



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

Los Envases y Embalajes en el Comercio Internacional del fruto
Sanky en las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Negocios Internacionales

AUTOR:

Villar Goicochea, Jorge Luis (ORCID: 0000-0002-1477-5443)

ASESORA:

Dra. Cavero Egusquiza Vargas, Lauralinda Leonor (ORCID: 0000-0001-5222-8865)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

El actual trabajo de investigación va dedicado para mi madre siempre he tenido su apoyo constante, a los profesores de los ciclos anteriores que gracias a ellos no podría llegar aquí y a una gran gratitud a mi asesora que me dio las pautas necesarias para culminar mi tesis.

Agradecimiento

Agradezco a mi madre que con su forma de ser me ha enseñado a seguir adelante y ver las cosas desde otra perspectiva para hacer mejor persona cada día.

ÍNDICE

Carátula

Dedicatoria

Agradecimiento

Resumen

Abstract

I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	16
3.1. Tipo y Diseño de investigación	16
3.2. Variables y operacionalización	16
3.3. Población, muestra y muestreo	17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	18
3.5. Procedimientos	18
3.6. Métodos de análisis de datos	18
3.7. Aspectos éticos	18
IV. RESULTADOS	20
V. DISCUSIÓN	40
VI. CONCLUSIONES	44
VII. RECOMENDACIONES	45
REFERENCIAS	46
ANEXOS	53
Anexo 1: Matriz de consistencia	53

Anexo 2: Matriz de operacionalización de variable independiente	55
Anexo 3: Matriz de operacionalización de variable dependiente	56
Anexo 4: Cuestionario	57

ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla 1:** Pertenece a la variable envase y a la dimensión conservación.
- Tabla 2:** Pertenece a la variable envase y a la dimensión conservación.
- Tabla 3:** Pertenece a la variable envase y a la dimensión material adecuado.
- Tabla 4:** Pertenece a la variable envase y a la dimensión material adecuado.
- Tabla 5:** Pertenece a la variable envase y a la dimensión diseño.
- Tabla 6:** Pertenece a la variable envase y a la dimensión diseño.
- Tabla 7:** Pertenece a la variable envase y a la dimensión comunicación.
- Tabla 8:** Pertenece a la variable envase y a la dimensión comunicación.
- Tabla 9:** Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión estiba.
- Tabla 10:** Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión estiba.
- Tabla 11:** Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión identificación.
- Tabla 12:** Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión identificación.
- Tabla 13:** Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión almacenaje.
- Tabla 14:** Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión almacenaje.
- Tabla 15:** Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión logística.
- Tabla 16:** Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión logística.
- Tabla 17:** Correlación de la variable envase entre la variable embalaje.
- Tabla 18:** Correlación de la variable envase entre la dimensión estiba.
- Tabla 19:** Correlación de la variable envase entre la dimensión identificación.
- Tabla 20:** Correlación de la variable envase entre la dimensión almacenaje.
- Tabla 21:** Correlación de la variable envase entre la dimensión logística.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 01: Pertenecen a la variable envase y a la dimensión conservación.

Figura 02: Pertenecen a la variable envase y a la dimensión conservación.

Figura 03: Pertenece a la variable envase y a la dimensión material adecuado.

Figura 04: Pertenece a la variable envase y a la dimensión material adecuado.

Figura 05: Pertenece a la variable envase y a la dimensión diseño.

Figura 06: Pertenece a la variable envase y a la dimensión diseño.

Figura 07: Pertenece a la variable envase y a la dimensión comunicación.

Figura 08: Pertenece a la variable envase y a la dimensión comunicación.

Figura 09: Pertenecen a la variable embalaje y a la dimensión estiba.

Figura 10: Pertenecen a la variable embalaje y a la dimensión estiba.

Figura 11: Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión identificación.

Figura 12: Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión identificación.

Figura 13: Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión almacenaje.

Figura 14: Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión almacenaje.

Figura 15: Pertenecen a la variable embalaje y a la dimensión logística.

Figura 16: Pertenecen a la variable embalaje y a la dimensión logística.

Resumen

El actual trabajo de investigación tuvo como objetivo de determinar cómo influye los envases y embalajes en el comercio internacional del fruto Sanky en las provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020 con una metodología cuantitativa con diseño descriptivo no experimental y de tipo correlacional, donde se empleó una encuesta electrónica enviada a participantes que laboren en empresas que comercialicen con el fruto Sanky, donde se eligió una muestra de 50 personas para el estudio; por consiguiente los resultados obtenidos arrojaron una gran influencia de los envases en los embalajes en la comercialización de productos perecibles, ya que se debe considerar el tipo de material utilizado para la protección, la permeabilidad para evitar que ingresen agentes externos, la información utilizada como su correcta codificación, los colores, la facilidad de agarre, el cómo unitarizar la mercancía y la presentación que se ofrece para atraer al cliente final. Concluyendo que, al emplear un adecuado envase y embalaje que permita resguardar correctamente el producto en óptimas condiciones, facilitar su paletizado en el proceso logístico y se pueda evitar todo tipo de percances o desperfectos que pueda afectar a la mercancía en su traslado desde el punto de venta hasta el punto de compra.

Palabras clave: Envase, embalaje, comercialización

Abstract

The current research work had the objective of determining how containers and packaging influence the international trade of Sanky fruit in the provinces of Ayacucho and Huancavelica in 2020 with a quantitative methodology with a descriptive non-experimental design and correlational type, where an electronic survey sent to participants working in companies that trade with the Sanky fruit was used, where a sample of 50 people was chosen for the study; Consequently, the results obtained showed a great influence of packaging in the commercialization of perishable products, since the type of material used for protection, the permeability to prevent external agents from entering, the information used as its correct coding, the colors, the ease of grip, how to unitarize the merchandise and the presentation offered to attract the final customer should be considered. In conclusion, by using an adequate container and packaging to properly protect the product in optimal conditions, facilitate its palletizing in the logistics process and avoid any type of mishap or damage that may affect the merchandise during its transportation from the point of sale to the point of purchase.

Keywords: Packaging, packing, commercialization

I. INTRODUCCIÓN:

El uso de envases y embalajes es fundamental para el comercio mundial, estos son utilizados para proteger, unitarizar e identificar el tipo de carga, así como poder manejar y llegar en excelentes condiciones al cliente final. Los perecibles se deben manipular con las especificaciones indicadas en cada producto. Además, va de la mano con establecer una cadena de frío óptima, no combinar productos incompatibles, ya que se echa perder por las características de cada producto; lo fundamental es evitar la merma o minimizar el porcentaje en cada traslado.

La totalidad de las empresas no han tenido en consideración una buena estructuración en la creación de los envases y embalajes, ya que no han considerado que puede ser un riesgo para la competitividad de las mismas. Además, han utilizado envases y embalajes que vengan de materiales derivados del petróleo, según Jiménez, Jordá y Ortuño (2019), solo en el año 2017 se produjeron 350 más de mill de tn de polímeros en el globo y de este total un 39,7% se usa para el sector de envases y embalajes. De este porcentaje de producción anual de envases y embalajes de plástico más de 8 millones de toneladas han ido a parar a los mares, contaminando e hicieron que esta industria sea cada vez menos amigable con el medio ambiente.

Los envases y embalajes influyen en la compra del consumidor final, esto implica que, si el envase o embalaje no es agradable para tu público objetivo, este no será comprado, a pesar de cumplir con todas las características que desea el cliente en un producto, en el estudio realizado a 130 inglesas en la compra de cosméticos por (Abdelazin, M. N., García, M. I. & González, R. Z., 2019), el 88.37% mujeres mencionó que, pudieron diferenciar una marca tan solo con ver el modelo del empaque influenciando significativamente en la compra del producto.

En el ámbito nacional, en la industria del plástico en el envasado de alimentos no hubo control o regulación por parte del estado ni generaron políticas que las regulen (Postigo, 2019). Cabe mencionar que la utilización del plástico en cada ciudadano en promedio según el MINAM (2018), usaron aproximadamente más

de treinta kilogramos de polímeros al año incluyendo los envases y embalajes, En la ciudad de Lima se generaron 886 toneladas de restos polímeros al día. Además, el país ha tenido productos que utilizaron empaques y embalajes que afectaron al medio ambiente y no han sido aprovechados en el comercio internacional debido a su mala presentación o por los materiales usados (Abad y Alberca, 2019). Debido a esto complicaron la comercialización de otros productos que tienen un alto potencial de exportación, ya que nuestro país ha tenido una gran variedad de productos que son poco conocidos y entre ellos tenemos un fruto llamado Sanky que su nombre científico es *Corryocactus Brevistylus*, crece del cactus Sankayo en las regiones de Ayacucho y Huancavelica, por lo que no sido considerada para el mercado mundial, puesto que, el país continuo con un pensamiento de centralización (Contreras, E. & Salvá, B., 2018).

Por ende, el país aún siguió usando los envases y embalajes derivados del petróleo por la falta de interés o desconocimiento del gran impacto ambiental que fue generado, ya que cumplió con lo necesario desde el costo hasta la protección del producto en sus distintos empaques reduciendo la posibilidad de crear nuevos mercados en el comercio internacional con productos que no son aprovechados como el Sanky dificultando o cerrando las puertas a que este producto sea conocido por el pensamiento centralista que no pudimos sacar.

Por ende, la presente investigación tuvo como problema general ¿Cómo influyen los Envases y Embalajes en el Comercio Internacional del fruto Sanky en las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020? y tuvo como problemas específicos: ¿Cómo influye los envases y embalajes en la estiba del fruto Sanky en las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020?, ¿Cómo influye los envases y embalajes en la reducción de merma del fruto Sanky de las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020?, ¿Cómo influyen los envases y embalajes en la cadena frío del fruto Sanky de las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020? y ¿Cómo influyen los envases y embalajes en el almacenaje del fruto Sanky de las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020?.

Por consiguiente, el proyecto de investigación presenta una justificación teórica, metodológica y práctica. Lo primero que se tocó fue la parte teórica, ya que se

pudo analizar cómo establecer un correcto manipuleo en los envases y embalajes de la fruta Sanky, de igual forma se pudo dar a conocer sus propiedades que son beneficiosos para la salud y considerando que con esta investigación se podrá utilizar para crear nuevos comercios para los futuros emprendedores. De manera metodológica, el enfoque que se realizó en el estudio fue cuantitativo, sus variables fueron envase y embalaje, donde sus dimensiones han sido proporcionadas de fuentes verídicas. Por último, de forma práctica, los emprendedores pudieron utilizar esta investigación para la creación de mercados considerando la magnitud de los envases y embalajes del comercio internacional.

Presentadas las justificaciones, el objetivo general de la investigación fue: Determinar cómo influye los Envases y Embalajes en el Comercio Internacional del fruto Sanky en las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020; y sus objetivos específicos fueron: Determinar cómo influye los envases y embalajes en la estiba del fruto Sanky en las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020, determinar cómo influyen los envases y embalajes en la reducción de merma del fruto Sanky de las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020, determinar cómo influye los envases y embalajes en la cadena de frío del fruto Sanky de las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020 y determinar cómo influye los envases y embalajes en el almacenaje del fruto Sanky de las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020.

Posteriormente se presentó la siguiente hipótesis general: Los Envases y Embalajes influye positivamente en el Comercio Internacional del fruto Sanky en las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020; y las siguientes hipótesis específicas: Los envases influyen en la estiba del fruto Sanky en las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020, los envases influyen en la reducción de merma del fruto Sanky en las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020, los envases influyen en la cadena de frío del fruto Sanky de las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020 y los envases influyen en el almacenaje del fruto Sanky de las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020.

II. MARCO TEÓRICO:

Los antecedentes adquiridos para la investigación en el ámbito nacional fueron:

Liceta, A., Cancino, K., Nolazco, D. y Guevara, A. (2018). En su artículo titulado *Efecto del empaque, atmósfera modificada y temperatura de almacenamiento en la conservación de humitas asadas*. Tuvo como objetivo de su investigación precisar la consecuencia del material de envase, ambiente modificado, y temperatura de acopio en el sostenimiento de humitas asadas. Fue un estudio de tipo experimental, teniendo como muestra el maíz de raza cusco gigante y el muestreo donde se elaboraron 500 humitas que una mitad fue refrigerada a 3° C y la otra mitad a -18° C; los instrumentos empleados fue el método de perfil de textura sensorial. Los resultados principales fueron que los diferentes empaques almacenados con gas N2 en el fruto tuvo en un inicio el 99,4% del gas en todos los escenarios, obteniendo un espacio libre donde garantice la preservación del producto. Se concluyó que los empaques utilizados han preservado el producto con el uso de gases y tan solo teniendo una pérdida menor al 1%, el clima el cual fue expuesto afectó considerablemente al producto en su permeabilidad y respiración de la fruta, y las frutas congeladas obtuvieron mejores resultados que las que fueron refrigeradas.

Cabrejos, H. y Salas, W. (2019). En su artículo titulado *Modelos de migración del plomo de dos envases celulósicos en contacto con un simulante de alumnos*. Tuvo como objetivo de su investigación evaluar ejemplos matemáticos para un par ejemplares de celulosa. Fue un estudio de tipo descriptivo, los ejemplares de empaques celulósicos de procedente brasileño y chileno; los instrumentos empleados fueron el modelo matemático y el aplicativo SPSS 23. Los principales resultados obtenidos fueron para los envases celulósicos de Brasil $Y = -55,864 - 0,304X_1 + 9,173X_2$; $R^2 = 0,899$; R^2 ajustado = 0,865; $Se = 1,65937$ y Chile $Y = 0,113 + 1,386X_1 - 0,085X_2$; $R^2 = 0,615$; R^2 ajustado = 0,487; $S = 2,76344$. Concluyendo que sólo la muestra brasileña es idónea para ejecutar estimación para los creadores y clientes en sus envases.

