



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

EXPORTACION DEL FRIJOL CASTILLA DE LA EMPRESA ALISUR
S.A.C AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS - 2015

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

AUTORA

Clarita Nena Chupillon Cárdenas

ASESOR

Mg. Fernando Luis Márquez Caro

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Comercio Internacional

LIMA – PERÚ

(2017)

PAGINA DEL JURADO



.....
Dr. Muñoz Ledesma Sabino
PRESIDENTE



.....
Mg. Márquez Caro Fernando Luis
SECRETARIO



.....
Mg. Barco Solari Esteban
VOCAL

DEDICATORIA

Dedico esta investigación A nuestros padres por apoyarnos en cada paso que damos, por su esfuerzo al querer vernos lograr nuestras metas, por ser nuestro soporte en toda etapa. A nuestros maestros por mostrarnos que vale la pena luchar por lo que queremos, y darnos las enseñanzas necesarias para culminar cada año universitario.

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios y a mi madre por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre toda la felicidad.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Clarita Nena Chupillon Cárdenas con DNI N° 46081843, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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 de la Universidad César Vallejo.

Lima 10 de Mayo del 2017



FIRMA

CHUPILLON CARDENAS, CLARITA NENA

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante usted la Tesis titulada **“EXPORTACION DEL FRIJOL CASTILLA DE LA EMPRESA ALISUR S.A.C AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS – 2015”**, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciado en Negocios Internacionales.

CHUPILLON CARDENAS, CLARITA NENA

ÍNDICE

Página del Jurado.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de Autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Índice.....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	1
1.2. TRABAJOS PREVIOS.....	2
1.3. TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA.....	4
1.3.1. Exportación.....	4
1.3.1.1. Exportación según Daniels.....	4
1.3.1.2. Exportación según Smith.....	5
1.3.1.3. Exportación según Ricardo.....	5
1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
1.4.1 PROBLEMA GENERAL.....	7
1.4.2 PROBLEMA ESPECIFICOS.....	7
1.5. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....	7
1.6. OBJETIVOS.....	8
1.6.1 OBJETIVO GENERAL.....	8
1.6.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	8
II. MÉTODO.....	8
2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	9
2.1.1 NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	9
2.1.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	9
2.2. VARIABLE, OPERALIZACIÓN.....	9
2.3. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	10
2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ CONFIABILIDAD.....	11
III. RESULTADOS.....
3.1. Descripción de los datos.....
3.1.1. Variable: Exportación.....
3.1.1.1. Dimensión 01: Volumen.....
3.1.1.2. Dimensión 02: Valor.....
3.1.1.3. Dimensión 03: Precio.....
IV. DISCUSIÓN.....
V. CONCLUSIONES.....
VI. RECOMENDACIONES.....
VII. REFERENCIAS.....
VIII. ANEXOS.....
8.1. Matriz de consistencia.....
8.2. Instrumento de recolección de datos.....
8.3. Validez del instrumento.....
8.4. Confiabilidad.....

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Exportación del Frijol Castilla de la Empresa ALISUR S.A.C al mercado de EE.UU 2015” tiene como objetivo principal es Describir la evolución de exportación del frijol de castilla de la empresa Alisur S.A.C al mercado de Estados Unidos 2015. La razón principal del estudio es mejorar la exportación del Frijol Castillo al mercado de E.E.UU, y así mismo incrementar capacidades para la producción y cosecha de las legumbres aumentando las exportaciones y generando valor para el productor y para el país con su respecto asu crecimiento económico. Los resultados obtenidos con relación al planteamiento del problema y el objetivo principal arrojo que la exportación del Frijol Castilla de la empresa ALISUR S.A.C al mercado de E.E.UU. 2015, con respecto al año anterior ha ido mejorando un 80%; esto es favorable para el crecimiento de nuestro país en el sector productivo y económico. Finalmente, se describió el volumen, valor y precio de la exportación del frijol castillo de la empresa alisur s.a.c que está en constante crecimiento como se demuestra en los resultados de las encuestas realizadas y logrando asi describir una exportación de calidad en nuestro país.

Palabras claves: EXPORTACION, VOLUMEN, VALOR, PRECIO.

ABSTRAC

The present research work titled "Exportation of the Bean Castile from the Company ALISUR S.A.C to the US market 2015" has as main objective is to describe the evolution of export of Castilla bean from the company Alisur S.A.C to the United States market 2015. The main reason for the study is to improve the export of Bean Castillo to the US market, as well as increase capacity for the production and harvesting of legumes, increasing exports and generating value for the producer and for the country with respect to economic growth. The results obtained in relation to the approach of the problem and the main objective is that the export of Bean Castile from the company ALISUR S.A.C to the market of E.E.UU. 2015, compared to the previous year has improved by 80%; this is favorable for the growth of our country in the productive and economic sector. Finally, it was described the volume, value and price of the export of the bean castle of the company alisur s.a.c that is in constant growth as shown in the results of the surveys carried out and thus managing to describe a quality export in our country.

Key words: EXPORT, VOLUME, VALUE, PRICE.

I.INTRODUCCIÓN

1.1 REALIDAD PROBLEMÁTICA

En nuestro país el principal factor de crecimiento económico son las exportaciones, debido a que el comercio exterior se ha convertido en un concepto altamente importante y mencionado en los últimos tiempos, siendo el sector de las agro exportaciones para Comex Perú (2015) manifiesta que desarrollan una serie de industrias conexas, como las de empaques, uniformes, maquinarias, a su vez generan empleos y dinamismo en aquellas regiones donde requieren de mano de obra contribuyendo al crecimiento económico.

Según Sierra Exportadora (2015) El Perú es uno de los países con mayor potencial de producción de legumbres en América Latina, y tiene 13 de las 15 variedades, que representa una oportunidad para los pequeños productores, así mismo Hernández (2013) manifiesta que la gastronomía peruana nos permite ganar posicionamiento en el exterior, como es el caso del frijol Castilla, siendo este producto requerido en el mercado internacional gracias a su precio y a la calidad.

Sierra Exportadora (2015) acota que hay una tendencia para consumir más legumbres, al ser una alternativa saludable con gran fuente de energía y alto valor proteico, de ahí, la demanda principalmente de los mercados de Estados Unidos y la Unión Europea.

A pesar de los alentadores resultados mencionados, el potencial del sector no ha sido aprovechado en su totalidad, por lo que todavía las épocas de siembra y cosecha están vigentes. Además, siendo la agricultura una de las actividades de mayor contraste entre la industria de la ciudad y el trabajo del campo, tiene un rol importante para fomentar el desarrollo económico de las regiones del país. (Comex Perú, 2015).

