, T., Viviers, P-A. & Du Plessis, E. (2022). Trends and Development of Tourism Product Diversification in Botswana: Lessons Learned. *Journal of Environmental Management and Tourism*, (Volume XIII, Summer), 4(60): 1016-1035. [https://doi.org/10.14505/jemt.v13.4\(60\).09](https://doi.org/10.14505/jemt.v13.4(60).09)

Zevallos, E. (2012). *Restricciones del entorno a la competitividad empresarial en América Latina*, Fundes, San José.

Zsögön, A., Peres, L.E.P., Xiao, Y., Yan, J. & Fernie, A.R. (2022), Enhancing crop diversity for food security in the face of climate uncertainty. *Plant J*, 109(1), 402-414. <https://doi.org/10.1111/tpj.15626>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
Exportación	La exportación consiste en la comercialización de bienes y servicios fuera de un territorio con el fin de incrementar la economía empresarial y la de un país para poder ingresar a un nuevo territorio es indispensable cumplir con los requisitos que solicita el país de destino. (Ros, 2017, p.3)	Las exportaciones del tarwi peruano serán medidas en valor FOB en miles de dólares americanos (US\$). (Sunat, 2016)	Valor FOB de exportación. (Kunaq, 2022)	De razón
Diversificación del producto	La diversificación es el desarrollo o modificación de un producto nuevo en el mercado internacional para poder mejorar su potencial y de esta manera atraer y ampliar su mercado objetivo. (Duplessis Vumbunu y Vibiers, 2022, p.1017)	Serán considerados el tarwi y sus derivados (en salmuera, harina y en grano) con sus correspondientes partidas arancelarias.	Exportación anual en valor FOB de los derivados del tarwi. (Kunaq, 2022)	De razón
Diversificación del mercado	La diversificación del mercado es la evaluación que se realiza y el porcentaje que representa en cada país, esto apoya a la empresa exportadora a poder obtener un porcentaje aproximado de su rentabilidad. (Canelo, López y Perales 2018, p.56)	Este se mide de acuerdo a la cantidad que se exporta a cada país de forma anual. (TradeMap, 2022)	Porcentaje de las exportaciones que representa cada país a donde se exporta el tarwi y sus derivados. (Kunaq, 2022)	De razón

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
Precios	Se define como el valor monetario que se le otorga a un producto, este también indica la cantidad de bienes o servicios necesarios de efectivo para poder adquirirlo. (Cisneros, Herrera y Lara, 2022, p.84)	Las exportaciones del tarwi se expresan en valor FOB, por lo que el precio unitario es calculado dividiendo el valor FOB total de la exportación y la cantidad exportada. (Kunaq, 2022)	Precio unitario en US\$ del tarwi y sus derivados. (Sunat, 2022)	De razón

Nota. Elaboración Propia

Anexo 2: Matriz de consistencia

Objetivo	Hipótesis	Variable		Metodología	Población y muestra	Estadística a utilizar
Objetivo General	Hipotesis General	Variable 1: Exportación		Tipo y diseño de investigación	Población:	
		Indicadores	Escala de medición			
Determinar si la diversificación del producto, la diversificación de mercado y el precio son factores que influyen en las exportaciones de tarwi y derivados en el periodo 2017 – 2021.	La diversificación del producto, la diversificación de mercado y el precio son factores que influyen en las exportaciones de tarwi y derivados en el periodo 2017 – 2021.	Valor FOB de exportación.	De razón	Tipo: Aplicada	La población en la presente investigación estuvo representada por todos los registros de partidas arancelarias de las exportaciones nacionales de tarwi y sus derivados en el periodo de 2017-2021, que son un total de 105 registros.	DESCRIPTIVA: Ingresar los datos obtenidos en una matriz de Excel que se exportará al programa estadístico SPSS el cuál brindará la prueba de normalidad que indica si sigue una distribución normal.
Objetivos Especificos	Hipotesis Especificas	Variable 2: Diversificación del producto		Enfoque:		
Determinar si la diversificación del producto influye en las exportaciones del tarwi y sus derivados peruanos en el periodo 2017-2021.	La diversificación del producto influye en las exportaciones del tarwi y sus derivados peruanos en el periodo 2017-2021.	Indicadores	Escala de medición	Quantitativo		
		Exportación anual en valor FOB de los derivados del tarwi	De razón	Corte: Longitudinal de tendencia		