Trujillo, S., Castilla, L., Paredes, J. & Bernabe, A. (2018). En su artículo titulado Relación entre el contenido nutricional y el número de técnicas promocionales presentes en los envases de alimentos industrializados dirigidos a niños en mercados y supermercados de Lima, Perú. Tuvo como objetivo de su investigación de precisar si hay conexión entre el contenido nutricional y el número de técnicas promocionales presente en los empaques de comestibles industrializados dirigidos a niños en mercados y supermercados de Lima, Perú. Fue un estudio de tipo transversal analítico usando muestreo por conveniencia, teniendo una población de tres supermercados y dos mercados y una muestra de 346 alimentos industrializados; el instrumento utilizado fue el paquete estadístico Power and Sample Size (PASS 2008). Los principales resultados fueron que, del global adquirido de la muestra arrojó un 3,2%(IC95%: 1,3%-5,0%) de los comestibles valorados no contenían información detallada en el rótulo nutricional con ello realizar la lista como “saludable” o “no saludable” y en ningún envase se utilizó métodos de animación, patrocinio de ingredientes, planes, ni hechos culturales al instante de recoger la información. Los fundamentales métodos usados han sido dibujo atrevido (83,0%; IC95%: 79,0%-86,9%), figuras (84,1%; IC95%: 80,2%-88,0%) y coloración resplandeciente (39,3%; IC95%: 34,1%-44,5%). Se concluyó que hay una lista entre la cifra de métodos patrocinados introducidos en los envases de comestibles industrializados dirigidos para los niños y el argumento de alimentación de los propios. Prácticamente todos los comestibles valorados han sido ordenados como “no saludables”. Comestibles con un tema nutricional “no saludable” acorde a la porción de glucosa, aceites y sal, incluyen una gran porción de métodos patrocinados. También, un gran número de métodos patrocinados está añadido al crecimiento del contenido de calorías, sal y glúcidos.

Lavado, A., Huamán, J. y Paucar, L. (2020). En su artículo titulado La nanotecnología en el desarrollo de envases para alimentos: Una supertecnología que afronta con éxito los desafíos actuales del envasado y amigable con el medio ambiente. Tuvo como objetivo de su investigación distinguir las particularidades, cualidades y adaptaciones de la nanotecnología en el embalaje de comestibles que apoyan a resistir contaminar el ambiente. Fue un estudio exploratorio, la

población de estudio fue distintos estudios a cerca de la nanotecnología en comestibles, empleando biopolímeros de origen natural o suplementos orgánicos que han de agregarse en los empaques y con la putrefacción más veloz que los polímeros; los instrumentos utilizados revisión documental. Los principales resultados fue el uso de nanotecnología para la fabricación en empaques de comestibles que disminuyan infectar el medio ambiente que va incrementando, y cada vez los investigadores tienen interés para ir más profundo en los estudios de todas las bondades de esta tecnología. Se concluyó que la nanotecnología asiste a perfeccionar la certeza alimentaria puesto que el efecto positivo que origina en embazado de comestibles y normas de sostenimiento, que prueba en abundantes estudios científicas.

Los antecedentes adquiridos para la investigación en el ámbito internacional fueron:

Subramanian, R. (2017). En su artículo titulado *Impact of Packaging in Self Service Marketing*. Tuvo como objetivo de su investigación destacar y enfatizar en el papel del marketing del envase. Fue un estudio de tipo documental, la muestra es el envase en el marketing; el instrumento fue la revisión de investigaciones anteriores. Los principales resultados fueron el envase podría considerarse uno de los instrumentos importantes del marketing actual, una imagen o colores vivos captará la atención de los clientes y dentro de los principales elementos del envase que afecta en la compra del consumidor son: el gráfico, color, tamaño, forma, material, diseño innovador, información del producto, el productor y origen. Se concluyó que, hoy en día cada vez más clientes se sienten atraídos por la calidad del envase.

Orjuela, J., Herrera, M. & Adarme, W. (2017). En su artículo *Warehousing and transportation logistics of mango in Colombia: A system dynamics model*. Tuvo como objetivo de investigación el impacto de las asimetrías en el empaque sobre la eficiencia de los inventarios, el transporte y la calidad del producto. Fue un estudio de tipo analítico experimental, la población fue la fruta del mango, la muestra realizada fue de 82 estudios de simulación aleatoria combinando tipos de empaques y con un muestreo de 16 simulaciones probadas por el estándar

técnico de capacidad; los instrumentos utilizados fueron encuestas y observaciones estructuradas al producto. Los principales resultados fueron que cada actor utiliza un tipo de empaque que reduce el promedio simétrico de inventarios estacionales de la cadena de suministro, los costos de almacenaje y la pérdida de calidad en el producto, la asimetría en el modelo de envase agranda el registro estacional media, lo que aumenta los peligros asociados a la clase del producto del 82% en la mezcla de envase de 3 a 80%. Se concluyó que el tipo de empaque utilizado por la cadena de abastecimiento afecta los niveles de inventario, la duración de flujo de transporte y el tipo de los productos.

Correa, A. (2020). En su artículo titulado *Empaquetamiento e incentivos para mejores en calidad*. Tuvo como objetivo de su investigación que los resultados de la empaquetadura pura y el plan de empaquetadura mixta sobre los efectos del mercado y el sobrante del cliente. Fue un estudio de tipo experimental, la población de supuesta firma multiproducto, con una muestra de firmas monoproducción y el muestreo en 2 mercados de productos; el instrumento utilizado fue el modelo de Hotelling. Los principales resultados fueron que la estrategia utilizada sin envase se considera como antecedente por lo que se distinguen los alcances de envasado puro y mixto. Se concluye que las grandes empresas establecen estándares de calidad para la mejora de los envases, luego colocan los precios para acercar clientes a la compra del producto.

Imiru, G. (2017). En su artículo titulado *The effect of packaging attributes on consumer buying decision behavior in major commercial cities in Ethiopia*. Tuvo como objetivo de su investigación de contribuir a la comprensión teórica del impacto del envase en la decisión de compra de comestibles a base de cereales en Etiopía, especialmente en la ciudad de Addis Abeba, mediante el examen de los seis principales constructos color del envase, imagen de fondo, estilo de letra, material del envase, información impresa e innovación del envase en los productos alimenticios a base de cereales. Fue un estudio de tipo empírico, la población está formada por todos los consumidores que utilizan productos de cereales envasados en los supermercados seleccionados de la capital de Etiopía con 384 cuestionarios enviadas, un muestreo de 369 encuestas devueltas y una muestra de 362 personas que habían comprado al menos tres veces en los

supermercados y tiendas de descuento seleccionados en los últimos seis meses, los cuales fueron seleccionados por conveniencia; el instrumento utilizado fue un cuestionario. Los principales resultados fueron entre todos los atributos del envase y la decisión de compra del consumidor fueron los seis atributos del envase como el color, imagen de fondo, material del envase, tamaño de la letra, información impresa e innovación teniendo una fuerte correlación positiva con la variable dependiente de decisión de compra del consumidor y altamente significativa con $p < 0,01$ y un valor de correlación de Pearson de $r = 0,314$, $r = 0,468$, $r = 0,357$, $r = 0,441$, $r = 0,471$ y $r = 0,595$ para el color del envase, la imagen de fondo, el material del envase, el tamaño de la letra, la información impresa y la innovación, respectivamente. Concluyendo que la innovación en el envase es la que más influye en la decisión de compra de los cereales 0,392, seguida de la información impresa 0,193, la imagen de fondo 0,168 y el tamaño de la letra 0,168.

Pignatelli, P. & Tomaseti, E. (2020). En su artículo titulada *Una aproximación empírica al análisis de las percepciones del consumidor sobre el envase*. Tuvo como objetivo de su investigación aprender las sensaciones de los clientes frente a distintas apariencias del empaque como la dimensión, coloración y su componente. Fue un estudio de tipo no probabilístico, con una población estudiada de 209 respuestas, lo cual se eliminó a los menos de 18 y mayores de 65 años obteniendo una muestra de 174 personas; el instrumento utilizado fue una encuesta en formato cuestionario digital. Los principales resultados fueron que el segundo grupo de preguntas era dedicado a la anchura del envase y redujo la magnitud en un 5% en uno de los envases; la muestra A tenía el tamaño original mientras que la muestra B solo el 95%, referirse a que las dos muestras tienen el misma magnitud con un 57.5% de similitud y en otro grupo de preguntas sobre el color y la percepción del volumen con 2 botellas de las mismas características solo una era blanca y la otra verde, el 10% mencionaron que la verde tenía mayor volumen en comparación de la blanca. Concluyó que la población estudiada no se percató de la reducción del 5% y casi toda la población evaluada no se percató de la resta del 5% en tamaño (86,2%) y grosor (57,5%);

en comparación, se percataron el cambio del 10% en tamaño (76,4%) como en grosor (92%).

García, J., González-Portela, A. and Prado, J. (2017). En su artículo titulado *“Packaging Logistics” for improving performance in supply chains: the role of metastandards implementation*. Tuvo dos objetivos en el primero caracterizar los principales aspectos asociados a la SPL como paso previo a la construcción de un modelo conceptual validable de forma cuantitativa y realizar un estudio exploratorio en el sector de fabricación de juguetes español con el fin de identificar si el despliegue de SPL promueve cambios e innovaciones en los envases que pueden conducir a una mejora de la sostenibilidad. Fue un estudio de tipo empírico, la muestra del estudio fue de 70 fabricantes de juguetes; el instrumento utilizado fue un cuestionario electrónico. Los principales resultados fueron que el hecho de que no haya diferencias significativas en los requisitos comerciales y de comunicación resalta la importancia que todas las empresas otorgan a las consideraciones que pueden afectar la visibilidad del producto en el mercado y las empresas que han implementado mecanismos de coordinación interna entre departamentos para el diseño de envases logran mejores resultados en sostenibilidad. Se concluyó que la principal contribución de este trabajo proviene de la propuesta de un modelo básico de SPL y su validación empírica en un amplio abanico de empresas (del sector del juguete), lo que proporciona las bases cuantitativas para la generalización de resultados y la discusión en diferentes contextos sectoriales.

Seo, S. et al (2016). En su artículo titulado *Consumers’ Attitude toward Sustainable Food Products: Ingredients vs. Packaging*. Tuvo como objetivo de averiguación la interacción entre la consecuencia de la disposición de los consumidores a comprar (WTB). Fue un estudio de tipo experimental, se realizó tres tipos de estudios el primero con 240 personas, el segundo con 302 personas y en el tercer estudio participaron 112 personas con un muestreo de tipo bola de nieve; utilizando los instrumentos de análisis de varianza para el estudio 1 y 3 y para el estudio 2 un análisis de covarianza. Los principales resultados fueron para el primero los sujetos calificaron WTB más alto para las gominolas empaquetadas ecológicas que las gominolas de ingredientes ecológicos, para el segundo los

ingredientes ecológicos llevaron a un WTB más alto que los envases ecológicos y para el tercer estudio El efecto de interacción entre los atributos ecológicos y el nivel de empaque en WTB y satisfacción fue significativa, pero la preferencia, la evaluación del producto y la prima de precio no fueron significativas. Se concluyó que, de acuerdo con el respeto al medio ambiente y los atributos del producto, el WTB de los consumidores para el producto puede diferir.

Saad Ahmed, S. (2015). En su artículo titulado *The impact of product's packaging color on customers' buying preferences under time pressure*. Tuvo como objetivo de investigación comprobar si el color del envase del producto influye o no en la conducta de adquisición de los consumidores. Fue un estudio de tipo cuantitativo, con una población de 215 y una muestra de 202 personas; los instrumentos empleados fueron de encuesta escrita individual y análisis de datos SPSS. Los principales resultados fueron de 0,87, 0,71 y 0,69 para la variación de la preferencia de compra de los clientes por el color del envase, preferencia por presión al tiempo y preferencia por el color del envase. Por lo que se concluyó que, el uso del color tenía una relación positiva moderada y significativa con las preferencias de compra del consumidor, mientras que la presión del tiempo tenía una relación positiva débil y significativa con las preferencias del consumidor.

Abdelazin, N., García, I. & Gonzáles, Z. (2019). En su artículo titulado *Ecommerce vs. physical store. Packaging as an element of influence in the purchase*. Tuvo como objetivo de investigación facilitar un superior conocimiento por la impresión de los componentes visuales en el modelo de los empaques de cosméticos. Fue un estudio de tipo cuantitativo, la muestra fue de 130 mujeres del Reino Unido; utilizando el instrumento de encuesta. Los principales resultados fueron que las mujeres se toman entre 15 a 20 minutos para comprar maquillaje en un establecimiento, por lo que en base a la muestra resulta un 46,88% y la diferencia mencionaba que demoran más de 20 minutos en el establecimiento. Se concluye que, las mujeres prefieren el material del empaque de maquillaje luego lo que más les atrae es el diseño del empaque.

Landim, A. et al. (2016). En su artículo titulado *Sustentabilidade quanto às embalagens de alimentos no Brasil*. Tuvo como objetivo de su investigación

proteger el producto, con el fin de preservar las características del alimento, a través de las propiedades de barrera a los factores ambientales, como luz, humedad, oxígeno y microorganismos. Fue un estudio de tipo explicativo, el cual se estudió el tipo de envases existentes como el plástico, metal, acero, aluminio, vidrio y la celulosa (papel y cartón); los instrumentos fue el proceso de cambio de residuos sólidos. Los principales resultados fueron que Brasil realiza el ciclo de reciclaje eficiente en un promedio mundial del 28,3 % en sus envases utilizados en alimentos. Se concluyó que se ha incrementado la búsqueda por el desarrollo de envases sostenibles y producido envases reciclables y biodegradables y polímeros ecológicos para reducir el impacto medioambiental.

Noletto, A. et al (2019). En su artículo titulado *Desempenho logístico de embalagens para molho de tomate: um estudo de caso na cidade de São Paulo, Brasil*. Tuvo como objetivo de su investigación evaluar el desempeño logístico de tres procedimientos de empaque para el envasado de salsa de tomate, con distribución ocurriendo en Sao Paulo. Fue un estudio de tipo Packaging Scorecard, la muestra fue de 13 profesionales a nivel de supervisores y gerentes en fábrica; el instrumento utilizado fue una entrevista presencial grupal. Los principales resultados fueron protección ofrecida al producto y Flujo de Información totalizaron un 65,4% de importancia, y protección ofrecida al producto se consideró importante por encima del 30% de relevancia. Se concluyó que, para el producto y la cadena de distribución estudiados, la lata presentó el mejor promedio de desempeño global, siendo seguida por el empaque de cartón, que presentó el mejor desempeño en tres de los cuatro puntos de la cadena evaluada.