1.2 Trabajos previos

1.2.1 Antecedentes Nacionales

Aldave y Tello (2014) En su investigación tesis titulada Análisis del Mercado Californiano de Estados Unidos para viabilizar la exportación de conservas de aceitunas verdes para los productores de Tacna- 2014, para optar el grado académico de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte, tiene como objetivo Desarrollar un análisis del mercado Californiano de Estados Unidos para viabilizar la exportación de conservas de aceitunas verdes para los productores de Tacna al 2014. La metodología utilizada es No experimental – Cualitativa: Transaccional o Transversal – Descriptivo. Obtuvo como resultado que los productores de la Región de Tacna consideran importante que sus productos ingresen y sean conocidos en el mercado internacional, debido a que existe una tendencia orgánica, asimismo aseguran que obtendrían un mejor precio por sus productos y mejorarían su calidad de vida y que además Estados Unidos, se presenta como el mayor importador mundial de aceitunas preparadas o conservadas, debido a que es un mercado consolidado para el destino de las aceitunas pues, pese a su baja tasa de crecimiento promedio representada por el 0.90% la cual, se puede interpretar como una reducción de mercado; su promedio de participación a nivel mundial es de 29.50% indicando que atraviesa un panorama estable con tendencia al crecimiento gracias a la diversificación de mercados en los cuales se está posicionando actualmente la aceituna preparada o en conserva así como a la apertura y demanda del segmento gourmet lo cual, nos da una oportunidad de mercado. Dicho en otras palabras, Estados Unidos es un mercado que cuenta una fuerte demanda estable, la cual está respaldada por potenciales y nuevos clientes.

Vidal (2010) En su tesis titulada Estudio de pre – factibilidad para la exportación de palta Hass a Estados Unidos, para optar el título de Ingeniería Industrial de la Pontificia Universidad Católica del Perú; tuvo como objetivo señalar que la organización exporte más que lo que

abastece al mercado nacional. Asimismo, a largo plazo se plantea exportar derivados de la palta como pulpa de palta o aceite, que poco a poco ven incrementada su demanda, y que generarían mayores márgenes de ganancia. La metodología que se deduce es de carácter aplicativo. Se contrajo como resultado que coexiste preferencia de los consumidores norteamericanos por una alimentación ligada a una vida saludable, las variables macroeconómicas y crecimiento de las importaciones de palta Hass, hicieron considerar este proyecto de investigación como una magnífica oportunidad de negocio, así como también que para este proyecto, la actividad exportadora se realizará por medio de la adquisición de una planta procesadora y una agencia comercializadora que faculte colocar el mercado de una forma más correcta. Por consiguiente, la inversión en publicidad y ventas es prominente, dado que se gestionará la disposición de anuncios en múltiples medios, lo cual será una capacidad competitiva con respecto a los demás exportadores, y de alguna forma, al ser una novedad, en cuanto a país exportador, se intenta obtener una mayor proporción del mercado. León (2006) en su tesis titulada “Estrategias para la exportación de Higos hacia el mercado de la Unión Europea”. Para obtener el grado académico de Magíster en Administración Estratégica de Empresas por la Universidad Católica del Perú. El tipo de metodología comprende a una investigación aplicada con un enfoque cualitativo, para ello se definirá el mercado objetivo proponer lineamientos estratégicos que permitan construir ventajas competitivas para el desarrollo del higo en el Perú, tomando como punto de partida el diagnóstico de la situación de la industria, las ventajas comparativas que posee y teniendo siempre en cuenta los mercados internacionales de destino, especialmente la Unión Europea. Llegando a la conclusión que la problemática del agro es muy similar

1.2.2 Antecedentes Internacionales

Holguin y Vasconéz (2015) en su tesis titulada Plan de exportación de pencas de sábila hacia el mercado de Estados Unidos, para optar el título de Ingeniería comercial con mención en Comercio Exterior de la

Universidad Politécnica Salesiana Ecuador. Tuvo como objetivo primordial Diseñar para el sector de Colonche en un plan estratégico de exportación para el fomento y promoción de la penca de sábila como producto no tradicional en su estado natural desde Ecuador hacia el mercado de Estados Unidos principalmente para el sector industrial y farmacéutico. El método utilizado es el analítico sintético que consistió en la descomposición del fenómeno con la propósito de captar el funcionamiento de cada parte y luego reunir elementos o partes que tengan lógica para indicar y probar la verdad del conocimiento propuesto en el estudio. El resultado final fue que la sábila es un producto popular en el mercado nacional y que en la actualidad está alcanzando a introducirse a mercados internacionales catalogándose como un producto muy comercializado. Mediante el estudio del producto se pudo determinar su rentabilidad, así como también los magnates beneficios nutricionales y aportes medicinales que ésta contiene.

Hashiguchi (2005) en su tesis titulada Formulación de un producto moldeado a base de pasta de aceitunas: Aceitunas Duquesa, para optar el título de Ingeniero en alimentos de la Universidad de Chile, tuvo como objetivo crear un producto elaborado a base de pasta de aceitunas, variedad Sevillana previamente procesado como aceituna de color cambiante aderezadas con salmuera, solo con la de obtener un producto atractivo y con un toque diferenciado a la competencia. La metodología utilizada fue aplicada Experimental. Se dio como resultado que es posible la factible elaboración de aceitunas duquesa, producto moldeado a base de pasta de aceitunas, a un costo de creación menor que el precio de venta de aceitunas deshuesadas.

Holguín y Vasconéz (2015) en su tesis titulada Plan de exportación de pencas de sábila hacia el mercado de Estados Unidos, para optar el título de Ingeniería comercial con mención en Comercio Exterior de la Universidad Politécnica Salesiana Ecuador. Tuvo como objetivo principal Diseñar para el sector de Colonche en un plan estratégico de exportación para el fomento y promoción de la penca de sábila como producto no

tradicional en su estado natural desde Ecuador hacia el mercado de Estados Unidos principalmente industrial y farmacéutico. El método a utilizar es el analítico sintético que consiste en la descomposición del fenómeno con el propósito de comprender el funcionamiento de cada parte y luego reunir elementos o partes que poseen lógica para demostrar la verdad del conocimiento. El resultado final fue que la sábila es un producto conocido en nuestro mercado nacional y en la actualidad está alcanzando a introducirse a mercados internacionales catalogándose como un producto muy comercializado. Mediante el estudio del producto se pudo determinar rentabilidad, así también como los magnates beneficios nutricionales y aportes medicinales que ésta contiene.

1.3 Teorías relacionadas con el tema

Daniels et al. (2010, p. 174) En su investigación publicada con el título de “la Exportación como la venta de bienes y servicios producidos por una empresa localizada en un país y que dichos bienes están dirigidos a compradores que residen en otro país”.

Es decir que las empresas que se introducen a la exportación lo hacen sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir economías de escalas en la producción y para que pueda diversificar sus sedes de ventas. “Exportar es simplemente vender es decir en el mercado magnifico, insaciable del mundo entero. Vender bienes y servicios elaborados en el país y que se consume en otro diferente”

Ya que el arancel es un impuesto que se aplica en el comercio exterior para agregar valor al precio de las mercancías en el mercado de destino, como el objetivo de proteger a los bienes de servicio similares que se producen en el citado país.