Objetivo	Hipótesis	Variable	Metodología	Población y Muestra
		Variable 3: Diversificación del mercado		INFERENCIAL: Se empleó Kolmogorov Smirnov porque probó que los datos de la muestra provienen de una distribución no normal y porque los datos de la muestra son mayores a 50.
Identificar si la diversificación de mercado influye en las exportaciones del tarwi y sus derivados peruanos en el periodo 2017-2021.	La diversificación de mercado influye en las exportaciones del tarwi y sus derivados peruanos en el periodo 2017-2021.	Indicadores	Escala de medición	Muestra:
		Porcentaje de las exportaciones que representa cada país a donde se exporta el tarwi y sus derivados.	De razón	
			Diseño: No experimental	
		Variable 4: Precio		Se utilizó una muestra censal de 105 registros de exportaciones de tarwi y sus derivados durante el periodo 2017-2021
Analizar si el precio influye en la exportación de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017-2021.	El precio influye en las exportaciones del tarwi y sus derivados peruanos en el periodo 2017-2021.	Indicadores	Escala de medición	Adicionalmente, para la correlación se empleó el estadígrafo no paramétrico: Rho Spearman para las pruebas de hipótesis correspondientes.
		Precio unitario en US\$ del tarwi y sus derivados.	De razón	
			Técnicas: Análisis documental	

Anexo 3: Validación de instrumentos

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Chombo Jaco José Alberto
- I.2. Especialidad del Validador: Administración
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente Universidad Cesar Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Instrumento de recolección de datos cuantitativo
- I.5. Autores del instrumento: De la Cruz Aparicio, Hilda Jasmin

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				<u>65</u>	
OBJETIVIDAD	Está expresado de manera coherente y lógica				<u>65</u>	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				<u>65</u>	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				<u>65</u>	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				<u>65</u>	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre variable dependiente y variables independientes				<u>65</u>	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				<u>65</u>	
CONSISTENCIA	Considera que las variables utilizadas en este instrumento son propias del campo que se está investigando.				<u>65</u>	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de información de bases de datos cuantitativas				<u>65</u>	
METODOLOGÍA	Considera que las variables apoyan a medir lo que pretende medir.				<u>65</u>	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					<u>65 %</u>	

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de medición?

.....
.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Lima, 26 de setiembre del 2022

65 %



.....
Firma de experto informante
DNI: 09652149
Teléfono: 974158898

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

I.1. Apellidos y nombres del informante: Aguirre Gonzales, Joseph Pavel

I.2. Especialidad del Validador: Administración

I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente / Universidad Cesar Vallejo

I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Instrumento de recolección de datos
cuantitativo

I.5. Autores del instrumento: De la Cruz Aparicio, Hilda Jasmin

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				<u>70</u>	
OBJETIVIDAD	Está expresado de manera coherente y lógica				<u>70</u>	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				<u>70</u>	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				<u>70</u>	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				<u>70</u>	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre variable dependiente y variables independientes				<u>70</u>	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				<u>70</u>	
CONSISTENCIA	Considera que las variables utilizadas en este instrumento son propias del campo que se está investigando.				<u>70</u>	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de información de bases de datos cuantitativas				<u>70</u>	
METODOLOGÍA	Considera que las variables apoyan a medir lo que pretende medir.				<u>70</u>	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					<u>70 %</u>	

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de medición?

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Lima, 26 de setiembre del 2022

70 %



.....
Firma de experto informante

DNI: 40453183

Teléfono: 902252323

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Alhuay Olivera, Samanta
- I.2. Especialidad del Validador: Maestra en Administración de Negocios - MBA
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente Universidad Cesar Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Instrumento de recolección de datos cuantitativo
- I.5. Autores del instrumento: De la Cruz Aparicio, Hilda Jasmin

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				<u>75%</u>	
OBJETIVIDAD	Está expresado de manera coherente y lógica				<u>75%</u>	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				<u>75%</u>	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				<u>75%</u>	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				<u>75%</u>	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre variable dependiente y variables independientes				<u>75%</u>	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				<u>75%</u>	
CONSISTENCIA	Considera que las variables utilizadas en este instrumento son propias del campo que se está investigando.				<u>75%</u>	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de información de bases de datos cuantitativas				<u>75%</u>	
METODOLOGÍA	Considera que las variables apoyan a medir lo que pretende medir.				<u>75%</u>	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					<u>75%</u>	