Martineli, M. et al. (2019). En su artículo titulado *Packagings for the transportation of persimmon and their effects on sensory characteristics*. Tuvo como objetivo de investigación evaluar el efecto de diferentes empaques para el transporte del cultivo de caqui Rama Forte sobre las características sensoriales y aceptación del producto por parte del consumidor durante el almacenamiento. Fue un estudio de tipo cuantitativo, con una población de 60 participantes voluntarios que les gustaba el consumo del caqui y una muestra de 15; los instrumentos empleados fue un formato de encuesta para marcar todas las preguntas en sus siglas en inglés (CATA). Los principales resultados fueron la superioridad del nuevo

empaque para el transporte del caqui sobre la caja de cartón y la caja de madera tradicionales favoreció la integridad de la fruta, lo que permitió una vida útil más prolongada y una mayor aceptación por parte del consumidor. Se concluyó que el nuevo empaque, con un diseño exclusivo, es mejor que el cajón de madera y cajas de cartón para el transporte de frutas de caqui y es capaz de extender la vida útil hasta 13 días de almacenamiento.

Rodríguez, A. & Fortiz, J. (2016). En su artículo titulado *Calidad de nopal fresco cortado envasado con películas plásticas durante el almacenamiento a baja temperatura*. Tuvo como objetivo de investigación valorar el resultado del envasado de nopal en tres películas de polietileno, PEBD (testigo), Cryovac® PD960 y polysweat Bolco®. Fue un estudio de tipo experimental, la población estudiada fue la fruta de nopal fresca con una muestra de 33 bolsas de películas plásticas de 500 gr cada una. Los instrumentos empleados fueron un diseño experimental en bloques con estructura factorial. Se concluyó que las variables no fueron afectadas por alteraciones notables que perjudiquen el tipo del fruto nuevo seccionado guardado en 1 y 5 °C.

López, N. & Ordoñez, L. (2018). En su artículo titulado *Efecto del tiempo de almacenamiento y sistema de envase en el color del pimiento verde (Capsicum annuum) mínimamente procesado*. Tuvo como objetivo de investigación evaluar el efecto de dos sistemas de envase y tiempo de almacenamiento sobre las características fisicoquímicas del PMP. Fue un estudio de tipo experimental, la población utilizada fue el pimentón verde y las muestras fueron almacenadas manualmente en envases ziploc al vacío y sin vacío de 100 gr. El instrumento empleado fue un examen de varianza ANOVA con contraste de Tukey. Los principales resultados muestran que se redujo el PH se redujo considerablemente con el tiempo de acopio sobre todo en PMP empaquetado en el método PEAD y PEADV, por lo que aumentó significativamente la agrura en $P < 0,05$. Se llegó a la conclusión que luego de catorce días de acopio el empaque de PEAD-V logro almacenar el 62 % de las clorofilas, el 75 % de los carotenoides totales y no hubo alteración de coloración en su pigmentación del pimiento.

Barbosa, K. et al. (2016). En su artículo titulado *Effect of hydrocooling, packaging, and cold storage on the post-harvest quality of peppermint (Mentha piperita L.)*. Tuvo como objetivo de investigación evaluar los efectos del hidrogenfriamiento y empaque, perfumados y no perfumados, sobre las hojas de calidad poscosecha de menta piperita (*Mentha piperita L.*) almacenadas a 5 y 25°C. Fue un estudio de tipo descriptivo, la población utilizada fue la menta piperita y las muestras se establecieron de la siguiente manera: Envases plásticos perforados, hidrogenfriamiento con envases plásticos perforados, envases plásticos sin perforar, hidrogenfriamiento con envases de plástico sin perforar, hidrogenfriamiento sin empaque y sin empaque ni hidrogenfriamiento; los instrumentos empleados fueron el análisis de varianza y regresión. Los principales resultados fueron que las plantas hidrogenfriadas permanecieron vendiéndose durante un período de tiempo más largo (12 horas) en comparación con las plantas no hidrogenfriadas (6 horas) obteniendo el mismo resultado con las plantas empaquetadas como las que no fueron empaquetadas. Se concluyó que el almacenamiento en frío aumentó 64 veces (> 15 días) la vida útil de la menta. El hidrogenfriamiento aumentó el contenido relativo de agua en las hojas. Los envases de plástico fueron eficaces en el mantenimiento del contenido relativo de agua. Los paquetes sin perforar evitaron de manera más efectiva la pérdida de agua en las hojas de menta y evitaron que las hojas se marchitarán durante un período de tiempo más prolongado.

Zucoloto, M. et al. (2017). En su artículo titulado *Extended Cold Storage of Winter Pears by Modified Atmosphere Packaging*. Tuvo como objetivo de su investigación evaluar la eficiencia de la atmósfera modificada pasiva proporcionada por envases lineales de polietileno de baja densidad (100 µm) con 6% BIF 1500. Fue un estudio de tipo experimental, la población fue la pera en sus dos tipos Rocha y Packham's Triumph' y la muestra de 30 panelistas no entrenados de ambos sexos entre 18 a 65 años; el instrumento utilizado fue de prueba sensorial con una escala hedónica. El principal resultado del envase pasivo en atmósfera modifica redujo drásticamente la disminución de peso durante el período de acopio de peras 'Rocha' y 'Packham's Triumph' con valores de 2,07% y 1,35%, respectivamente, después de 180 días de almacenamiento en

frío. Se llegó a la conclusión que la atmósfera modificada proporcionada por el envase de polietileno lineal de baja densidad (100 μm) con un 6% de aditivo BI proporciona la extensión de 30 días en la cámara frigorífica para las peras 'Rocha' y de sesenta días para las peras 'Packham's Triumph'.

Gibbert, P. et al. (2019). En su artículo titulado *Conservation of Seeds of Myrcianthes pungens (Berg) Legr. In Different Packaging in a Controlled Environment*. Tuvo como objetivo de su investigación estudiar el comportamiento fisiológico y bioquímico de semillas de *Myrcianthes pungens* almacenadas en diferentes paquetes por un período de hasta diez meses. Fue un estudio de tipo no paramétrico, la población obtenida fue de ocho árboles del fruto *Myrcianthes pungens* conocida como guabiju con una muestra de germinación y tetrazolio de 4 réplicas de 25 semillas; los instrumentos empleados fueron la prueba de Friedman y el programa Sigmaput 14.0. Los principales resultados fue la variación del contenido de agua en las unidades de acopio de semillas en empaques de polímero y cristal tuvo una diferencia de hasta en 6%. En comparación, a las semillas en empaques de papel presentó una diferencia en promedio de reducido del 29,6%. Se concluyó que, las semillas de *Myrcianthes pungens* con alta calidad pueden reservarse refrigeradas y resecar en empaques de polímero, manteniendo la fiabilidad e intensidad por un tiempo de 10 meses.

Se utilizaron las siguientes teorías para sustentar la investigación del estudio, para la variable envase: Según Chavez, R. L. (2019), nos manifiesta que, la Teoría de los envases perfectos, de todos los productos que consumimos, en particular los productos perecibles, se encuentran en empaques adecuados a cada producto y son biodegradables, lo cual no necesitan un segundo empaque adicional para que llegue a las tiendas, hogares o establecimientos de consumo, es el empaque adecuado para cada producto, ya que lo reserva, protege y evita el ingreso de agentes como gases y partículas que puedan afectar al producto, y permite que pueda continuar con su ciclo de vida regular. Según Gómez, G. (2018) indica que:

“Los empaques tienen una gran importancia como los objetos que contienen. (...) son envases que obedecen ciertas funciones técnicas, sociales y económicas (...) el albergar (disminuir el artículo a un área establecida), sostenimiento (dar un

muro en medio del artículo y las partículas del exterior que ingresen a él, resguardando su estructura química y física), defensa (precaer que el artículo padezca exposición física mediante su movilización), repartición (permite una movilización sencilla y acopio excelente) y administrar el artículo (refiere a la cantidad de artículos que puede surgir al exterior por medio del procedimiento de salida propio del empaque).”

Además, han tomado en cuenta a los siguientes autores para definir la variable Envase: Según Vesga, C. y Villafañe, A. (2017), indican que, el empaque de estructura tesa o semitesa, empleado para tener en enlace directo con el producto, en Latino américa, son generalmente fluidos o gaseosos. Otro punto a considerar es que, si el empaque es de estructura moldeable, empleada para acumular sólidos, generalmente está enlazado con el producto. (p.8). Según Rojas, J., Castillo, A. y Bucio, V. (2019), indican que, es un envoltorio que está en conexión directa con el producto y que tiene como objetivo principal contener al producto. El envase en términos genéricos debe cumplir con las funciones de: protector, dosificador, conservador, almacenador, transportador y comercializador.

Para la variable de Embalaje se utilizaron las siguientes teorías: Según Bernal, C. e Higinio, L. (2020). Mencionan en su investigación que, (...) el embalaje debe unificar, proteger y distribuir, el producto a lo largo de la cadena logística. La principal característica de cualquier embalaje es no afectar las propiedades del producto. Según Avelino, J. (2018), en su investigación indica que, el embalaje de nivel tres, es el que reúne diversos embalajes de nivel dos, por consiguiente, embalajes de nivel uno, abarcando a los dos niveles inferiores. Tiene como fin que no se ocasionen deterioros mediante el manejo y la mudanza de las existencias. Un claro modelo de embalaje de nivel tres es la clásica caja de cartón que contiene en su interior embalajes de nivel dos y uno. Puesto que, el fin primordial del embalaje de nivel tres es el resguardo del producto y asegurar que llegará en óptimas condiciones al destino final, ha de esperar que tiene que estar hecho de componentes duros, como son los container o embalajes de plástico o de madera, tal y como son las cajas de distintos modelos, como el ondulado, de mayor uso este último en el embalaje. (p.17).

III. METODOLOGÍA:

3.1. Tipo y Diseño de Investigación:

Tipo de Investigación: El presente estudio tuvo el tipo de investigación aplicada; según Esteban, N. N. (2018), indica que, el objetivo de la investigación se basa en la curiosidad, el descubrimiento de nuevos conocimientos y ampliar el conocimiento teórico.

Diseño de Investigación:

Diseño no experimental: El estudio de la investigación aplicada fue descriptiva; puesto que, según Hernández, S. R. y Mendoza, T. Ch. (2018), indican que, los estudios descriptivos pretenden (...) cuantificar o recoger datos y comunicar información sobre diversos conceptos, variables, aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o problema a investigar.

3.2. Variables y Operacionalización:

En esta investigación se tuvo 2 variables una es la independiente llamada Envase y la segunda dependiente Embalaje.

Definición conceptual: Según Hernández, R. y Mendoza, Chr. (2018), nos indican que es la que determina o señala con diferentes palabras conforme se va a comprender una variable en el entorno de la investigación. Regularmente se basa de una definición pactada y aprobada por una sociedad científica o profesional y proviene de la verificación de la literatura (p.136).

Definición Operacional: Según Hernández, R. y Mendoza, Chr. (2018), nos indican que radica en el grupo de tratamientos, sistemas y normas para cuantificar una variable en los acontecimientos de investigación (p.137). Donde la investigación se medirá con las siguientes dimensiones de la variable independiente envase: Conservación, material adecuado, diseño y comunicación.

La segunda variable dependiente se medirá con las siguientes dimensiones: Estiba, identificación, almacenaje y logística.

Los indicadores de las dimensiones para la variable independiente serán: Proteger, permeabilidad, materiales tradicionales, materiales biodegradables, originalidad, tipografía, características e información.

Los indicadores de las dimensiones de la variable dependiente son: Pallet, tipo de pallet, pictografía, codificación, atmósfera, apilamiento, cubicaje y unitarización.

Escala de medición: La escala elegida para realizar la medición fue ordinal; Según Ochoa S. C. y Molina, A. M. (2018). Ordinal tiene jerarquía posicional de mayor a menor con la siguiente, es decir las muestras son escalonadas.

3.3. Población, muestra y muestreo:

Población: Según Robles (2019), nos menciona que la población es un conjunto total de elementos en los que estaremos interesados a estudiar por el propósito de la investigación (p.1).

Puesto a los objetivos y propósitos de la investigación, la población será conformada por 50 personas que laboren en empresas que comercialicen el fruto Sanky en la ciudad de Lima.

Muestra: Según Hernández, R. y Mendoza, Chr. (2018), nos indican que la muestra es un subgrupo de la población de interés, por el cual se unificarán los datos siendo representativos de la población de estudio (p.196).

El método de muestreo que se usará será probabilística aleatorio simple, Según Hernández, R. y Mendoza, Chr. (2018), nos mencionan que en esta estrategia todos los elementos o casos de la población de estudio tienen la posibilidad de ser elegidos (p.200).

Por ello, la muestra utilizada para el estudio representa 50 personas que laboren en empresas que comercialicen el fruto Sanky en la ciudad de Lima.

Muestreo: Según Hernández, R. y Mendoza, Chr. (2018), nos mencionan que en el muestreo es importante elegir los sucesos convenientes, acorde con la formulación de la cuestión para alcanzar la entrada a ellos (p.217).

Para la investigación se destacarán 50 elementos que laboren en empresas que comercialicen con el fruto Sanky en la ciudad de Lima al 2020.

Unidad de análisis: Hombres y mujeres que laboren en empresas que comercializan el fruto Sanky en la ciudad de Lima al 2020.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Las técnicas que fueron utilizadas en el proyecto fueron de encuesta con escala de likert para obtener datos más precisos, el instrumento de recolección de datos fue por recurso de un cuestionario siendo validado por expertos y evaluado por el software SPSS donde las variables fueron analizadas en alfa de Cronbrach para la confiabilidad del instrumento.

3.5. Procedimientos:

Se envió el cuestionario electrónico a todos los participantes por medios digitales por correo personal y número celular con el acceso al link del formulario de google.

3.6. Método de análisis de datos:

Para analizar de la información recibido por el instrumento brindado será a través de la metodología estadístico descriptiva y un análisis correlacional para dar a conocer la validez de las hipótesis planteadas por medio del programa estadístico IBM SPSS Statistics, se utilizará a fin de saber la correlación de las variables brindando información importante para este estudio.

3.7. Aspectos éticos:

El proyecto de investigación reconocerá la legislación peruana para realizar trabajos de investigación como la Constitución Política, la Ley Universitaria N° 30220, el Código Civil, el Código Penal, la ley sobre el Derecho de Autor, la Ley General del Ambiente, el Estatuto, el Reglamento General, el Reglamento de Gestión de Investigación y demás reglamentos específicos de la Universidad Privada César Vallejo. En el ámbito Internacional tendrá como base legal el

Código de Nuremberg, la Declaración de Helsinki y la Declaración Universal sobre bioética y derechos Humanos de la UNESCO.

Se respetará el derecho de confidencialidad de todos los participantes de esta investigación quedarán en el anonimato y serán una evaluación equitativa, ya que la cosecha de datos y los resultados de la investigación serán para fines académicos; el cual se tuvo que tomar el principio ético de justicia para la investigación.