Considerando las siguientes dimensiones:

1° Dimensión "Volumen de exportación"

Daniels (2010) define volumen de exportación como “las

cantidades que se miden en magnitudes físicas y generalmente se expresan por el número de artículos producidos o por unidades de medidas (de longitud, peso o volumen)” (p.109)

2° Dimensión "Valor de exportación"

Daniels (2010) define valor de exportación como “el dinero pagado o por pagar que se establece en relación de la oferta y la demanda del mercado que establecen dichos precios expresados en distintas monedas”. (p.109)

3° Dimensión "Precio de exportación"

Daniels (2010) definen precio de exportación es “la cantidad de dinero pagada por unidad de producto (bien o servicio)”. (p.109)

Aunque no exista una teoría sobre la exportación, la exportación es parte del comercio internacional, así que se desprenden a continuación las siguientes teorías:

Smith (1776, p.2) En su investigación publicada con el título de Exportación e Importación de Bienes y Servicio .El comercio entre países permite a cada uno aumentar su riqueza aprovechando en el principio de la división del trabajo. En otras palabras, si un país puede producir una unidad de un bien determinado a un menor costo que otro país, entonces el primero posee una ventaja absoluta sobre el segundo. De acuerdo con esta afirmación, los mayores beneficios del comercio se basan en el principio de la ventaja absoluta, bajo el argumento planteado que un país puede ser más eficiente que otro en la producción de algunos bienes y menos eficiente en la producción de otros. Por ende, ambos se pueden beneficiar del intercambio si cada país se especializa en la producción del bien que produce con mayor eficiencia que el otro; es decir, desarrolla su ventaja absoluta.

Ricardo (1817, pp. 98-113) En su investigación publicada con el título del Comercio Internacional, Un país exportaría la mercancía que produce con un costo menor, en comparación a otra mercancía, esto demuestra que los

países tienden a especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes que fabrican con un costo más bajo respecto al resto del mundo, en los que son comparativamente más eficientes que los demás y se tenderán a importar los bienes en los que son ineficientes con una producción con costos altos que el resto del mundo. En el comercio entre dos países, el país que tenga menos costo de oportunidad en la producción de un bien, tendrá ventaja comparativa en la producción de ese bien, frente al otro país.

Krugman, Obstfeld y Melitz (2012, p.81-105) En su investigación titulada Economía Internacional, mencionan que el comercio internacional se debe en gran medida a las diferencias de recursos de los países es una de las teorías más influyentes en economía internacional. Desarrollada por dos economistas suecos, Eli Heckscher y Bertil Ohlin (Ohlin recibió el Premio Nobel de Economía en 1977), la teoría se conoce como la teoría Heckscher-Ohlin. Debido a que la teoría pone de relieve la interacción entre las proporciones en las que los diferentes factores están disponibles en diferentes países, también se la conoce como la teoría de las proporciones factoriales. Se dice que un país que tiene una gran oferta de un recurso con relación a su oferta de otros recursos es abundante. Un país tenderá a producir relativamente más de los bienes que utilizan intensivamente sus recursos abundantes. El resultado es el teorema básico Heckscher-Ohlin del comercio: los países tienden a exportar los bienes que son intensivos en los factores con que están abundantemente dotados.

1.4 Formulación del problema

1.4.1 Problema General

¿Cuál ha sido la evolución de exportación del frijol castilla de la empresa Alisur S.A.C al mercado de Estados Unidos 2015?

PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- ¿Cuál ha sido la evolución del volumen de la exportación del frijol castilla de la empresa Alisur S.A.C al mercado de Estados Unidos 2015?

- ¿Cuál ha sido la evolución del valor de la exportación del frijol de castilla de la empresa Alisur S.A.C al mercado de Estados Unidos 2015?
- ¿Cuál ha sido la evolución del precio de la exportación del frijol de castilla de la empresa Alisur S.A.C al mercado de Estados Unidos 2015?

1.5 Justificación del estudio

- En general este estudio se da por el aporte que puede tener el producto en el exterior para las diversas cocinas del mundo, debido al auge gastronómico peruano.
- Aporta beneficiar la producción agrícola del frejol y hacerlo competitivo con otras menestras en el ámbito internacional e interno, como fuente para la creación de nuevos platos y su utilidad alimenticia, dando como principal relevancia social el aumento del consumo en el mercado nacional y sus posibles determinaciones comerciales, originando empleo, interés por la inversión agrícola y bienestar con el país.
- El presente trabajo tiene como objetivo exponer algunos rasgos sobre la historia, naturaleza y cualidades del fríjol, producto que a través del tiempo ha logrado convertirse en fuente primordial de alimento para el hombre. El ser humano, desde tiempos precolombinos, tuvo la capacidad de domesticar y más tarde desarrollar variedades capaces de adaptarse a condiciones específicas de cultivo, cuya relevancia actual llega incluso a trascender vínculos culturales y tradicionales de producción y de consumo, tal es el caso del continente latinoamericano donde tiene mayor aceptación.
- La justificación práctica del estudio es el aporte del trabajo que me ayuda a conocer más mi objeto de estudio, porque me da a conocer su adaptabilidad, producción y consumo para llevar a cabo una buena exportación.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo General

Describir la evolución de exportación del frijol de castilla de la empresa Alisur S.A.C al mercado de Estados Unidos 2015.

1.6.2 Objetivos Específicos

- Describir la evolución del volumen de exportación del frijol de castilla de la empresa Alisur S.A.C al mercado de Estados Unidos 2015.
- Describir la evolución del valor de exportación del frijol de castilla de la empresa Alisur S.A.C dirigida al mercado de Estados Unidos 2015.
- Describir la evolución del precio de exportación del frijol de castilla de la empresa Alisur S.A.C dirigida al mercado de Estados Unidos 2015.

II. MÉTODO

2.1 Tipo De Investigación

Según Hernández (2014) afirmó que una investigación será No experimental cuando no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya dadas, que no han sido provocadas intencionalmente por el investigador. En la investigación no experimental las variables no pueden ser manipuladas y no se

ejerce control directo sobre dichas variables. (pp. 152, Metodología de la Investigación Científica).

2.2 Nivel De Investigación

Bernal (1986) nos dice que la investigación es descriptiva, debido a que se aplicará la técnica del análisis documental; es decir, se describirán las características esenciales del tema de la investigación (p. 113, Metodología de la Investigación)

2.3 Diseño de investigación

Hernández, Fernández y Baptista (2010) nos indican que el diseño de la investigación es No experimental debido a que no se modificaran ni cambiaran las variables, asimismo es de corte transversal porque se recopilará información de un solo momento (p. 119, Metodología de la Investigación).

2.4 Variables, Operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	INSTRUMENTO DE MEDICION
Exportación	Daniels et al. (2010, p 174) se refiere a la exportación como la venta de bienes y servicios producidos por una empresa localizada en un país y que dichos bienes están dirigidos a compradores que residen en otro país.	Se obtendrá datos de las fuentes primarias, utilizando como técnica la encuesta y determinar la relación que tiene las de exportación del Frijol Castilla de la empresa ALISUR SAC al mercado de Estados Unidos 2015.	Volumen de exportación	Tecnología	Ordinal	cuestionario
				Cantidad		
			Valor de exportación	Calidad		
			Precio de exportación	Costo		

2.4.1 Variable

2.4.1.1 Variable: Exportación

Daniels et al. (2010, p. 174) En su investigación publicada con el título de “la Exportación como la venta de bienes y servicios producidos por una empresa localizada en un país y que dichos bienes están dirigidos a compradores que residen en otro país”.