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de medición?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

75 %

Lima, 26 de setiembre del 2022



.....
Firma de experto
informante
DNI: 70439888
Teléfono:
954154032

Anexo 4: Valor nutricional de legumbres secas

Componente	Tarwi	Maní	Soya	Frijol	Lenteja
Proteína	51,1	27,0	40,0	24,5	26,5
Grasa	20,4	42,0	21,0	1,9	1,3
Carbohidrato	26,1	19,0	34,0	69,2	69,6
Ceniza	2,4	2,0	4,9	4,4	2,6

Nota. Elaboración Propia. Fuente: Minsa

Anexo 5: Otros anexos: Datos obtenidos de Kunaq

Año	Semestre	Subpartida nacional	Derivados	FOB total USD	Nombre comercial	Diversificación de producto	Exportador	País de destino	Diversificación de mercado	Participación de los países en la S X	Precio *kilo
2016	1	713909000	4	60.00	chocho con valor agregado	1	Ordoñez Cutipa Elvira	Chile	5	0.14%	\$ 5.00
2016	1	713909000	4	310.00	chocho con valor agregado	1	Ordoñez Cutipa Elvira	Chile	5	0.70%	\$ 5.00
2016	1	713909000	4	13,300.00	chocho seco	4	Comercial Linaro Empresa Individual De R	Ecuador	6	29.93%	\$ 0.70
2016	1	713339900	3	4,485.00	chocho seco	4	Alisur S.A.C.	España	8	10.09%	\$ 2.30
2016	1	713339900	3	2,150.00	chocho seco	4	Turmany Foods S.A.C.	España	8	4.84%	\$ 2.15
2016	1	2005999000	16	1,990.00	chocho seco	4	Alisur S.A.C.	España	8	4.48%	\$ 1.99
2016	1	713909000	4	3,980.00	chocho seco	4	Alisur S.A.C.	España	8	8.96%	\$ 1.99
2016	1	713909000	4	775.00	chocho seco	4	Grupo Aguilar Corporation S.A.C.	España	8	1.74%	\$ 1.55
2016	1	713909000	4	5,040.00	chocho con valor agregado	1	Agromix Industrial S.A.C	España	8	11.34%	\$ 1.68

Año	Semestre	Subpartida nacional	Derivados	FOB total USD	Nombre comercial	Diversificación de producto	Exportador	País de destino	Diversificación de mercado	Participación de los países en la S X	Precio *kilo
2016	1	713339900	3	11,100.00	chocho seco	4	Turmany Foods S.A.C.	España	8	24.98%	\$ 2.22
2016	1	713909000	4	310.00	chocho con valor agregado	1	Ordoñez Cutipa Elvira	Chile	5	0.70%	\$ 0.79
2017	2	713909000	4	1,525.37	chocho con valor agregado	1	Andes Alimentos & Bebidas S.A.C.	Estados Unidos	9	5.17%	\$ 2.15
2017	2	713339900	3	10,750.00	chocho seco	4	Turmany Foods S.A.C.	España	8	36.40%	\$ 1.61
2017	2	713909000	4	805.00	chocho seco	4	Grupo Aguilar Corporation S.A.C.	España	8	2.73%	\$ 2.20
2017	3	713909000	4	6,600.00	chocho seco	4	R. Muelle S.A.C.	España	8	35.28%	\$ 1.62
2017	3	713909000	4	405.42	chocho seco	4	Grupo Aguilar Corporation S.A.C.	España	8	2.17%	\$ 2.20
2017	3	713909000	4	2,200.00	chocho seco	4	R. Muelle S.A.C.	España	8	11.76%	\$ 1.61
2017	3	713909000	4	403.24	chocho seco	4	Grupo Aguilar Corporation S.A.C.	España	8	2.16%	\$ 2.20
2017	3	713909000	4	4,400.00	chocho seco	4	R. Muelle S.A.C.	España	8	23.52%	\$ 1.87