IV. RESULTADOS:

Los resultados fueron obtenidos por 50 personas que laboren en empresas que comercialicen el fruto sanky en la ciudad de Lima. Al principio, se realizó un análisis descriptivo, luego se aplicó un análisis para encontrar la correlación entre las dos variables estudiadas.

Análisis Descriptivo:

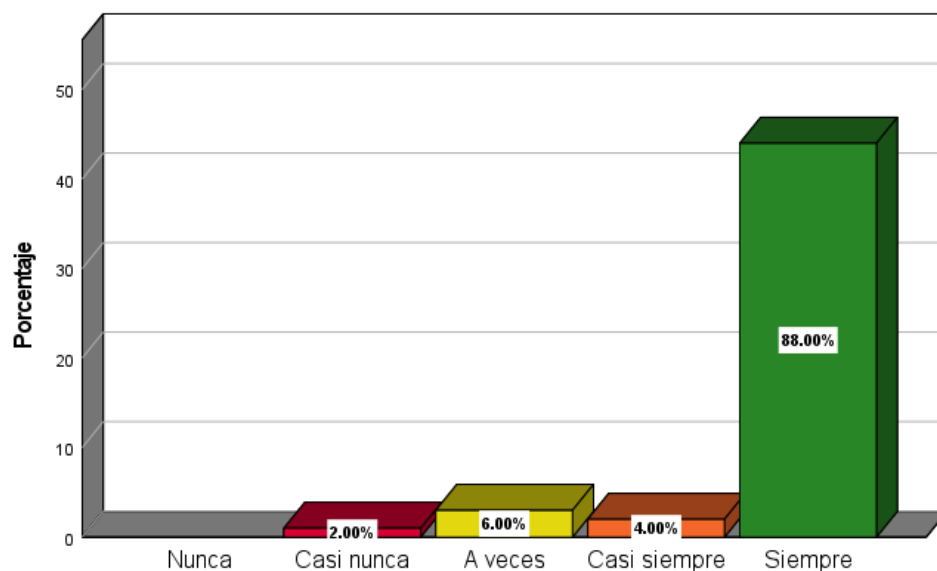
Pregunta 1: *¿El proteger el producto es importante?*

Tabla 1:

Pertenece a la variable envase y a la dimensión conservación.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0	0.0	0.0
Casi nunca	1	2.0	2.0	2.0
A veces	3	6.0	6.0	8.0
Casi siempre	2	4.0	4.0	12.0
Siempre	44	88.0	88.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Figura 01: Pertenece a la variable envase y a la dimensión conservación.



Interpretación:

La tabla 1 y la figura 01, representaron los resultados obtenidos por la encuesta realizada a las personas que comercializan con el fruto Sanky en las provincias de Ayacucho y Huancavelica puesto que, el 88% consideraron siempre que el proteger el producto es importante, el 6% a veces, el 4% casi siempre y el 2% casi nunca.

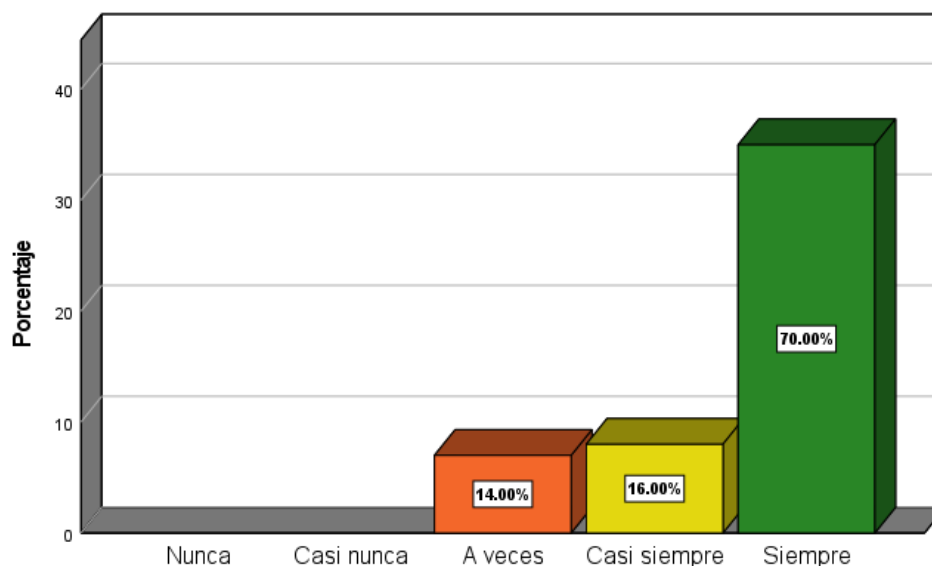
Pregunta 2: *¿Se debe considerar la permeabilidad o que no ingresen agentes externos al producto?*

Tabla 02:

Pertenece a la variable envase y dimensión conservación.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0	0.0	0.0
Casi nunca	0	0.0	0.0	0.0
A veces	7	14.0	14.0	14.0
Casi siempre	8	16.0	16.0	30.0
Siempre	35	70.0	70.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Figura 02: Pertenece a la variable envase y a la dimensión conservación.



Interpretación:

La tabla 2 y la figura 02, representaron los resultados obtenidos por la encuesta realizada a las personas que comercializan con el fruto Sanky en las provincias de Ayacucho y Huancavelica puesto que, el 70% consideraron siempre que la permeabilidad evita que no ingresen agentes externos al producto, el 16% casi siempre y el 14% a veces.

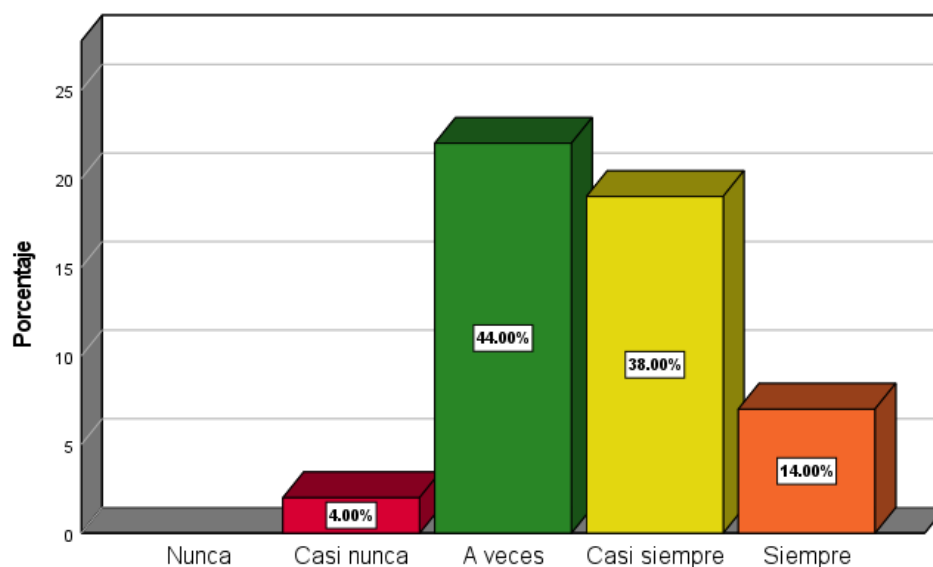
Pregunta 3: *¿Se siente satisfecho al comprar empaques con materiales tradicionales?*

Tabla 3:

Pertenece a la variable envase y a la dimensión material adecuado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0	0.0	0.0
Casi nunca	2	4.0	4.0	4.0
A veces	22	44.0	44.0	48.0
Casi siempre	19	38.0	38.0	86.0
Siempre	7	14.0	14.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Figura 03: Pertenece a la variable envase y a la dimensión material adecuado.



Interpretación:

La tabla 3 y la figura 03, representaron los resultados obtenidos por la encuesta realizada a las personas que comercializan con el fruto Sanky en las provincias de Ayacucho y Huancavelica puesto que, el 44% consideraron a veces que se sintieron satisfechos al comprar empaques con materiales tradicionales, el 38% casi siempre, el 14% siempre y el 4% casi nunca.

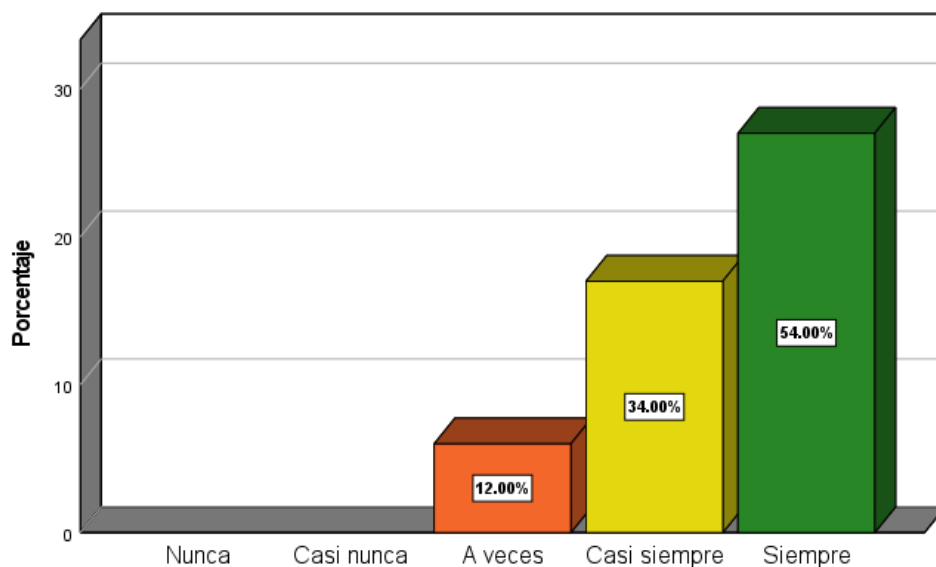
Pregunta 4: *¿Se siente satisfecho al comprar empaques con materiales biodegradables?*

Tabla 4:

Pertenece a la variable envase y a la dimensión material adecuado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0	0.0	0.0
Casi nunca	0	0.0	0.0	0.0
A veces	6	12.0	12.0	12.0
Casi siempre	17	34.0	34.0	46.0
Siempre	27	54.0	54.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Figura 04: Pertenece a la variable envase y a la dimensión material adecuado.



Interpretación:

La tabla 4 y la figura 04, representaron los resultados obtenidos por la encuesta realizada a las personas que comercializan con el fruto Sanky en las provincias de Ayacucho y Huancavelica puesto que, el 54% consideraron siempre que se sintieron satisfechos al comprar empaques con materiales biodegradables, el 34% casi siempre y el 12% a veces.

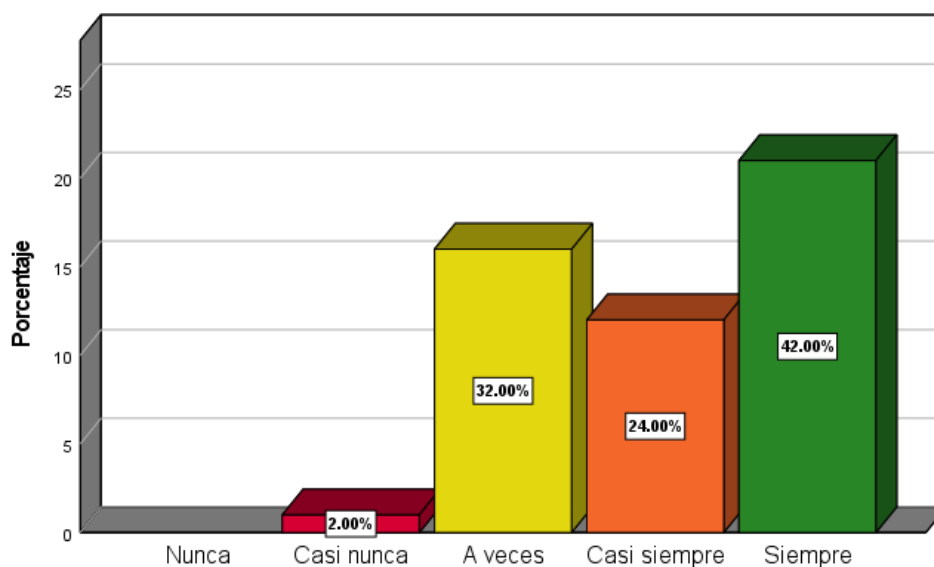
Pregunta 5: *¿La originalidad de la envoltura toma un punto fundamental para la compra del producto?*

Tabla 5:

Pertenece a la variable envase y a la dimensión diseño.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0	0.0	0.0
Casi nunca	1	2.0	2.0	2.0
A veces	16	32.0	32.0	34.0
Casi siempre	12	24.0	24.0	58.0
Siempre	21	42.0	42.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Figura 05: Pertenece a la variable envase y a la dimensión diseño.



Interpretación:

La tabla 5 y la figura 05, representaron los resultados obtenidos por la encuesta realizada a las personas que comercializan con el fruto Sanky en las provincias de Ayacucho y Huancavelica puesto que, el 42% consideraron siempre la originalidad de la envoltura como un punto fundamental para la compra del producto, el 32% a veces, el 24% casi siempre y el 2% casi nunca.

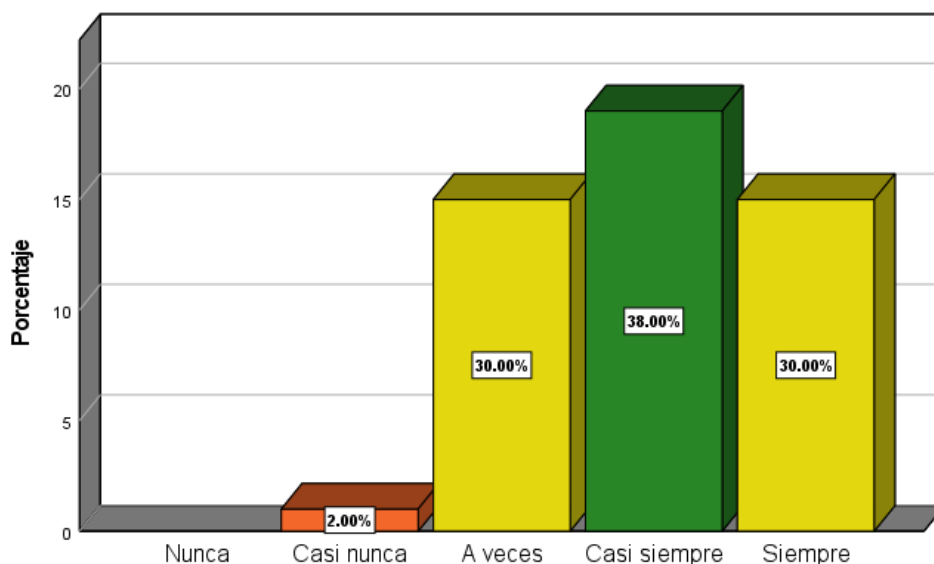
Pregunta 6: *¿La tipografía usada en una envoltura de un producto le atrae para comprarlo?*

Tabla 6:

Pertenece a la variable envase y a la dimensión diseño.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0	0.0	0.0
Casi nunca	1	2.0	2.0	2.0
A veces	15	30.0	30.0	32.0
Casi siempre	19	38.0	38.0	70.0
Siempre	15	30.0	30.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Figura 06: Pertenece a la variable envase y a la dimensión diseño.