Es decir que las empresas que se introducen a la exportación lo hacen sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir economías de escalas en la producción y para que pueda diversificar sus sedes de ventas. “Exportar es simplemente vender es decir en el mercado magnifico, insaciable del mundo entero. Vender bienes y servicios elaborados en el país y que se consume en otro diferente”

2.5 Población y muestra

2.5.1 Población

Para el autor Vara (2010), la población es “el conjunto de individuos o cosas que tienen uno o más propiedades en común, se encuentran en un espacio o territorio y varían en el transcurso del tiempo” (p.210).

La población a investigar está conformada por la empresa Alisur S.A.C por 20 trabajadores. Para ello recurriremos a la población brindada por Sierra Exportadora, la cual tiene en su base de datos la principal empresa exportadora de frijol de Castilla en el Perú, que en este caso, es la empresa Alisur S.A.C

2.5.2 Muestra

La muestra se considera censal porque se seleccionó con 100 % de la población al considerar un número manejable de sujetos. En este sentido Ramírez (1997) establecido la muestra censal es aquella donde todas las unidades de investigación son consideradas como muestra.

La muestra se realizará de manera dirigida a 20 trabajadores, dado que se trabajará con todos los elementos de la población debido a la pequeña extensión de la misma. Dichos empleados trabajan en la empresa Alisur S.A.C.

2.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos,

2.6.1.1 Técnica

De acuerdo a las características del trabajo de investigación, al ser de un enfoque cuantitativo, la técnica que se utilizará para la recolección de datos será la encuesta en la modalidad de cuestionario, con el fin de obtener información complementaria y directa de las personas que conforman la población.

2.6.1.2 Instrumentos de Recolección de datos

El instrumento que se aplicará a este proyecto de investigación será el cuestionario, el cual, para Bernal (2010), consiste en “un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios con el propósito de alcanzar los objetivos del proyecto de investigación” (p.250). El instrumento estará en relación a las dimensiones de la variable exportación y se creará con el propósito de recolectar información que

describa a la empresa Alisur S.A.C en sus exportaciones de frijol de Castilla en el año 2015.

El instrumento será un cuestionario en la modalidad de **escala de Likert**, que comprende las categorías siguientes:

- (5) Siempre
- (4) Casi siempre
- (3) Algunas veces
- (2) Casi nunca
- (1) Nunca

2.6.2 Validez y confiabilidad:

2.6.2.1 Validez

La validación del instrumento se realizará a través del “Juicio de Expertos”, el cual, para los autores Hernández, Fernández y Baptista (2010), señalan que “la validez del contenido se refiere al grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide” (p. 201). En ese sentido, el cuestionario contará con las dimensiones, conceptos e indicadores que representará la variable exportación.

Finalmente, el Juicio de Expertos estará siendo conformado por tres docentes expertos en metodología de la investigación científica y/o temáticos correspondientes, quienes validarán el instrumento a aplicar.

JUEZ	TOTAL
Seminario Unzueta Randall Jesús	75%
Márquez Caro Fernando Luis	75%
Candía Menor Marco Antonio	75%
Sabino Muñoz Ledesma	75%

2.6.2.2 Confiabilidad

Hernández et al. (2010), señalan que la confiabilidad se da cuando un instrumento produce resultados consistentes y coherentes. (p.200)

Para este punto, se realizó una prueba piloto de 20 encuestas otorgadas a 20 colaboradores de la empresa ALISUR SAC. Una vez obtenido los resultados de la prueba piloto realizada mediante el cuestionario, se procedió a obtener la confiabilidad del instrumento en mención por el sistema SPSS, obteniendo así un resultado con el coeficiente de Alpha de Cronbach.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.780	20

2.7 Métodos de análisis de datos

- **Estadística descriptiva:** Es la especialidad de la estadística, la cual se encarga de averiguar una cierta cantidad de datos a fin de lograr un resultado.
- **Normal:** Grafica que nos indica cual es el grado en que nuestros resultados están comprendidos en la población.

2.8 Aspectos éticos

Se tendrá en cuenta la veracidad de la información, el respeto por la propiedad intelectual, los derechos de autor; respeto al medio ambiente y biodiversidad, responsabilidad social, jurídica y ética.

III. RESULTADOS

3.1 Descripción de datos

En el presente grafico se destaca la cantidad de preguntas realizadas, es decir el 100% de las preguntas realizadas, teniendo en cuenta las variables y dimensiones.

		Estadísticos			
		Exportación	volumen	valor	precio
N	Válido	20	20	20	20
	Perdidos	0	0	0	0

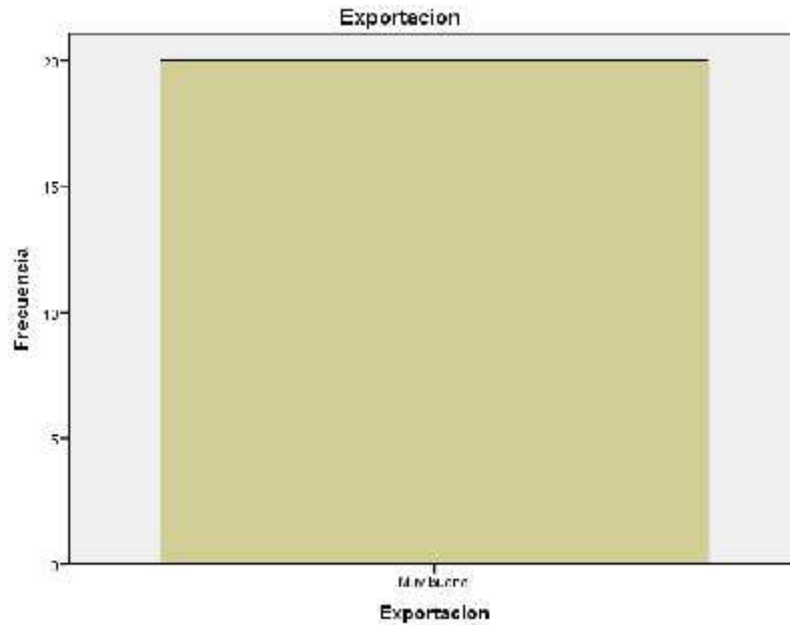
Tabla 1: Exportación

Objetivo General:

Describir la evolución de exportación del frijol de castilla de la empresa Alisur S.A.C al mercado de Estados Unidos 2015.

		Exportación			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bueno	20	100,0	100,0	100,0

Tabla 2: Exportación



Interpretación: De la encuesta aplicada a los trabajadores del área de exportación de la empresa ALISUR S.A.C, se obtuvo que el 100 % consideró que la exportación en sus empresas es muy buena. Determinando que las exportaciones que aplica el área de la empresa Alisur S.A.C es siempre la correcta.