Año	Semestre	Subpartida nacional	Derivados	FOB total USD	Nombre comercial	Diversificación de producto	Exportador	País de destino	Diversificación de mercado	Participación de los países en la S X	Precio *kilo
2017	3	713909000	4	768.00	chocho seco	4	Imex Futura S.A.C.	Estados Unidos	9	4.11%	\$ 1.69
2017	3	713909000	4	1,264.11	chocho seco	4	Grupo Aguilar Corporation S.A.C.	España	8	6.76%	\$ 2.52
2017	3	2005800000	15	1,248.00	chocho seco	4	Imex Futura S.A.C.	Estados Unidos	9	6.67%	\$ 0.70
2017	3	1211909099	13	70.00	mixtura de espinaca, acelga, hoja de tarwi	5	Biomate Import Export S.A.C.	Chile	5	0.37%	\$ 6.00
2017	3	1005909000	8	0.30	salmuera de tarwi	3	Mondo Imprenditore S.A.C.	Alemania	1	0.00%	\$ 2.22
2018	4	2005700000	14	5,940.00	chocho seco	4	Fundo San Isidro S.A.C.	España	8	93.69%	\$ 0.70
2018	4	713909000	4	400.00	chocho seco	4	Oliamerica Sociedad Anonima Cerrada -Oli	Chile	5	6.31%	\$ 0.70
2018	5	712909000	2	3,500.00	chocho seco	4	Corporacion Noubi Sac	Ecuador	6	4.58%	\$ 1.63
2018	5	713909000	4	6,125.00	chocho seco	4	Corporacion Noubi Sac	Ecuador	6	8.02%	\$ 1.65
2018	5	713909000	4	46,137.15	chocho seco	4	Arpusa Inversiones S.A.C.	Ecuador	6	60.39%	\$ 1.98
2018	5	713909000	4	2,808.30	chocho seco	4	Lamas Import Export S.A.C.	España	8	3.68%	\$ 1.38

Año	Semestre	Subpartida nacional	Derivados	FOB total USD	Nombre comercial	Diversificación de producto	Exportador	País de destino	Diversificación de mercado	Participación de los países en la S X	Precio *kilo
2018	5	713339900	3	5,940.00	chocho seco	4	R. Muelle S.A.C.	España	8	7.78%	\$ 0.70
2018	5	713909000	4	241.50	chocho con valor agregado	1	Agroindustriales Y Exportadora Beto Vip	Chile	5	0.32%	\$ 2.00
2018	5	712909000	2	3,500.00	chocho seco	4	Corporación Noubi Sac	Ecuador	6	4.58%	\$ 2.00
2018	5	713909000	4	6,125.00	chocho seco	4	Corporación Noubi Sac	Ecuador	6	8.02%	\$ 1.63
2018	5	713909000	4	350.00	chocho con valor agregado	1	Agroindustriales Y Exportadora Beto Vip	Chile	5	0.46%	\$ 1.27
2018	5	809300000	5	20.00	chocho con valor agregado	1	Agroindustriales Y Exportadora Beto Vip	Chile	5	0.03%	\$ 1.80
2019	6	713909000	4	48,851.10	chocho seco	4	Arpusa Inversiones S.A.C.	Ecuador	6	38.03%	\$ 2.01
2019	6	713909000	4	53,946.00	chocho seco	4	Arpusa Inversiones S.A.C.	Ecuador	6	42.00%	\$ 2.45
2019	6	713909000	4	3,435.00	chocho seco	4	Vidal Foods S.A.C.	Estados Unidos	9	2.67%	\$ 2.10
2019	6	713339900	3	839.52	chocho seco	4	Lamas Import Export S.A.C.	España	8	0.65%	\$ 1.85

Año	Semestre	Subpartida nacional	Derivados	FOB total USD	Nombre comercial	Diversificación de producto	Exportador	País de destino	Diversificación de mercado	Participación de los países en la S X	Precio *kilo
2019	7	713909000	4	62,937.00	chocho seco	4	Arpusa Inversiones S.A.C.	Ecuador	6	79.05%	\$ 1.85
2019	7	904219000	6	2,405.00	chocho seco	4	Jm Importadora Exportadora Y Servicios S	España	8	3.02%	\$ 2.53
2019	7	713909000	4	7,800.00	chocho seco	4	R. Muelle S.A.C.	España	8	9.80%	\$ 1.72
2019	7	904219000	6	3,940.50	chocho seco	4	Jm Importadora Exportadora Y Servicios S	España	8	4.95%	\$ 1.95
2019	7	713909000	4	2,530.00	chocho seco	4	Blue Market S.A.C	España	8	3.18%	\$ 2.79
2020	8	2106903000	17	862.50	salmuera de tarwi	3	The Superfood Company Sociedad Anonima C	Chile	5	6.27%	\$ 1.72
2020	8	1106209000	11	1,718.18	chocho con valor agregado	1	Cia Peru Export S.A.C.	España	8	12.49%	\$ 3.08
2020	8	713909000	4	7,761.00	chocho seco	4	Jm Importadora Exportadora Y Servicios S	España	8	56.41%	\$ 2.51
2020	8	6104630000	19	3,417.00	chocho seco	4	Kallpa Foods S.A.C.	España	8	24.84%	\$ 2.72
2020	9	6104630000	19	1,718.18	chocho con valor agregado	1	Cia Peru Export S.A.C.	España	8	34.76%	\$ 2.22