Interpretación:

La tabla 6 y la figura 06, representaron los resultados obtenidos por la encuesta realizada a las personas que comercializan con el fruto Sanky en las provincias de Ayacucho y Huancavelica puesto que, el 38% consideraron casi siempre la tipografía usada en una envoltura de un producto lo atrae para comprarlo, el 30% siempre, otro 30% a veces y el 2% casi nunca.

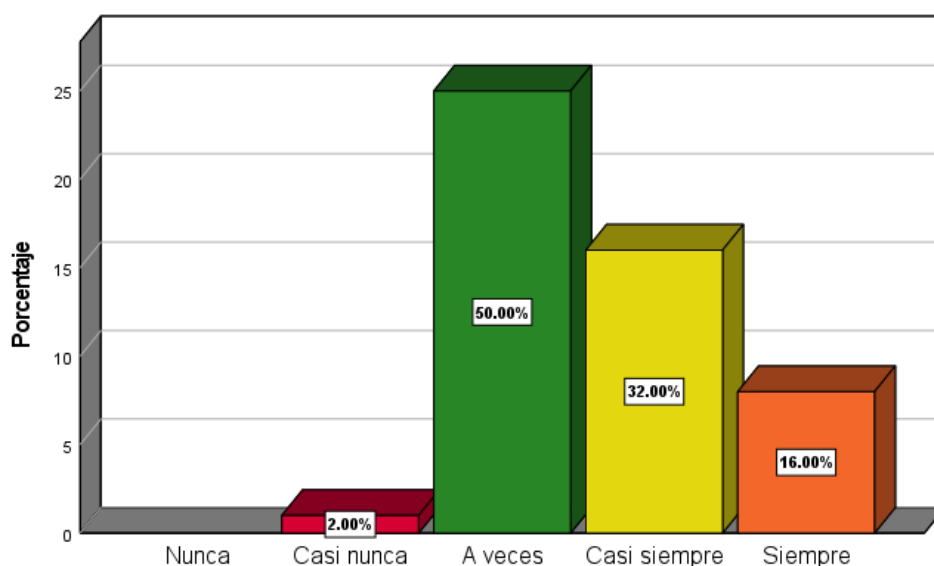
Pregunta 7: ¿Las características de un envase define su compra?

Tabla 7:

Pertenece a la variable envase y a la dimensión comunicación.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0	0.0	0.0
Casi nunca	1	2.0	2.0	2.0
A veces	25	50.0	50.0	52.0
Casi siempre	16	32.0	32.0	84.0
Siempre	8	16.0	16.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Figura 07: Pertenece a la variable envase y a la dimensión comunicación.



Interpretación:

La tabla 7 y la figura 07, representaron los resultados obtenidos por la encuesta realizada a las personas que comercializan con el fruto Sanky en las provincias de Ayacucho y Huancavelica puesto que, el 50% consideraron a veces que las características de un envase definieron su compra, el 32% casi siempre, el 16% siempre y el 2% casi nunca.

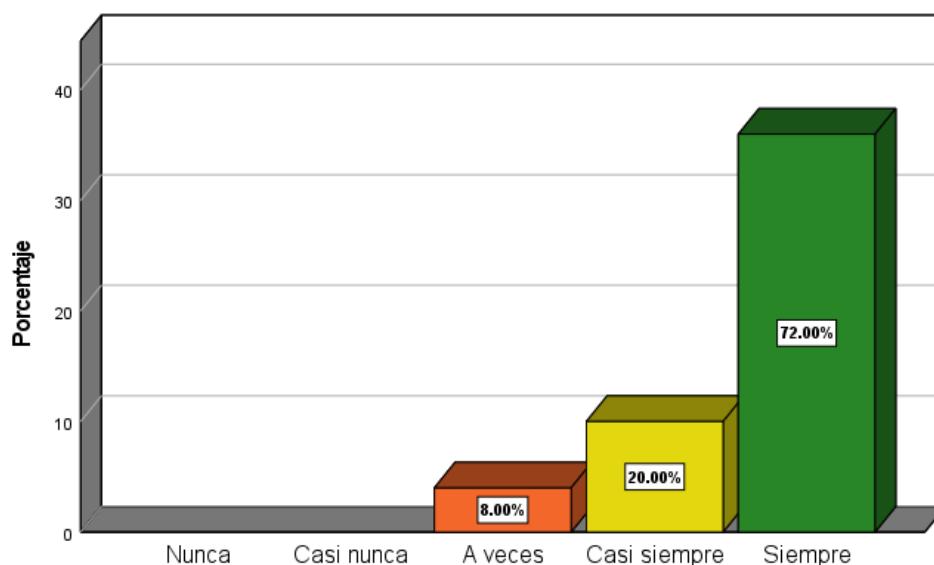
Pregunta 8: *¿La información que contiene la envoltura o empaque debe ser clara en los productos que compra?*

Tabla 8:

Pertenece a la variable envase y a la dimensión comunicación.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0	0.0	0.0
Casi nunca	0	0.0	0.0	0.0
A veces	4	8.0	8.0	8.0
Casi siempre	10	20.0	20.0	28.0
Siempre	36	72.0	72.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Figura 08: *Pertenecen a la variable envase y a la dimensión comunicación.*



Interpretación:

La tabla 8 y la figura 08, representaron los resultados obtenidos por la encuesta realizada a las personas que comercializan con el fruto Sanky en las provincias de Ayacucho y Huancavelica puesto que, el 72% consideraron siempre que la información que contiene la envoltura debe ser clara en los productos que compran, el 20% casi siempre y el 8% a veces.

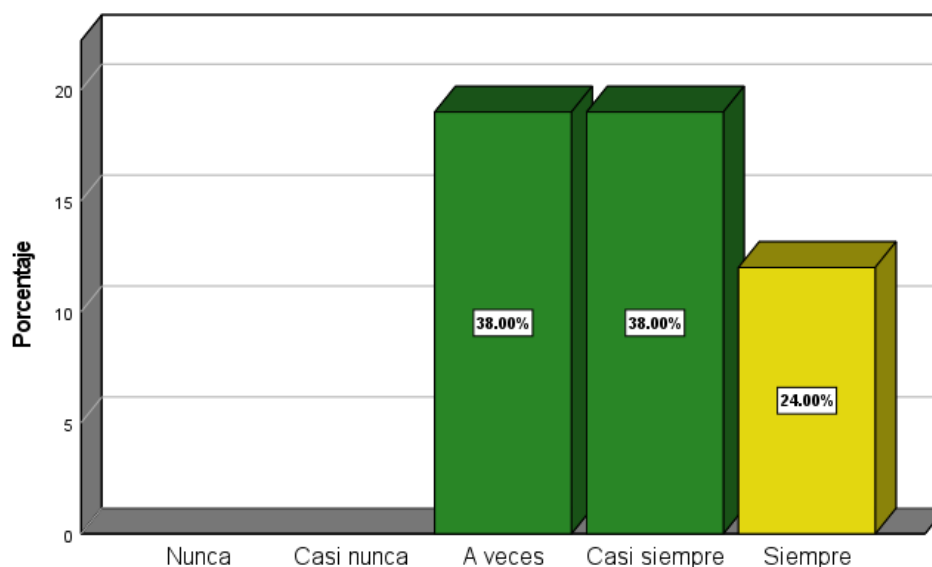
Pregunta 9: *¿Los envases que se encuentren en un pallet se ven más ordenados?*

Tabla 9:

Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión estiba.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0	0.0	0.0
Casi nunca	0	0.0	0.0	0.0
A veces	19	38.0	38.0	38.0
Casi siempre	19	38.0	38.0	76.0
Siempre	12	24.0	24.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Figura 09: *Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión estiba.*



Interpretación:

La tabla 9 y la figura 09, representaron los resultados obtenidos por la encuesta realizada a las personas que comercializan con el fruto Sanky en las provincias de Ayacucho y Huancavelica puesto que, el 38% consideraron a veces que los envases que se encontraron en un pallet se veían más ordenados, otro 38% casi siempre y el 24% siempre.

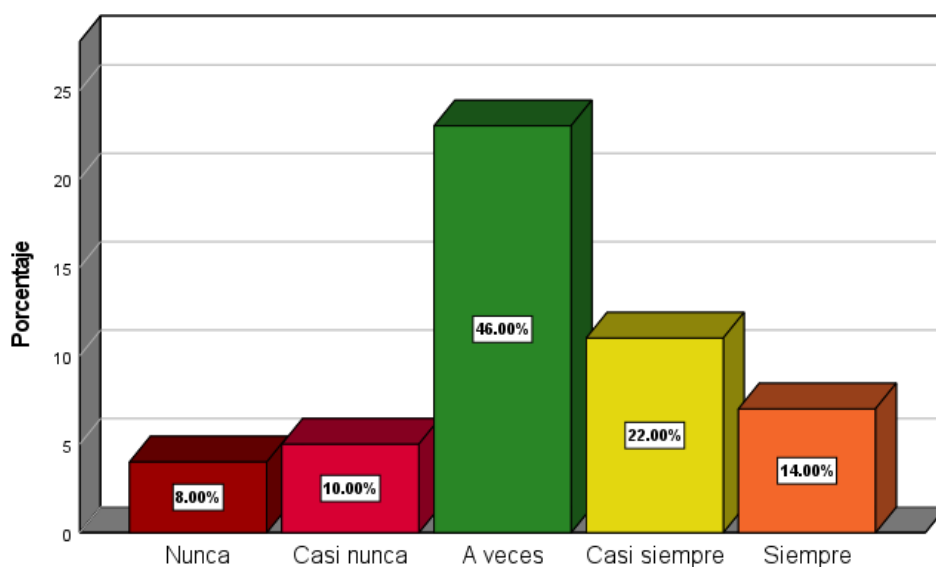
Pregunta 10: *¿Considera el tipo de pallet utilizado que se encuentren los productos?*

Tabla 10:

Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión estiba.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	4	8.0	8.0	8.0
Casi nunca	5	10.0	10.0	18.0
A veces	23	46.0	46.0	64.0
Casi siempre	11	22.0	22.0	86.0
Siempre	7	14.0	14.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Figura 10: Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión estiba.



Interpretación:

La tabla 10 y la figura 10, representaron los resultados obtenidos por la encuesta realizada a las personas que comercializan con el fruto Sanky en las provincias de Ayacucho y Huancavelica puesto que, el 46% consideraron a veces el tipo de pallet utilizado donde se encuentren los productos, el 22% casi siempre, el 14% siempre, el 10% casi nunca y el 8% nunca.

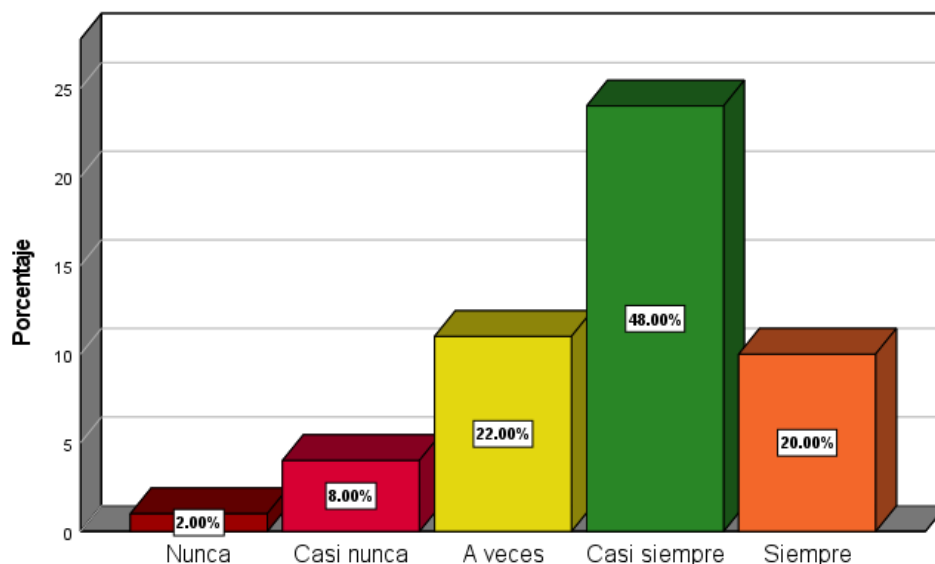
Pregunta 11: *La pictografía menciona como se debe manipular los productos con imágenes; ¿Le es de su interés se encuentre en los envases y embalajes?*

Tabla 11:

Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión identificación.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	2.0	2.0	2.0
Casi nunca	4	8.0	8.0	10.0
A veces	11	22.0	22.0	32.0
Casi siempre	24	48.0	48.0	80.0
Siempre	10	20.0	20.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Figura 11: *Pertenecen a la variable embalaje y a la dimensión identificación.*



Interpretación:

La tabla 11 y la figura 11, representaron los resultados obtenidos por la encuesta realizada a las personas que comercializan con el fruto Sanky en las provincias de Ayacucho y Huancavelica puesto que, el 48% consideraron casi siempre que le es de su interés la pictografía mencionada en los envases y embalajes para saber cómo manipular los productos, el 22% a veces, el 20% siempre, el 8% casi nunca y el 2% nunca.