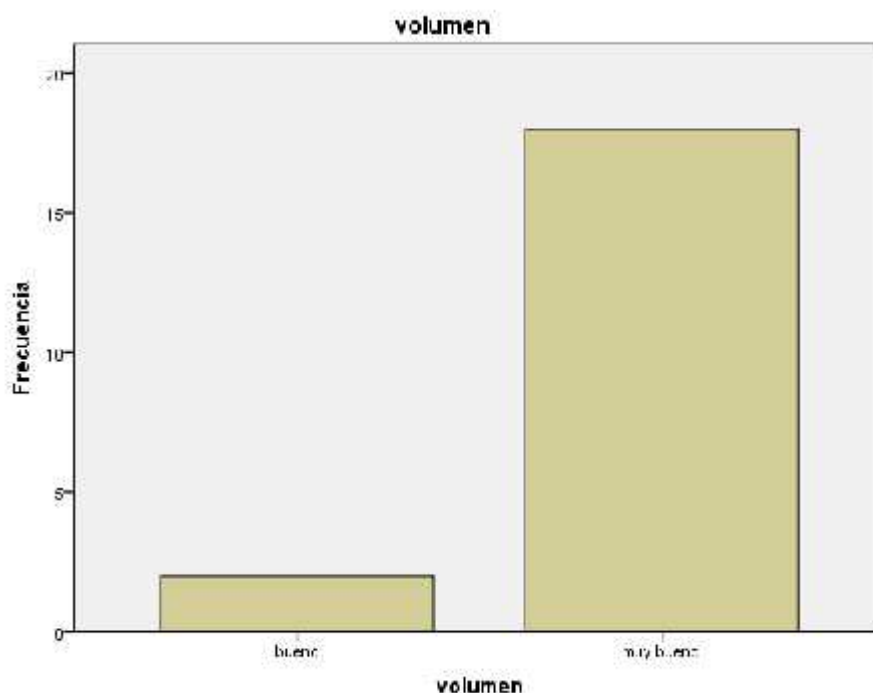
3.1.1.1 Dimensión VOLUMEN

Objetivo Especifico 1

- Describir la evolución del volumen de exportación del frijol de castilla de la empresa Alisur S.A.C al mercado de Estados Unidos 2015.

		Volumen			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	bueno	2	10,0	10,0	10,0
	muy bueno	18	90,0	90,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Tabla 4: Dimensión Volumen



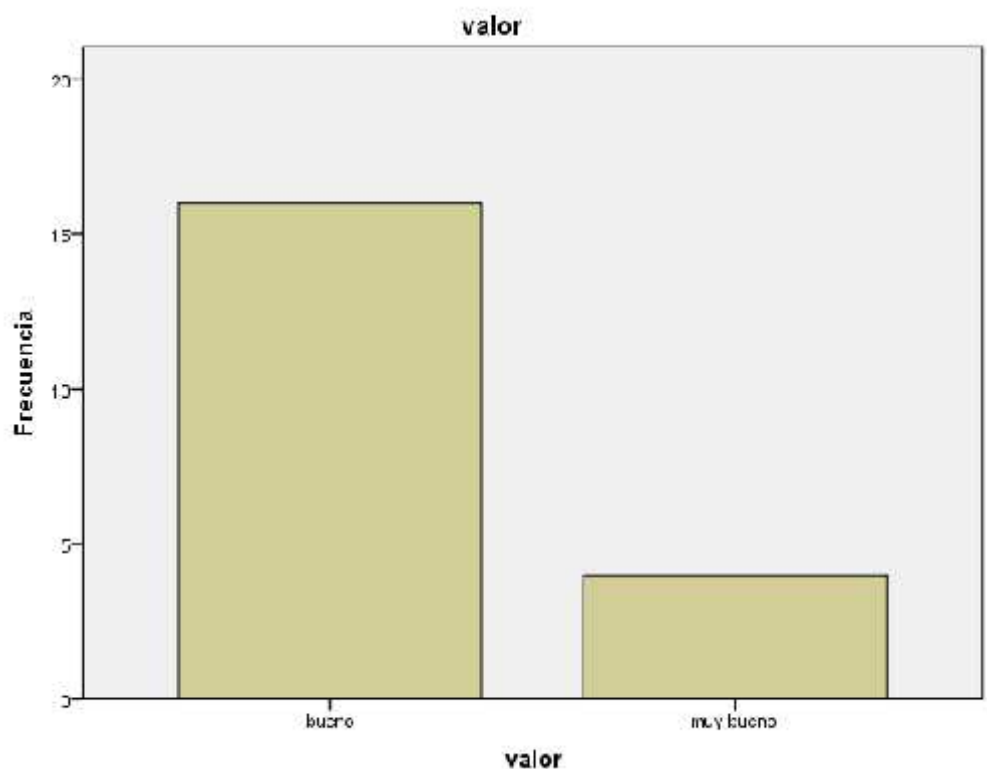
Interpretación: De la encuesta aplicada a los trabajadores del área de exportación de la empresa ALISUR S.A.C, se obtuvo que el 10% consideró que el volumen de los productos exportados son buenos y el 90% considera que los productos son muy buenos. Identificando que los productos exportados de la empresa ALISUR S.A.C siempre llegan con el volumen esperado.

3.1.1.2 Dimensión VALOR

- Describir la evolución del valor de exportación del frijol de castilla de la empresa Alisur S.A.C dirigida al mercado de Estados Unidos 2015.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	bueno	16	80,0	80,0	80,0
	muy bueno	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

TABLA 6: DIMENSION VALOR



Interpretación:

De la encuesta

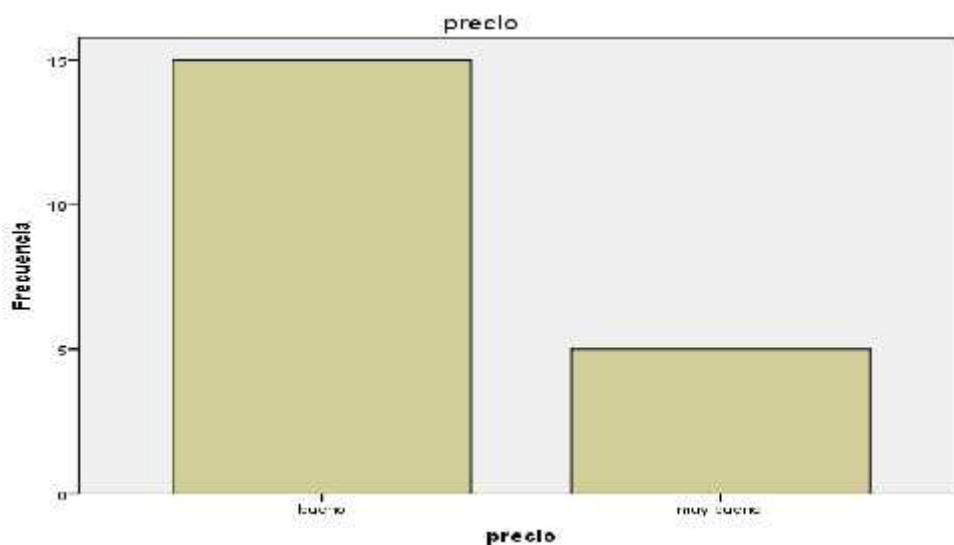
aplicada a los trabajadores del área de exportación del Frijol Castilla de la empresa alisur s.a.c, se obtuvo que el 80% consideraron que el valor de exportación del Frijol Castilla es bueno y el 20% consideraron que el valor de exportación es muy bueno. Identificando que la exportación del frijol castilla de la empresa alisur s.a.c siempre llegan a un muy bien tiempo adecuado.