Año	Semestre	Subpartida nacional	Derivados	FOB total USD	Nombre comercial	Diversificación de producto	Exportador	País de destino	Diversificación de mercado	Participación de los países en la S X	Precio *kilo
2020	9	6104630000	19	840.00	chocho seco	4	Jm Importadora Exportadora Y Servicios S	Bélgica	2	16.99%	\$ 2.50
2021	10	713909000	4	478.72	chocho con valor agregado	1	Jaca Agro Export S.A.C.	España	8	1.14%	\$ 2.84
2021	10	713909000	4	2,408.05	chocho seco	4	Fusión Foods S.A.C.	Estados Unidos	9	5.74%	\$ 2.45
2021	10	713909000	4	2,217.74	chocho seco	4	Blue Pacific Oils Sociedad Anonima Cerra	España	8	5.29%	\$ 2.50
2021	10	1102909000	8	3,608.53	chocho seco	4	Fusión Foods S.A.C.	Estados Unidos	9	8.61%	\$ 2.72
2021	10	713909000	4	3,822.26	chocho seco	4	Jm Importadora Exportadora Y Servicios S	España	8	9.12%	\$ 2.05
2021	10	713909000	4	7,009.52	chocho seco	4	Dos Marias E.I.R.L.	España	8	16.72%	\$ 2.33
2021	10	1106209000	11	1,545.77	chocho seco	4	Fusión Foods S.A.C.	Estados Unidos	9	3.69%	\$ 2.70
2021	10	3004902900	18	4,032.00	chocho seco	4	Jm Importadora Exportadora Y Servicios S	España	8	9.62%	\$ 2.29
2021	10	1106100000	9	9,787.20	chocho seco	4	Dos Marias E.I.R.L.	España	8	23.35%	\$ 2.24
2021	10	6104630000	19	7,009.52	chocho seco	4	Dos Marias E.I.R.L.	España	8	16.72%	\$ 2.45

Año	Semestre	Subpartida nacional	Derivados	FOB total USD	Nombre comercial	Diversificación de producto	Exportador	País de destino	Diversificación de mercado	Participación de los países en la S X	Precio *kilo
2021	11	6109909000	20	2,287.92	chocho seco	4	El Industrial Naraed E.I.R.L.	Bélgica	2	3.74%	\$ 1.30
2021	11	6104630000	19	4,992.00	chocho seco	4	Imex Futura S.A.C.	Reino Unido	11	8.16%	\$ 8.25
2021	11	713909000	4	4,109.77	chocho seco	4	Cia Peru Export S.A.C.	España	8	6.72%	\$ 8.07
2021	11	713909000	4	1,248.00	chocho seco	4	Imex Futura S.A.C.	Estados Unidos	9	2.04%	\$ 3.87
2021	11	6104630000	19	1,392.92	chocho seco	4	El Industrial Naraed E.I.R.L.	Bélgica	2	2.28%	\$ 3.80
2021	11	6104630000	19	18,345.21	chocho seco	4	Cia Peru Export S.A.C.	España	8	29.99%	\$ 8.50
2021	11	713909000	4	3,360.00	chocho seco	4	Sami – AgroserVICIOS Peru E.I.R.L.	España	8	5.49%	\$ 8.50
2021	11	713909000	4	3,744.00	chocho seco	4	Imex Futura S.A.C.	Estados Unidos	9	6.12%	\$ 2.40
2021	11	6104630000	19	9,787.20	chocho seco	4	Dos Marias E.I.R.L.	España	8	16.00%	\$ 2.20
2021	11	713909000	4	1,424.01	harina de tarwi	2	Distruibuidora Anka S.A.C	Brasil	4	2.33%	\$ 1.54
2021	11	713909000	4	1,625.00	chocho seco	4	Sami – AgroserVICIOS Peru E.I.R.L.	España	8	2.66%	\$ 2.58
2021	11	713909000	4	4,125.00	chocho con valor agregado	1	Amazon Andes Export S.A.C.	Singapur	13	6.74%	\$ 3.80