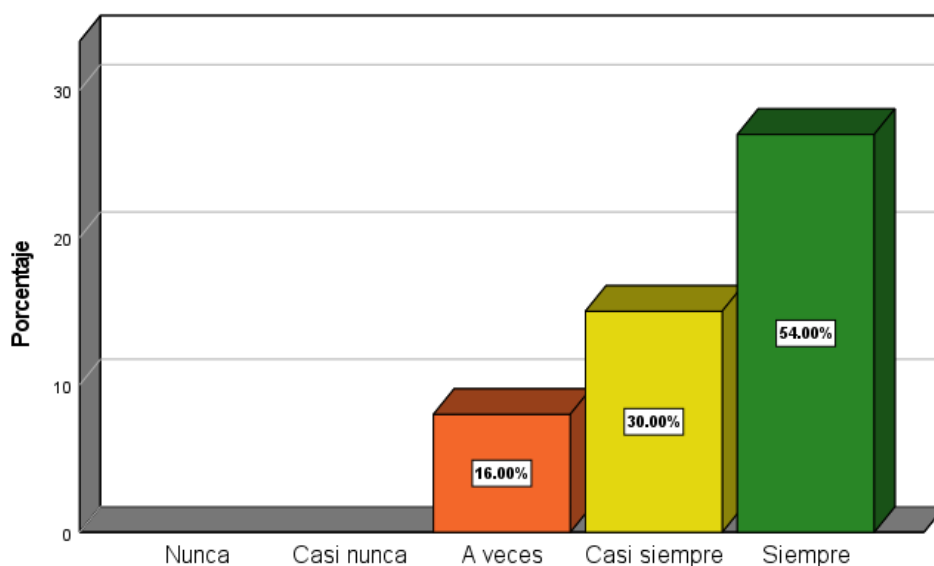
Pregunta 12: *¿Debe tener su codificación correspondiente los productos para identificarlos?*

Tabla 12:

Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión identificación.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0	0.0	0.0
Casi nunca	0	0.0	0.0	0.0
A veces	8	16.0	16.0	16.0
Casi siempre	15	30.0	30.0	46.0
Siempre	27	54.0	54.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Figura 12: Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión identificación.



Interpretación:

La tabla 12 y la figura 12, representaron los resultados obtenidos por la encuesta realizada a las personas que comercializan con el fruto Sanky en las provincias de Ayacucho y Huancavelica puesto que, el 54% consideraron siempre que los productos deben tener su correspondiente codificación para identificarlos, el 30% casi siempre y el 16% a veces.

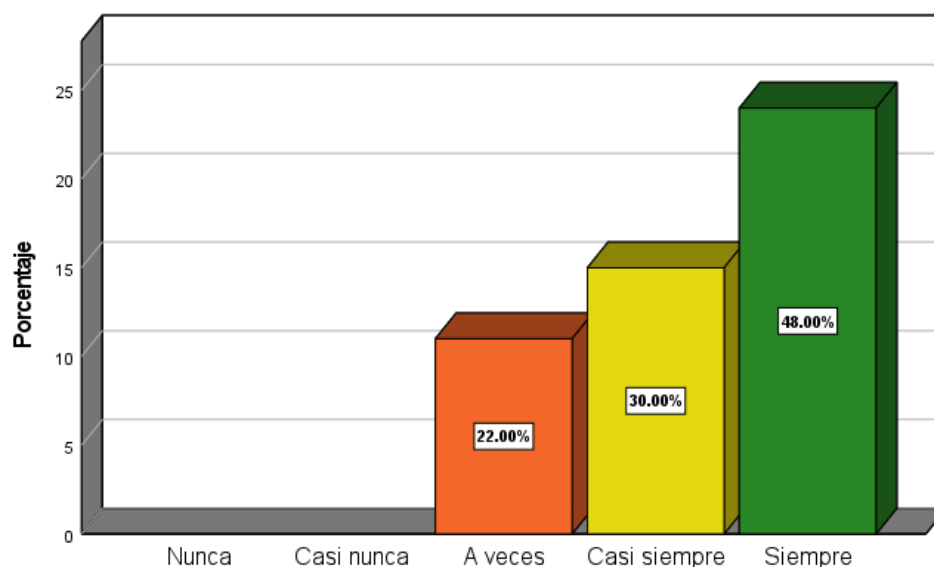
Pregunta 13: *¿Considera que la atmósfera o medio ambiente que están expuestos los envases y embalajes afecta al producto?*

Tabla 13:

Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión almacenaje.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0	0.0	0.0
Casi nunca	0	0.0	0.0	0.0
A veces	11	22.0	22.0	22.0
Casi siempre	15	30.0	30.0	52.0
Siempre	24	48.0	48.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Figura 13: Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión almacenaje.



Interpretación:

La tabla 13 y la figura 13, representaron los resultados obtenidos por la encuesta realizada a las personas que comercializan con el fruto Sanky en las provincias de Ayacucho y Huancavelica puesto que, el 48% consideraron siempre que la atmósfera que están expuestos los envases y embalajes afecta al producto, el 30% casi siempre y el 22% a veces.

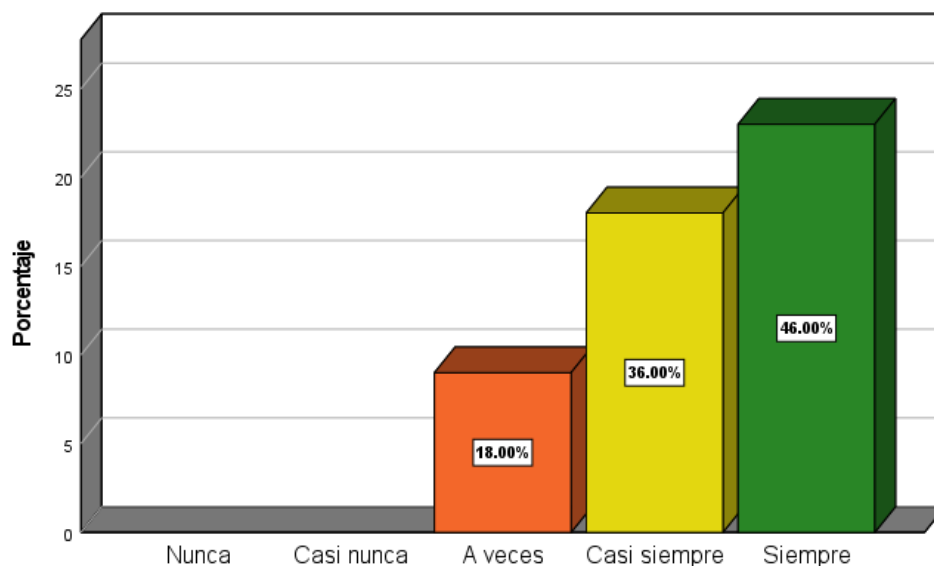
Pregunta 14: *¿El control de producción reduce fallas en cada envase y embalaje?*

Tabla 14:

Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión almacenaje.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0	0.0	0.0
Casi nunca	0	0.0	0.0	0.0
A veces	9	18.0	18.0	18.0
Casi siempre	18	36.0	36.0	54.0
Siempre	23	46.0	46.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Figura 14: *Pertenecen a la variable embalaje y a la dimensión almacenaje.*



Interpretación:

La tabla 14 y la figura 14, representaron los resultados obtenidos por la encuesta realizada a las personas que comercializan con el fruto Sanky en las provincias de Ayacucho y Huancavelica puesto que, el 46% consideraron siempre que el control de producción reduce fallas en cada envase y embalaje, el 36% casi siempre y el 18% a veces.

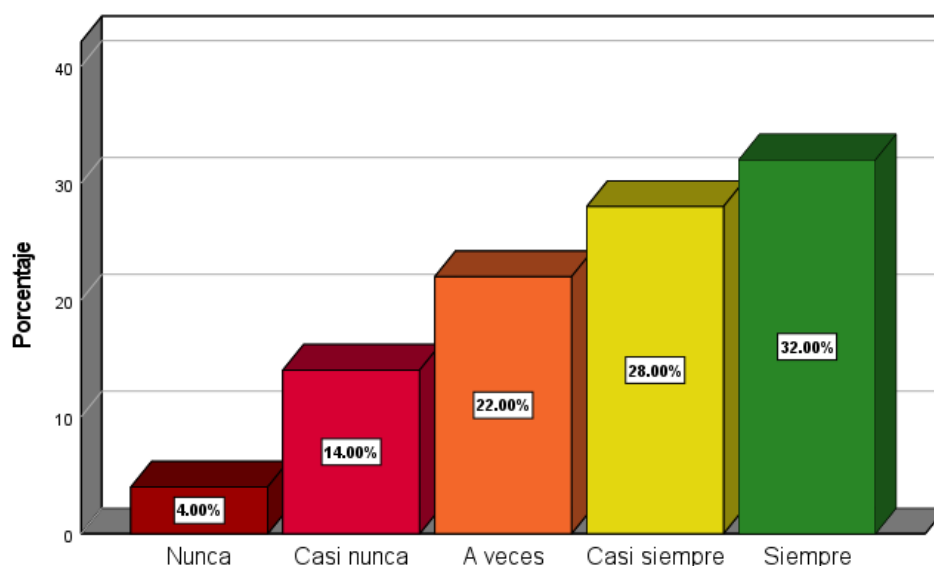
Pregunta 15: *¿El cubicaje o acomodar las mercancías de manera correcta afecta al producto?*

Tabla 15:

Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión logística.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	4.0	4.0	4.0
Casi nunca	7	14.0	14.0	18.0
A veces	11	22.0	22.0	40.0
Casi siempre	14	28.0	28.0	68.0
Siempre	16	32.0	32.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Figura 15: Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión logística.



Interpretación:

La tabla 15 y la figura 15, representaron los resultados obtenidos por la encuesta realizada a las personas que comercializan con el fruto Sanky en las provincias de Ayacucho y Huancavelica puesto que, el 32% consideraron siempre que el cubicaje de las mercancías de manera correcta afecta al producto, el 28% casi siempre, el 22% a veces, el 14% casi nunca y el 4% nunca.

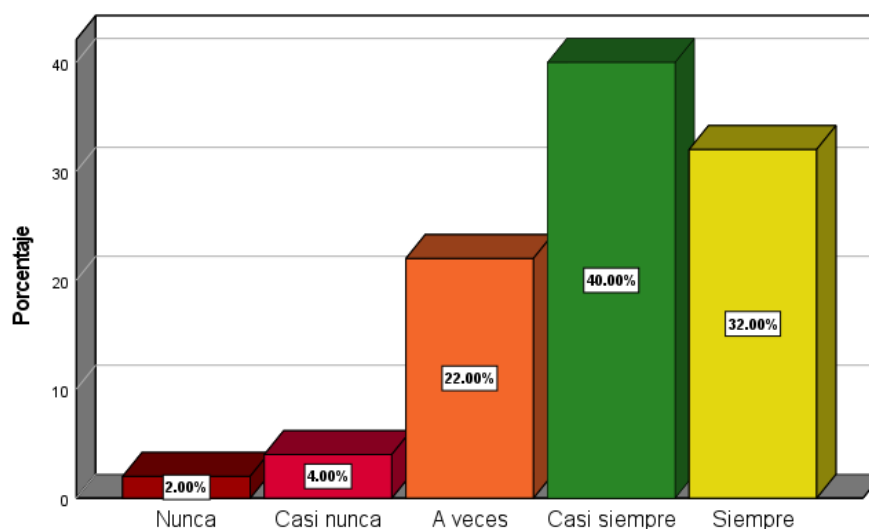
Pregunta 16: *¿La unitarización de la carga considera que facilita el movimiento de los productos?*

Tabla 16:

Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión logística.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	2.0	2.0	2.0
Casi nunca	2	4.0	4.0	6.0
A veces	11	22.0	22.0	28.0
Casi siempre	20	40.0	40.0	68.0
Siempre	16	32.0	32.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Figura 16: Pertenece a la variable embalaje y a la dimensión logística.



Interpretación:

La tabla 16 y la figura 16, representaron los resultados obtenidos por la encuesta realizada a las personas que comercializan con el fruto Sanky en las provincias de Ayacucho y Huancavelica puesto que, el 40% consideraron casi siempre que la unitarización de la carga facilita el movimiento de los productos, el 32% siempre, el 22% a veces, el 4% casi nunca y el 2% nunca.

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS:

En el análisis se procedió a la contrastación de las hipótesis que fueron planteados para comprobar la correlación existente.

Prueba de hipótesis general

H0: Los envases y embalajes no influyen positivamente en el comercio internacional del fruto Sanky en las provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020.

H1: Los envases y embalajes influye positivamente en el comercio internacional del fruto Sanky en las provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020.

Tabla 17: Correlación de la variable envase entre la variable embalaje.

		Correlaciones	
		Envase	Embalaje
Envase	Correlación de Pearson	1	.533**
	Sig. (bilateral)		<.001
	N	50	50
Embalaje	Correlación de Pearson	.533**	1
	Sig. (bilateral)	<.001	
	N	50	50

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

Interpretación:

El valor de r de Pearson es de 0.533, además esta correlación es muy influyente. Por lo que se puede afirmar con un 99% de confianza, que hay una correlación positiva moderada entre la variable envase y la variable embalaje, porque el valor del Sig. (bilateral) es de 0.001, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Prueba de hipótesis específicas

Hipótesis específica 1: Influencia del envase en la estiba.

H0: Los envases no influyen en la estiba del fruto Sanky en las provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020.

H2: Los envases influyen en la estiba del fruto Sanky en las provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020.

Tabla 18: Correlación de la variable envase entre la dimensión estiba.

		Correlaciones	
		Envase	Estiba
Envase	Correlación de Pearson	1	.323*
	Sig. (bilateral)		.022
	N	50	50
Estiba	Correlación de Pearson	.323*	1
	Sig. (bilateral)	.022	
	N	50	50

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

Interpretación:

El valor de r de Pearson es de 0.323, además esta correlación es influyente. Por lo que se puede afirmar con un 95% de confianza, que hay una correlación positiva baja entre la variable envase y la dimensión estiba, porque el valor del

Sig. (bilateral) es de 0.022, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Hipótesis específica 2: Influencia del envase en la reducción de la merma.

H0: Los envases no influyen en la reducción de la merma del fruto Sanky en las provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020.

H3: Los envases influyen en la reducción de merma del fruto Sanky en las Provincias de Ayacucho y Huancavelica 2020.

Tabla 19: Correlación de la variable envase entre la dimensión identificación.

Correlaciones			
		Envase	Identificación
Envase	Correlación de Pearson	1	.398**
	Sig. (bilateral)		.004
	N	50	50
Identificación	Correlación de Pearson	.398**	1
	Sig. (bilateral)	.004	
	N	50	50

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

Interpretación:

El valor de r de Pearson es de 0.398, además esta correlación es muy influyente. Por lo que se puede afirmar con un 99% de confianza, que hay una correlación positiva baja entre la variable envase y la dimensión identificación, porque el valor del Sig. (bilateral) es de 0.004, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Hipótesis específica 3: Influencia del envase en la cadena de frío.