3.1.1.3 Dimensión PRECIO

- Describir la evolución del precio de exportación del frijol de castilla de la empresa Alisur S.A.C dirigida al mercado de Estados Unidos 2015.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	bueno	15	75,0	75,0	75,0
	muy bueno	5	25,0	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

TABLA 7: Dimensión PRECIO



Interpretación: De la encuesta aplicada a los trabajadores del Área exportación del Frijol Castilla de la empresa Alisur s.a.c, se obtuvo que el 75% consideraron que el precio son buenos, el 25% considera que los precios son muy buenos. Identificando que la exportación del Frijol Castilla a la empresa alisur s.a.c siempre logra aumentar eficientemente sus precios.

IV. DISCUSION

Aldave y Tello (2014) En su tesis titulada Análisis del Mercado Californiano de Estados Unidos para viabilizar la exportación de conservas de aceitunas verdes para los productores de Tacna- 2014. Obtuvo como resultado principal que los productores de la Región Tacna consideran importante que sus productos ingresen al mercado internacional, debido a que existe una tendencia orgánica y la cultura del bienestar, asimismo aseguran que obtendrían un mejor precio por sus productos y mejorarían su calidad de vida y que además Estados Unidos es un mercado que cuenta una fuerte demanda estable, la cual está respaldada por potenciales y nuevos clientes.

Es importante recalcar que las exportaciones consideran a Estados Unidos como un mercado que tiene gran demanda y con ello, buenos márgenes de ganancia.

Vidal (2010) En su tesis titulada Estudio de pre – factibilidad para la exportación de palta Hass a Estados Unidos. Obtuvo como resultado que existe preferencia de los consumidores norteamericanos por una alimentación más saludable, las variables macroeconómicas y crecimiento de las importaciones de palta Hass, hacen considerar este proyecto como una excelente oportunidad de negocio.

Con ello; se manifiesta que el valor de las exportaciones juegan un papel importante en la calidad de las aceitunas pues los productores aseguran que ello mejorará la calidad exportable y la percepción de la exportación será mayor, así como de los importadores o compradores del bien exportado.

León (2006) En su tesis titulada “Estrategias para la exportación de Higos hacia el mercado de la Unión Europea. para ello se definirá el mercado objetivo proponer lineamientos estratégicos que permitan construir ventajas competitivas para el desarrollo del higo en el Perú, tomando como punto de partida el diagnóstico de la situación de la industria, las ventajas comparativas que posee y teniendo siempre en cuenta los mercado internacionales de destino, especialmente la Unión Europea. Llegando a la conclusión que la problemática del agro es muy similar

V. CONCLUSIONES

Conclusión General:

En esta investigación se logró determinar con un porcentaje del 100% que las exportaciones del Frijol Castilla de la empresa alisur s.a.c al mercado de EE.UU son muy buenos, es decir la misión que ellos aplican siempre es la correcta.

Conclusión Específica 1:

Con respecto a la Dimensión Volumen, se identificó que solo el 90% de los encuestados considera muy bueno la calidad de la exportación que son recepcionados. Es decir la gestión de exportación del Frijol Castilla de la empresa alisur s.a.c. es de alta calidad para la empresa es siempre la mejor.

Conclusión Especifica 2:

Así mismo, en la Dimensión valor, se identificó que el 80% de los encuestados indica que la exportación del Frijol Castilla de la empresa alisur s.a.c al mercado de E.E.UU es buena, debido a que consideran como “Bueno” el tiempo de Exportación, es decir que llegan al tiempo indicado.

Conclusión Especifica 3:

Concerniente a la Dimensión Precio, se obtuvo que solo un 75% de los encuestados indica que los precios de la exportación de la empresa Precisión Perú son buenos.

VI. RECOMENDACIONES

Promover la cultura emprendedora, conjuntamente con asesorías periódicas que permita a la exportación del Frijol de la empresa ALISUR S.A.C al mercado de EE.UU. en el año 2015 gozar de información actualizada sobre los avances y modificaciones que se van dando en torno al comercio internacional. La falta de dicha información genera que los productos sean menos competitivos en comparación con otros países.

Aporta beneficiar la producción agrícola del frejol y hacerlo competitivo con otras menestras en el ámbito internacional e interno, como fuente para la creación de nuevos platos y su utilidad alimenticia, dando como principal relevancia social el aumento del consumo en el mercado nacional y sus posibles determinaciones comerciales, originando empleo, interés por la inversión agrícola y bienestar con el país.

Es importante la innovación constante en cualquier negocio sea cual sea la actividad económica, por la que las presentaciones del producto exportable debe de variar a medida que se va avanzando en el mercado y logrando una participación considerada. El error común de las empresas es estancarse en una idea tradicional cuando se debería de modificar el producto conociendo más a fondo las exigencias del consumidor. Hay que tener en cuenta de que el cliente

y/o consumidor es el que tiene la razón y por ello es el pilar fundamental de una empresa para lograr el crecimiento de ella.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Aldave & Tello (2014) Análisis del Mercado Californiano de Estados Unidos para Viabilizar la exportación de Conservas de Aceitunas Verdes para los Productores de Tacna – 2014 (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada del Norte, Trujillo.

Holguin & Vasconés (2015) Plan de Exportación de Pencas de sábila hacia el mercado de Estados Unidos (Tesis de Grado). Universidad Politécnica Salesiana Ecuador, Guayaquil.

Alfaro, M. (2010). *¿Cómo se calculan los Costos de Importación?* Recuperado de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/COSTO%20DE%20IMPORTACION.pdf.

Ballesteros, A. (2001). *Comercio Internacional teoría y práctica*. (2da ed.). España: Universidad de Murcia. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=bq4eT49QyHwC&printsec=frontcover&dq=comercio+in+ballesteros&hl=es419&sa=X&ved=0CBsQ6AEwAGoVChMInfrW44aLxgIVk8GACH1whApV#v=onepage&q=comercio%20in%20ballesteros&f=false>.

Bancomext (2005). *Guía básica del exportador*. (12ª ed.). México: Banco Nacional del comercio exterior. Recuperado de:

- <http://es.slideshare.net/sarahicarrola/guia-basica-del-exportador>
- Banco Central de Reserva del Perú (3 de junio 2016).
- Banco mundial (2016). *Datos económicos*. Recuperado de: <http://datos.bancomundial.org/indicador/TX.VAL.MRCH.XD.WD>
- Caballero, I. & Padin, C. (2006). *Comercio Internacional*. (1° ed.). España: Ideas propias. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=5pPwQKHxyuwC&printsec=frontcover&dq=comercio+internacional&hl=es&sa=X&ved=0CDsQ6AEwBDgKahUKEwjnsLyZyobGAhXDnoAKHU0SADU#v=onepage&q=comercio%20internacional&f=false>
- Castro F., A. (2008). *Manual de exportaciones: La exportación en Colombia*. (2.ª ed.). Bogotá: Universidad del Rosari
- García, R., (2010). *La mejora de la productividad en la pequeña y mediana empresa*. España: Club universitario.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P., (2010). *Metodología de la investigación*. (5ta ed.). México: Mc Graw Hill.
- Krugman, P., Obstfeld, M; y Melitz, M (2012). *Economía internacional - teoría y política*. (9ª ed.). Pearson Educación, S.A; Madrid.
- Lerma, A. y Márquez, E. (2010). *Comercio y marketing internacional*. (4.ª ed.). Brasil.
- Ministerio de Comercio exterior y Turismo (2013). *El ABC del Comercio Exterior: Guía práctica del exportador volumen III*. Recuperado de http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/comercio/abc_ce/guia_practica_del_exportador.swf
- Mochón, F. (2008). *Economía: Principios y aplicaciones*. (4.a ed.). Argentina: McGraw-Hill
- Parkin, M., & Loria, E. (2010). *Microeconomía* (9 ed.). México: Addison-Wesley.
- Ricardo, D. (1817). *Principios de economía política y tributación*. Recuperado el 21 de octubre del 2015, de: http://www.ehu.eus/Jarriola/Docencia/Ecolnt/Lecturas/David%20Ricardo_Principios_VII_Comercio%20exterior.pdf.
- Smith, A. (1776). *Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. Recuperado el 21 de octubre del 2015, de: <https://books.google.com.pe/books?id=J2bXOHTT20C&printsec=frontcov>