Año	Semestre	Subpartida nacional	Derivados	FOB total USD	Nombre comercial	Diversificación de producto	Exportador	País de destino	Diversificación de mercado	Participación de los países en la S X	Precio *kilo
2022	12	713909000	4	35.00	salmuera de tarwi	3	Rinconcito De Las Tradiciones Peruanas E	Emiratos Arabes Unidos	7	0.09%	\$ 17.50
2022	12	713909000	4	338.74	harina de tarwi	2	Koech S.A.C.	Estados Unidos	9	0.92%	\$ 8.26
2022	12	710809000	1	152.00	harina de tarwi	2	Koken Del Peru Srl	Japón	10	0.41%	\$ 7.60
2022	12	713909000	4	2,110.98	harina de tarwi	2	Andina Natural Y Distribucion S.A.C.	Bolivia	3	5.73%	\$ 2.63
2022	12	713909000	4	2,110.98	harina de tarwi	2	Andina Natural Y Distribucion S.A.C.	Bolivia	3	5.73%	\$ 2.63
2022	12	713909000	4	2,110.97	harina de tarwi	2	Andina Natural Y Distribucion S.A.C.	Bolivia	3	5.73%	\$ 2.63
2022	12	713909000	4	245.00	chocho con valor agregado	1	Jaca Agro Export S.A.C.	España	8	0.66%	\$ 35.00
2022	12	710809000	1	57.00	harina de tarwi	2	Mama Selva Peru S.R.L.	República Checa	12	0.15%	\$ 3.80
2022	12	713909000	4	382.50	salmuera de tarwi	3	Corporacion De Alimentos Tierra Bendita	Brasil	4	1.04%	\$ 8.50
2022	12	710809000	1	382.50	salmuera de tarwi	3	Corporacion De Alimentos Tierra Bendita	Brasil	4	1.04%	\$ 8.50

Año	Semestre	Subpartida nacional	Derivados	FOB total USD	Nombre comercial	Diversificación de producto	Exportador	País de destino	Diversificación de mercado	Participación de los países en la S X	Precio *kilo
2022	12	713909000	4	1,885.13	salmuera de tarwi	3	Tauri Peru Sac	Reino Unido	11	5.11%	\$ 7.09
2022	12	713909000	4	1,618.01	harina de tarwi	2	Tauri Peru Sac	Reino Unido	11	4.39%	\$ 6.69
2022	12	713909000	4	4,245.34	chocho seco	4	Fusion Foods S.A.C.	Estados Unidos	9	11.52%	\$ 21.44
2022	12	713909000	4	2,496.00	chocho seco	4	Imex Futura S.A.C.	Estados Unidos	9	6.77%	\$ 24.00
2022	12	713909000	4	1,248.00	chocho seco	4	Imex Futura S.A.C.	Estados Unidos	9	3.39%	\$ 24.00
2022	12	713909000	4	1,787.00	chocho seco	4	Fusion Foods S.A.C.	Estados Unidos	9	4.85%	\$ 35.04
2022	12	713909000	4	3,584.00	chocho seco	4	Peru Bean S.A.C.	Estados Unidos	9	9.72%	\$ 51.20
2022	12	1106309000	12	57.00	harina de tarwi	2	Mama Selva Peru S.R.L.	República Checa	12	0.15%	\$ 3.80

Glosario de términos

Sigla	Significado
Sunat	Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria
Siicex	Sistema integrado de información de Comercio Exterior
Trade Map	Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas
Kunaq	Sistema de Inteligencia Comercial



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, NAVARRO SOTO FABIOLA CRUZ, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "Factores que influyen en las exportaciones de tarwi y derivados peruanos en el periodo 2017 – 2021", cuyo autor es DE LA CRUZ APARICIO HILDA JASMIN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 28 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
NAVARRO SOTO FABIOLA CRUZ DNI: 21010733 ORCID: 0000-0003-2123-8416	Firmado electrónicamente por: FNAVARROSO el 12- 12-2022 18:58:39

Código documento Trilce: TRI - 0458894