H0: Los envases no influyen en la cadena de frío del fruto Sanky de las provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020.

H4: Los envases influyen en la cadena de frío del fruto Sanky de las provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020.

Tabla 20: Correlación de la variable envase entre la dimensión almacenaje.

		Correlaciones	
		Envase	Almacenaje
Envase	Correlación de Pearson	1	.336*
	Sig. (bilateral)		.017
	N	50	50
Almacenaje	Correlación de Pearson	.336*	1
	Sig. (bilateral)	.017	
	N	50	50

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

Interpretación:

El valor de r de Pearson es de 0.336, además esta correlación es influyente. Por lo que se puede afirmar con un 95% de confianza, que hay una correlación positiva baja entre la variable envase y la dimensión almacenaje, porque el valor del Sig. (bilateral) es de 0.017, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Hipótesis específica 4: Influencia del envase en el almacenaje.

H0: Los envases no influyen en el almacenaje del fruto Sanky de las provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020.

H5: Los envases influyen en el almacenaje del fruto Sanky de las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020.

Tabla 21: Correlación de la variable envase entre la dimensión logística.

		Correlaciones	
		Envase	Logística
Envase	Correlación de Pearson	1	.395**
	Sig. (bilateral)		.005
	N	50	50
Logística	Correlación de Pearson	.395**	1
	Sig. (bilateral)	.005	
	N	50	50

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

Interpretación:

El valor de r de Pearson es de 0.395, además esta correlación es muy influyente. Por lo que se puede afirmar con un 99% de confianza, que hay una correlación positiva baja entre la variable envase y la dimensión logística, porque el valor del Sig. (bilateral) es de 0.005, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

V. DISCUSIÓN:

Los resultados obtenidos de la hipótesis general tiene una relación existente entre el envase y el embalaje, se obtuvo un grado correlacional de 0.323, significando que ambas tienen una relación de forma positiva moderada, por lo que la variable envase es importante para la variable embalaje, ya que ambos se relacionan y se complementan para todo proceso de empaquetado, acopio y distribución de las mercancías en el comercio internacional. Además, de brindar indicaciones necesarias para saber como manipular los productos, su protección, ampliar el periodo de vida de los productos perecibles e impulsar la venta de los mismos. Según Imiru (2017). nos indica lo que más atrae un envase a los compradores a la hora de adquirir un producto son las siguientes características que son fundamentales, como que sea a prueba de fuga, su fecha de fabricación, de fácil uso, fácil de comprar, de material ligero, su permeabilidad e innovación. Puesto

que, se esta de acuerdo con lo mencionado, por lo que es importante que cada envase cumpla con las características esenciales que buscan los clientes y sobre todo que se innovador diferenciandose del resto sin perder la esencia de lo que esta conteniendo el envase para una mayor atracción de clientes, ya que así se facilita las negociaciones en los mercados posicionados afianzando los lazos establecidos y permitiendo la apertura a nuevos mercados potenciales en el comercio internacional.

En cuanto a la hipótesis específica 1 en relación entre el envase y la estiba, se pudo comprobar que obtuvo un grado de correlación de 0.323, asegurando que existe una relación positiva moderada entre la variable envase y la dimensión estiba, puesto que proporciona datos para la distribución y colocación adecuada de las mercancías de los productos en los diferentes medios de transporte, y puedan llegar en óptimas condiciones a su lugar de destino. Según Avelino (2018), nos indica que el fin de el manejo y la mudanza de las existencias es que el producto no tenga deterioros y se debe asegurar que debe llegar en óptimas condiciones al destino final. Por lo tanto, se esta de acuerdo con lo mencionado en los resultados obtenidos del estudio, consolidando que la influencia del entre el envase y la estiba acceda a implementar un buen envase para la estiba de las mercancías asegurando el producto en su distribución manteniendolo en las mejores condiciones requeridas tal y como se ofrecen a los compradores, con ello pueda llegar a las manos del cliente en excelente calidad para su consumo o uso del mismo sin ningún percance.

En cuanto a la hipótesis específica 2 en relación entre el envase y la merma, se pudo comprobar que obtuvo un grado de correlación de 0.398, asegurando que existe una relación positiva modera entre la variable envase y la dimensión identificación, puesto que brinda esta dimensión impacta directamente a la variable, ya que se establece una correcta identificación de las mercancías de la mano con un buen envase, lo cual disminuye la generación de merma en los productos perecibles. Según Chavez (2019), nos indica que todos los productos que consumimos sobre todo los perecibles se encuentran en empaques adecuados para cada uno de ellos y son amigables con el medio ambiente, por lo que no necesitan un segundo empaque, puesto que, lo reserva, protege y bloquea

el ingreso de agentes externos que puedan perjudicar al producto disminuyendo la merma ocasionada en cada proceso de compra y venta, y esto convella a que el producto pueda mantener un periodo de vida regular. Por lo expuesto todos las empresas que comercializadores de productos perecibles deben considerar establecer un buen empaque acondicionado y una clara identificación para el manipuelo de los mismos en los diferentes puntos de carga y descarga, ya que evitará que estos tengan desperfectos en alguna parte del producto u ocasionando lo menos esperado en los perecibles que es la merma.

En cuanto a la hipótesis específica 3 en relación del envase y la cadena de frío, se pudo comprobar que obtuvo un grado de correlación de 0.336, asegurando que existe una relación positiva moderada entre la variable envase y la dimensión almacenaje, por lo que todo envase y embalaje tiene que tener un control de producción antes de ser enviado al cliente, puesto que con ello se pueden evitar y contrarrestar fallas en este. Además, el que se expogan a un cambio de atmósfera tienen un impacto en el producto, por consiguiente, los envases y embalajes deben estar adecuados respectivamente para los cambios de ambiente al momento de su traslado. Según Gibbert, et al. (2019), nos indican que al momento de almacenar productos perecibles en diferentes tipos de envases con diferentes tipos de atmósferas tienen un impacto distinto debido al material que los protege como a la temperatura sometida, por lo que es necesario evaluar el material adecuado para cada producto que va ser expuesto a distintos cambios de ambientes para que la mercancía no se dañe en el transcurso del envío. Por lo expuesto por los autores se llega a la conformidad obtenida en los resultados, afirmando que el envase tienen una influencia significativa con la cadena de frío, ya que las empresas que comercializan con productos perecibles deben tener en cuenta los tipos de envase adecuados que van a tener contacto con su mercancía y que se encuentre acondicionada para los cambios de temperatura evitando el deterioro, para conseguir que el producto llegue a los consumidores en las condiciones desedas y sea su carta de presentación para la apertura de nuevos mercados.

En cuanto a la hipótesis específica 4 en relación del envase y la almacenaje, se pude comprobar que obtuvo un grado de correlación de 0.395, asegurando que

existe una relación positiva moderada entre la variable envase y la dimensión logística, por lo que las mercancías en sus respectivos envases se tienen que ordenar adecuadamente para que el producto no se vea afectado al momento del traslado de un punto a otro, y considerando la cantidad de cajas que puede soportar cada envase, ya que si se coloca demasiadas la primera no soportara el peso viéndose comprometida la mercancía echándose a perder, con ello empacarlo apropiado que pueda facilitar su manipulación al momento de colocarlo en los diferentes tipos de transportes que será sometida la mercancía antes de llegar al destino final. Según Orjuela, Herrera y Adarme (2017), nos indican cada proveedor tienen a utilizar diferentes tipos de envases para sus mercancías y al momento de manipularlas estas generan un costo adicional en el acopio alterando directamente los procesos de registro de cada producto, el tiempo de traslado y la condición de los productos. Por consiguiente, se está de acuerdo con los autores, puesto que los tipos de envases que se manipulan en el proceso de la logística tienen que ser almacenados cuidadosamente para evitar gastos adicionales, pérdidas en el producto o daños en los mismos, ya que al momento de su traslado tienen que llegar en excelentes condiciones al comprador.

VI. CONCLUSIONES:

1. Para concluir con la investigación se logró apreciar en el objetivo general existe una correlación media alta de 53.3% entre el envase y el embalaje, el cual tienen una influencia muy significativa en el comercio internacional, puesto que los 50 participantes que laboran en empresas que comercializan con el fruto Sanky consideran que al elegir un correcto envase y embalaje resguarda el producto en óptimas condiciones evitando cualquier desperfecto en el comercio internacional.

2. Además, en el objetivo específico 1 se justifica que hay una correlación positiva baja de 32.3% entre el envase y la estiba, ya que el 38% de los encuestados que comercializan con el fruto Sanky mencionaron que al colocar los envases en pallets se verían más ordenados. Concluyendo que aún hay consideración escasa de cómo se distribuye los productos al acomodarlos en los contenedores.

3. También, en el objetivo específico 2 se justifica que hay una correlación positiva baja de 39.8% entre el envase y la identificación, puesto que el 48% de los encuestados mencionaron que se debe verificar como manipular los envases antes de ser trasladados para evitar cualquier desperfecto. Concluyendo que se tiene que aumentar el control sobre la identificación que se encuentren en la mercancía para evitar la merma.

4. Por otro lado, en el objetivo específico 3 se justifica que hay una correlación positiva baja de 33.6% entre el envase y el almacenaje, puesto que el 48% de los encuestados mencionaron que es importante el medio ambiente donde se colocan los envases de cada mercancía. Se concluye que es de suma importancia para los comercializadores el proceso de almacenaje sea realizado minuciosamente para que la mercancía llegue en las mejores condiciones.

5. Para culminar, en el objetivo específico 4 se justifica que hay una correlación positiva baja de 39.5% entre el envase y la logística, puesto que el 32% de los encuestados mencionaron se debe acomodar correctamente el producto. Se concluye que los productos perecibles se deben acomodar minuciosamente para evitar pérdidas significativas o la totalidad de la mercancía.

VII. RECOMENDACIONES:

1. Teniendo en cuenta las variables envase y embalaje obtuvieron una correlación de 53.3%, ya que estas variables tienen un papel importante cuando se trasladan productos perecibles y se recomienda realizar un estudio mixto con una entrevista a las personas involucradas para saber el nivel de conocimiento y una encuesta acorde a los resultados de las entrevistas para incentivar el comercio de este fruto poco conocido a nuevos mercados.

2. Al tener una correlación positiva baja del 32.3% entre el envase y la estiba en la comercialización de los productos perecibles, y la falta de interés al saber cómo acomodan su mercancía en los contenedores o medios de transporte; se recomienda que participen de cursos, charlas, talleres y seminarios que constantemente ofrece gratuitamente el Ministerio de Agricultura para fortalecer sus conocimientos sobre los procesos de la estiba.

3. Aún hay un 48% del total de encuestados que mencionan que deben tener un verificar el cómo trasladar la mercancía, esto indica que hay no se encuentra establecido correctamente su proceso de identificación, por ende, se recomienda que todo comercializador de productos perecibles deba adquirir la maquinaria especializada para aumentar el control adecuado.

4. Puesto que, hay una correlación positiva baja del 33.6% entre el envase y el almacenaje, ya que se considera que se debe tener un proceso de almacenado óptimo en los productos perecibles. Se recomienda a todos los comercializadores que al momento de establecer el medio de transporte y como se almacenará la mercancía en los contenedores, deban indicar como establecer la cadena de frío para que el producto no se vea afectado.

5. Para culminar, hay una correlación positiva baja entre el envase y la logística, por lo que ambas contienen una conexión natural; se recomienda que el estado brinde y apoye con más ímpetu a los exportadores de productos perecibles que deseen dar a conocer nuevos productos como el fruto Sanky a diferentes o nuevos mercados.

REFERENCIAS

- Abad, M. y Alberca, F. (2019). El uso de envases ecofriendly para la mejora de la competitividad internacional de los exportadores de mango orgánico del Valle de Tambogrande -Piura, 2019. [Tesis de Titulación Profesional Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/41852>
- Abdelazin, N., García, I. y González, Z. (2019). E-commerce vs. tienda física. El packaging como elemento de influencia en la compra. RIIT. Revista internacional de investigación e innovación tecnológica, 7(38). http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S200797532019000300001&lng=es&tlng=es.
- Anetta, B. J. (2017). Packaging as a Source of Information About Food Products. Procedia Engineering, 182, 770-779.
- Avelino, J. (2018). Conocimiento del Embalaje Terciario en la Formación Pedagógica Profesional. Seminario Taller sobre Tratamiento de Mercancías para la Exportación. [Tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil]. Repositorio Institucional UG. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/46007>
- Barbosa, K., Foncesa, C., Silva, P., Finger, L., Casali, W. y Cecon, R. (2016). Effect of hydrocooling, packaging, and cold storage on the post-harvest quality of peppermint (*Mentha piperita* L.). Revista Brasileira de Plantas Mediciniais, 18(1), 248-255. https://doi.org/10.1590/1983-084X/15_135
- Bernal, C. e Higinio, L. (2020). Propuesta de mejora en el proceso de empaque y embalaje de banano en la finca aeródromo la fe pretendiendo la entrega óptima del producto. [Trabajo para optar el Título Profesional, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional UCC. <http://hdl.handle.net/20.500.12494/18460>

- Cabrejos, G. y Salas, W. (2019). Modelos de migración del plomo de dos envases celulósicos en contacto con un simulante de alimentos. *Revista de la Sociedad Química del Perú*, 85(4), 452-462.
<https://dx.doi.org/10.37761/rsqp.v85i4.259>
- Chavez, R. L. (2019, 19 de agosto). Teoría de los envases perfectos: de cáscaras, botellas y recicladores urbanos. *Academicxsmt43*.
<https://academicxsmt43.blog/2019/08/19/teoria-de-los-envases-perfectosde-cascaras-botellas-y-recicladores-urbanos-libertad-chavez-rodriguez/>
- Contreras, E. & Salvá, B. (2018). Caracterización Sensorial de hamburguesa de llama con cáscara de sanky. *Revista de Investigaciones Altoandinas*, 20(2), 155-168. <https://dx.doi.org/10.18271/ria.2018.360>
- Correa, A. (2020). Empaquetamiento e incentivos para mejoras en calidad. *Revista De Métodos Cuantitativos Para La Economía Y La Empresa*, 30, 163–195. <https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.3624>
- De Camargo, M., Diniz, J. y Viana, F. (2019). Using Quick Response Code in Food Packaging for Traceability and Marketing Strategies. *Global Journal of Nutrition & Food Science – GJNFS*, 1(3). Doi: 10.33552/GJNFS.2019.01.000515.
- Diez, A. (2018). Envases activos e inteligentes: una visión de futuro. *Naukas ciencia, escepticismo y humor*.
<https://naukas.com/2018/11/15/envasesactivos-e-inteligentes-una-vision-de-futuro/>
- Esteban, N. (2018). Tipos de Investigación. Universidad Santo Domingo de Gúzman. Repositorio Institucional USDG.
<http://repositorio.usdq.edu.pe/handle/USDG/34>