er&dq=la+riqueza+de+las+naciones+Jos%C3%A9+Alonso+oRTIZ&hl=e
s&sa=X&ved=0CBoQ6AEwAGoVChMlj__mzY6eyAIVRXUeCh1KAQVj#
v=onepage&q&f=falseKrugman.

Perez, D., & Perez, I. (2006). *El Precio: Tipos y Estrategias de fijación*. Madrid:
EOI: Escuela de Negocios.

Bernal, A. (2010). *Metodología de la Investigación*. (3 ed.). Colombia: Pearson
Educación.

Vázquez, S. & Madrigal, R., (2007). *Comercio Internacional*. (1ª ed.).
Recuperado de: [http://editorialpatria.com.mx/detalle-de-
libros.php?ID=455](http://editorialpatria.com.mx/detalle-de-libros.php?ID=455).

V ANEXOS

ANEXOS N°1-INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS					
SEÑOR (A):					
Tengo el agrado de dirigirme a usted con el objetivo de solicitarle muy gentilmente unos minutos de su valioso tiempo para poder responder a esta encuesta que a continuación se observa. Cabe mencionar que el propósito de dicha encuesta que ha sido elaborada con fines universitarios, servirán para recopilar datos informativos acerca de las variables de mi estudio de mi proyecto de investigación de las exportaciones. De antemano agradezco su comprensión, tiempo y la colaboración brindada.					
INSTRUCCIONES:					
Marcar con un aspa (x) la alternativa que Ud. Crea conveniente. Se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible. Siempre (5) – Casi siempre (4) – A veces (3) - Casi nunca (2) – Nunca (1)					
EXPORTACION					
VOLUMEN					Escala
	La empresa toma en cuenta las nuevas tecnologías para optimizar sus procesos				
	La empresa capacita en temas tecnológicos a sus colaboradores				
	Considera los equipos de la empresa son adecuados para el proceso productos				
VALOR					Escala
	Considera importante el acuerdo económico, que tenemos en la actualidad.				
	Considera importante participar en las ferias regionales que organiza las entidades correspondientes.				
	La empresa cuenta con algún certificado ambiental que acredite su responsabilidad social.				
	Ud. considera que sus productos lo fabrica pensando en los gustos nacionales				
	Considera importante desarrollar productos pensando en el mercado global				
	La empresa está en capacidad de modificar los productos de acuerdo a las preferencias específicas del cliente				
	Ud. cuenta con insumos locales en la elaboración de sus productos				
PRECIO					Escala
	Los aspectos políticos influyen que su empresa ingrese a nuevos mercados.				

	Tiene usted lugares estratégicos en el mercado internacional para distribuir sus productos.					
	Considera que el país debe tener buenas relaciones comerciales					
	Cuenta la empresa con recursos económicos para realizar una inversión extranjera directa.					
	La empresa cuenta con acceso a créditos financieros					
	Cree que la empresa optimiza sus procesos para lograr costos bajos					
	Cree que el uso de los Incoterms es adecuado para la empresa					
	Considera importante informarse y capacitarse acerca de los Incoterms					
	Considera importante informarse acerca de los acuerdos comerciales que beneficien en la reducción de aranceles					
	Cree que la empresa realiza el pago adecuado de los aranceles					

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE		VARIABLE 1 : EXPORTACIÓN			
PROBLEMA PRINCIPAL	OBJETIVO PRINCIPAL	Var.	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	
¿Cuál ha sido la evolución de exportación del frijol castilla por la empresa Alisur S.A.C dirigida al mercado de Estados Unidos en el año 2015?	Describir la evolución de exportación del frijol de castilla por la empresa Alisur S.A.C dirigida al mercado de Estados Unidos en el año 2015	EXPORTACIÓN	Daniels et al. (2010, p 174) se refiere a la exportación como la venta de bienes y servicios producidos por una empresa localizada en un país y que dichos bienes están dirigidos a compradores que residen en otro país.	Se obtendrán datos de fuentes primarias, utilizando como técnica la encuesta y determinar la relación que tiene las exportaciones de frijol castilla de la empresa ALISUR S.A.C al mercado de los Estados Unidos en el periodo 2015	VOLUMEN DE LA EXPORTACIÓN	TECNOLOGÍA	La empresa toma en cuenta las nuevas tecnologías para optimizar sus procesos
							La empresa capacita en temas tecnológicos a sus colaboradores
							Considera los equipos de la empresa son adecuados para el proceso productos
						CANTIDAD	Considera importante el acuerdo económico, que tenemos en la actualidad.
							Considera importante participar en las ferias regionales que organiza las entidades correspondientes.
							La empresa cuenta con algún certificado ambiental que acredite su responsabilidad social.
					VALOR DE LA EXPORTACIÓN	CALIDAD	Ud. considera que sus productos lo fabrica pensando en los gustos nacionales
							Considera importante desarrollar productos pensando en el mercado global
							La empresa está en capacidad de modificar los productos de acuerdo a las preferencias específicas del cliente
							Ud. cuenta con insumos locales en la elaboración de sus productos
PRECIO DE LA EXPORTACIÓN	COSTO	Los aspectos políticos influyen que su empresa ingrese a nuevos mercados.					
		Tiene usted lugares estratégicos en el mercado internacional para distribuir sus productos.					
		Considera que el país debe tener buenas relaciones comerciales					
¿Cuál ha sido la evolución del valor de la exportación del frijol de castilla por la empresa Alisur S.A.C dirigida al mercado de Estados Unidos en el año 2015?	Describir la evolución del valor de exportación del frijol de castilla por la empresa Alisur S.A.C dirigida al mercado de Estados Unidos en el año 2015.	EXPORTACIÓN	Daniels et al. (2010, p 174) se refiere a la exportación como la venta de bienes y servicios producidos por una empresa localizada en un país y que dichos bienes están dirigidos a compradores que residen en otro país.	Se obtendrán datos de fuentes primarias, utilizando como técnica la encuesta y determinar la relación que tiene las exportaciones de frijol castilla de la empresa ALISUR S.A.C al mercado de los Estados Unidos en el periodo 2015	PRECIO DE LA EXPORTACIÓN	COSTO	Cuenta la empresa con recursos económicos para realizar una inversión extranjera directa.
							La empresa cuenta con acceso a créditos financieros
							Cree que la empresa optimiza sus procesos para lograr costos bajos
							Cree que el uso de Los Incoterms es adecuado para la empresa
							Considera importante informarse y capacitarse acerca de los Incoterms
¿Cuál ha sido la evolución del precio de la exportación del frijol de castilla por la empresa Alisur S.A.C dirigida al mercado de Estados Unidos en el año 2015?	Describir la evolución del precio de exportación del frijol de castilla por la empresa Alisur S.A.C dirigida al mercado de Estados Unidos en el año 2015.	EXPORTACIÓN	Daniels et al. (2010, p 174) se refiere a la exportación como la venta de bienes y servicios producidos por una empresa localizada en un país y que dichos bienes están dirigidos a compradores que residen en otro país.	Se obtendrán datos de fuentes primarias, utilizando como técnica la encuesta y determinar la relación que tiene las exportaciones de frijol castilla de la empresa ALISUR S.A.C al mercado de los Estados Unidos en el periodo 2015	PRECIO DE LA EXPORTACIÓN	COSTO	Considera importante informarse acerca de los acuerdos comerciales que benefician en la reducción de aranceles
							Considera importante informarse acerca de los Incoterms
							Cree que la empresa realiza el pago adecuado de los aranceles

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del validador: MARCO CANOJA KENOR
- 1.2. Cargo e institución donde labora: COORDINADOR DE INVESTIGACIÓN
- 1.3. Especialidad del validador: MAGISTER EN ADMINISTRACION
- 1.4. Nombre del instrumento: _____
- 1.5. Título de la investigación: _____
- 1.6. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.				75%	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.				75%	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				75%	
4. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				75%	
5. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				75%	
6. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos				75%	
7. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.				75%	
8. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				75%	
9. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				75%	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

Primera Variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1			
Ítem 2			
Ítem 3			
Ítem 4			
Ítem 5			
Ítem 6			
Ítem 7			
Ítem 8			
Ítem 9			
Ítem 10			
Ítem 11			
Ítem 12			
Ítem 13			
Ítem 14			
Ítem 15			

Ítem 14			
Ítem 15			
Ítem 16			
Ítem 17			
Ítem 18			
Ítem 19			
Ítem 20			
Ítem 21			
Ítem 22			
Ítem 23			
Ítem 24			
Ítem 25			

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

Segunda variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1			
Ítem 2			
Ítem 3			
Ítem 4			
Ítem 5			
Ítem 6			
Ítem 7			
Ítem 8			
Ítem 9			
Ítem 10			
Ítem 11			
Ítem 12			
Ítem 13			
Ítem 14			
Ítem 15			
Ítem 16			
Ítem 17			
Ítem 18			
Ítem 19			
Ítem 20			
Ítem 21			
Ítem 22			
Ítem 23			
Ítem 24			
Ítem 25			

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 70 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

28-11-16

Lugar y fecha:



Firma del experto informante.

DNI. N° _____

Teléfono N° 995 27024

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del validador: Dr. Feliciano Quiñ
- 1.2. Cargo e institución donde labora: Doc.
- 1.3. Especialidad del validador: Doc. Law.
- 1.4. Nombre del instrumento: _____
- 1.5. Título de la investigación: _____
- 1.6. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente e 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelent e 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.				70	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.				70	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				70	
4. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				70	
5. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				70	
6. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos				70	
7. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.				70	
8. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				70	
9. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				70	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					70	

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

Primera Variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1			
Ítem 2			
Ítem 3			
Ítem 4			
Ítem 5			
Ítem 6			
Ítem 7			
Ítem 8			
Ítem 9			
Ítem 10			
Ítem 11			
Ítem 12			
Ítem 13			

Ítem 14			
Ítem 15			
Ítem 16			
Ítem 17			
Ítem 18			
Ítem 19			
Ítem 20			
Ítem 21			
Ítem 22			
Ítem 23			
Ítem 24			
Ítem 25			

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

Segunda variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1			
Ítem 2			
Ítem 3			
Ítem 4			
Ítem 5			
Ítem 6			
Ítem 7			
Ítem 8			
Ítem 9			
Ítem 10			
Ítem 11			
Ítem 12			
Ítem 13			
Ítem 14			
Ítem 15			
Ítem 16			
Ítem 17			
Ítem 18			
Ítem 19			
Ítem 20			
Ítem 21			
Ítem 22			
Ítem 23			
Ítem 24			
Ítem 25			

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: _____%. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:


Firma del experto informante.

DNI. N° 08725587 Teléfono N° 964871550

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del validador: _____
 1.2. Cargo e institución donde labora: _____
 1.3. Especialidad del validador: _____
 1.4. Nombre del instrumento: _____
 1.5. Título de la investigación: _____
 1.6. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente e 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelent e 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.				70	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.				70	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				70	
4. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				70	
5. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				70	
6. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos				70	
7. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.				70	
8. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				70	
9. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				70	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					70	

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

Primera Variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1			
Ítem 2			
Ítem 3			
Ítem 4			
Ítem 5			
Ítem 6			
Ítem 7			
Ítem 8			
Ítem 9			
Ítem 10			
Ítem 11			
Ítem 12			
Ítem 13			

Ítem 14	X		
Ítem 15	X		
Ítem 16	X		
Ítem 17	X		
Ítem 18	X		
Ítem 19	X		
Ítem 20	X		

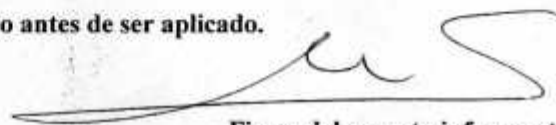
La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 75% %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:

29/11/16



Firma del experto informante.

DNI. N° 43311501 Teléfono N° 997175245

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del validador: SEMINARIO UNZUETA, RANDALL JESUS
- 1.2. Cargo e institución donde labora: DTC - UCV
- 1.3. Especialidad del validador: DR EN EDUCACION
- 1.4. Nombre del instrumento: _____
- 1.5. Título de la investigación: _____
- 1.6. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.				75%	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.				75%	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				75%	
4. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				75%	
5. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				75%	
6. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos				75%	
7. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.				75%	
8. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				75%	
9. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				75%	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					75%	

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

Primera Variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	X		
Ítem 2	X		
Ítem 3	X		
Ítem 4	X		
Ítem 5	X		
Ítem 6	X		
Ítem 7	X		
Ítem 8	X		
Ítem 9	X		
Ítem 10	X		
Ítem 11	X		
Ítem 12	X		
Ítem 13	X		

Ítem 16			
Ítem 17			
Ítem 18			
Ítem 19			
Ítem 20			
Ítem 21			
Ítem 22			
Ítem 23			
Ítem 24			
Ítem 25			
Ítem 26			
Ítem 27			
Ítem 28			
Ítem 29			
Ítem 30			

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

Segunda variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1			
Ítem 2			
Ítem 3			
Ítem 4			
Ítem 5			
Ítem 6			
Ítem 7			
Ítem 8			
Ítem 9			
Ítem 10			
Ítem 11			
Ítem 12			
Ítem 13			
Ítem 14			
Ítem 15			
Ítem 16			
Ítem 17			
Ítem 18			
Ítem 19			
Ítem 20			
Ítem 21			
Ítem 22			
Ítem 23			
Ítem 24			
Ítem 25			

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: _____ %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:

Firma del experto informante.