- García, J., González-Portela, G., A. y Prado, J. (2017). "Packaging Logistics" for improving performance in supply chains: the role of meta-standards implementation. *Production*, 26(2), 261-272.
<https://doi.org/10.1590/01036513.184114>
- Gibbert, P., Malavasi, M., Malavasi, U. y Dranski, J. (2019). Conservation of Seeds of *Myrcianthes pungens* (Berg) Legr. In Different Packaging in a Controlled Environment. *Revista Árvore*, 43(2).
<https://doi.org/10.1590/180690882019000200005>
- Gómez, C. (2015). Diseño y técnicas de Packaging [tesis de fin de grado, Universidad de Valladolid]. Repositorio Institucional UVA.
<http://uvadoc.uva.es/handle/10324/14034>
- Gong, S. (2019). Research on the relationship between packaging design and material, structure and printing. *Xi'an University: Paper Asia*, 2(1), 53-56.
- Hernández, R. y Mendoza, Chr. (2018). Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (1° ed.). Mc Graw-Hill Interamericana Editores.
- Imiru, G. A. (2017). The effect of packaging attributes on consumer buying decision behavior in major commercial cities in Ethiopia. *International journal of marketing studies*, 9(6), 43-54.
<http://doi.org/10.5539/ijms.v9n6p43>
- Jimenez, J., Bueno, A., Jimenez, J. y Cedillo, M. (2015). Cubicaje y su Efecto Económico en el Costo Logístico del Transporte y Competitividad Empresarial. *Instituto Mexicano del Transporte*, 440, p. 19.
- Jiménez, M., Jordá, M. y Ortuño, M. (2019). Propuestas para mejorar la sostenibilidad de los envases alimentarios. *Revista de plásticos modernos: Ciencia y tecnología de polímeros*, 117(746). ISSN: 0034-878

- Korpi, J. y Ahonen, P. (2015). Design Guidelines for Pictographic Symbols: Evidence from Symbols Designed by Students. Proceedings of the 1st ICA European Symposium on Cartography.
- Landim, A. et al. (2016). Sustentabilidade quanto às embalagens de alimentos no Brasil. *Polímeros*, 26, 82-92. <https://doi.org/10.1590/0104-1428.1897>
- Lavado, A., Huamán, J. y Paucar, L. (2020). La nanotecnología en el desarrollo de envases para alimentos: Una supertecnología que afronta con éxito los desafíos actuales del envasado y amigable con el medio ambiente, 11(2), 211-217. <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/agroindscience>
- Liceta, A., Cancino, K., Nolazco, D. y Guevara, A. (2018). Efecto del empaque, atmósfera modificada y temperatura de almacenamiento en la conservación de humitas asadas. *Scientia Agropecuaria*, 9(2), 239-246. <https://dx.doi.org/10.17268/sci.agropecu.2018.02.09>
- López, N. y Ordóñez, L. (2018). Efecto del tiempo de almacenamiento y sistema de envase en el color del pimentón verde (*Capsicum annuum*) mínimamente procesado. *TecnoLógicas*, 21(43), 127-134. <https://doi.org/10.22430/22565337.1060>
- Louw, L. y Nel, S. (2019). Analysis of the use of space and module-configured packaging to improve fruit export mass in a refrigerated container. *South African Journal of Industrial Engineering*, 30(1), 94-109. <https://dx.doi.org/10.7166/30-1-1879>
- Macias, N. (2018). Pallet, alternativa sustentable como material constructivo en vivienda [tesis de maestría Benemetría Universidad Autónoma de Puebla]. Repositorio Institucional BUAP. <https://hdl.handle.net/20.500.12371/999>
- Martineli, M. et al. (2019). Packagings for the transportation of persimmon and their effects on sensory characteristics. *Pesquisa Agropecuária Brasileira*, 54(82). <https://dx.doi.org/10.1590/s1678-3921.pab2019.v54.00082>

- Materials Used in Food Packaging. (s.f.). Matmatch. Consultado el 17 de mayo de 2021. <https://matmatch.com/learn/material/materials-used-in-foodpackaging>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2015). Guía de Envases y Embalajes 2ª Edición.
<http://www.mercadobrasileiro.com.pe/RetornarArchivo.ashx?id=71751>
- Noletto, A., Loureiro, S., Ito, D. y Lima, O. (2019). Desempenho logístico de embalagens para molho de tomate: um estudo de caso na cidade de São Paulo, Brasil. Brazilian Journal of Food Technology, 22.
<https://doi.org/10.1590/1981-6723.12118>
- Ochoa, C. y Molina, M. (2018). Estadística. Tipos de variables. Escalas de medida. Evid Pediatr, 14(2), 4-5.
- Opina, J. (2015). Fundamentos de Envases y Embalajes (1ª ed.). Corporación Universidad de la Costa.
https://repositorio.sena.edu.co/bitstream/handle/11404/2526/fundamentos_envases_embalajes.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Orjuela, J., Herrera, M. y Adarme, W. (2017). Warehousing and transportation logistics of mango in Colombia: A system dynamics model. Revista Facultad de Ingeniería, 26(44), 73-86.
<https://doi.org/10.19053/01211129.v26.n44.2017.5773>
- Pignatelli, P. y Tomaseti, E. (2020). Una aproximación empírica al análisis de las percepciones del consumidor sobre el envase. Innovar, 30(75), 19-30.
<https://doi.org/10.15446/innovar.v30n75.83236>
- Postigo, R. (2019). Análisis y Uso de Productos Alternativos a Base de Maíz y Cáscara de Arroz para el Proceso de Envases Biodegradables. Universidad Católica San Pablo.
https://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/16023/1/POSTIGO_MARQUEZ_RAU_MAI.pdf

- Robles, B. (2019). Población y Muestra. Pueblo Continente, 30(1), 245-246.
<http://doi.org/10.22497/PuebloCont.301.30121>
- Rodríguez, A. y Fortiz, J. (2016). Calidad de nopal fresco cortado envasado con películas plásticas durante el almacenamiento a baja temperatura. Revista mexicana de ciencias agrícolas, 7(4), 793-807. Recuperado en 14 de mayo de 2021, de
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S200709342016000400793&lng=es&tlng=es.
- Rojas, J., Castillo, A. y Bucio, V. (2019, septiembre). Introducción a la teoría del envase y embalaje [presentación en diapositivas].
http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/108821/secme-24517_3.pdf?sequence=3
- Saad Ahmed, S. (2015). El impacto del color del empaque del producto en las preferencias de compra de los clientes bajo presión de tiempo. Investigación de marketing y marca, 2 (1), 4-14. doi: 10.33844/mbr.2015.60293
- Sarkar, S. and Aparna, K. (2020). Food Packaging and Storage. Research Trends in Home Science and Extension, 3, 27-51. DOI: 10.22271/ed.book.959
- Seo, S., Ahn, H., Jeong, J. y Moon, J. (2016). Consumers' Attitude toward Sustainable Food Products: Ingredients vs. Packaging. Sustainability, 8(10).
<https://doi.org/10.3390/su8101073>
- Siracusa, D. (2012). Food Packaging Permeability Behaviour: A Report. International Journal of Polymer Science, 6(95125), 1- 11.
- Subramanian, R. (2017). Impact of Packaging in Self Service Marketing. International Journal of Scientific Progress and Research, 93(1), 60-66.

Suleman, A. (2016, 24 de febrero). The Science of Typography in Packaging to Grab Customer Attention. Zillion Designs. <https://www.zilliondesigns.com/blog/science-of-typography-in-packaging/>

Trujillo, S., Castilla, L., Paredes, J. & Bernabe, A. (2018). Relación entre el contenido nutricional y el número de técnicas promocionales presentes en los envases de alimentos industrializados dirigidos a niños en mercados y supermercados de Lima, Perú. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*, 22(3), 227-234. <https://dx.doi.org/10.14306/renhyd.22.3.472>

Vesga, C. y Villafane, A. (2017). 10 Cosas que se deben considerar sobre el Packaging. *Revista Oblicua*, 1(11), 7-17.

Wang, Z., Stone, R., Mumani, A. and Schnieders, T. (2018). How Packaging Characteristics Change the Perception of Product Net Weight. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting*, 62(1), 983986. DOI: 10.1177/1541931218621227.

Zucoloto, M., Antonioli, L., Siquiera, D. and Czermainski, A. (2017). Extended Cold Storage of Winter Pears by Modified Atmosphere Packaging. *Revista Brasileira de Fruticultura*, 39(1). <https://doi.org/10.1590/0100-29452017936>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Dimensiones
¿Cómo influye los Envases y Embalajes en el Comercio Internacional del fruto Sanky en las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020?	Determinar cómo influye los Envases y Embalajes en el Comercio Internacional del fruto Sanky en las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020	Los Envases y Embalajes influye positivamente en el Comercio Internacional del fruto Sanky en las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020	Envase	Conservación
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Especificas		Material Adecuado
¿Cómo influye los envases y embalajes en la estiba del fruto Sanky en las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020?	Determinar cómo influye los envases y embalajes en la estiba del fruto Sanky en las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020	Los envases influyen en la estiba del fruto Sanky en las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020		Diseño
¿Cómo influye los envases	Determinar cómo	Los envases influyen en la		Comunicación

y embalajes en la reducción de merma del fruto Sanky de las Provincias de Ayacucho y Huancavelica 2020?	influyen los envases y embalajes en la reducción de merma del fruto Sanky de las Provincias de Ayacucho y Huancavelica 2020	reducción de merma del fruto Sanky en las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020	Embalaje	Estiba
¿Cómo influyen los envases y embalajes en la cadena frío del fruto Sanky de las Provincias de Ayacucho y Huancavelica 2020?	Determinar cómo influye los envases y embalajes en la cadena de frío del fruto Sanky de las Provincias de Ayacucho y Huancavelica 2020	Los envases influyen en la cadena de frío del fruto Sanky de las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020		Identificación
¿Cómo influyen los envases y embalajes en el almacenaje del fruto Sanky de las Provincias de Ayacucho y Huancavelica 2020?	Determinar cómo influye los envases y embalajes en el almacenaje del fruto Sanky de las Provincias de Ayacucho y Huancavelica 2020	Los envases influyen en el almacenaje del fruto Sanky de las Provincias de Ayacucho y Huancavelica al 2020		Almacenaje
				Logística

Anexo 2: Matriz de operacionalización de variable independiente

Variable de Estudio	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Envase	Según Gong, S. (2019), nos menciona que la función del envase es la conservación de los productos en circulación, facilitar el almacenamiento y transporte. Con ello, promover las ventas con el material adecuado que se debe elegir para cada empaque de la mano de un diseño innovador y la comunicación de los beneficios del producto, de acuerdo con ciertos métodos técnicos.	El envase, es el material que se tiene contacto directo con el producto, el cual se encarga de proteger, mantener y preservar, está dividido en cuatro dimensiones que son el material adecuado, diseño y la comunicación, cada uno cuenta con dos indicadores el cual será medido mediante una encuesta, utilizando el instrumento de cuestionario electrónico.	Conservación	Proteger	Ordinal
				Permeabilidad	
			Material Adecuado	Materiales Tradicionales	
				Materiales Biodegradables	
			Diseño	Originalidad	
				Tipografía	
			Comunicación	Características	
				Información	

Anexo 3: Matriz de operacionalización de variable dependiente

Variable de Estudio	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Embalaje	Según Gómez, C. (2015), indica que el embalaje sirve para unificar los productos mediante la estiba en los diferentes tipos de pallets con su debida identificación se podrá manipular fácilmente la carga luego realizar el almacenaje y transportarlos desde el punto de venta hasta el comprador por el proceso de la logística y este llegue al consumidor final.	El embalaje también conocido como empaque terciario, el cual se encarga de facilitar el traslado del producto de un desde el vendedor al comprador y este cuenta con cuatro dimensiones que son la estiba, identificación, almacenaje y logística, cada dimensión cuenta con dos indicadores de medición, estas serán medidas mediante una encuesta electrónica, utilizando el instrumento de cuestionario.	Estiba	Pallet	Ordinal
				Tipo de Pallet	
			Identificación	Pictografía	
				Codificación	
			Almacenaje	Atmósfera	
				Apilamiento	
			Logística	Cubicaje	
				Unitarización	

Permeabilidad						
2	Se debe considerar la permeabilidad o que no ingresen agentes externos al producto	1	2	3	4	5
MATERIAL ADECUADO						
Materiales Tradicionales						
3	Se siente satisfecho al comprar empaques con materiales tradicionales	1	2	3	4	5
Materiales Biodegradables						
4	Se siente satisfecho al comprar empaques con materiales biodegradables	1	2	3	4	5
DISEÑO						
Originalidad						
5	La originalidad de la envoltura toma un punto fundamental para la compra del producto	1	2	3	4	5

Tipografía						
6	La tipografía usada en una envoltura de un producto le atrae para comprarlo	1	2	3	4	5
COMUNICACIÓN						
Características						
7	Las características de un envase define su compra	1	2	3	4	5
Información						
8	La información que contiene la envoltura o empaque debe ser clara en los productos que compra	1	2	3	4	5
ESTIBA						
Pallet						
9	Los envases que se encuentren en un pallet se ven más ordenados	1	2	3	4	5
Tipos de Pallet						

10	Considera el tipo de pallet utilizado que se encuentren los productos	1	2	3	4	5
IDENTIFICACIÓN						
Pictografía						
11	La pictografía menciona como se debe manipular los productos con imágenes, le es de su interés se encuentre en los envases y embalajes	1	2	3	4	5
Codificación						
12	Debe tener su codificación correspondiente los productos para identificarlos	1	2	3	4	5
ALMACENAJE						
Atmósfera						
13	Considera que la atmósfera o medio ambiente que están expuestos los envases y embalajes afecta al producto	1	2	3	4	5
CONTROL DE PRODUCCIÓN						

14	El control de producción reduce fallas en cada envase y embalaje	1	2	3	4	5
LOGÍSTICA						
Cubicaje						
15	El cubicaje o acomodar las mercancías de manera correcta afecta al producto	1	2	3	4	5
Unitarización						
16	La unitarización de la carga considera que facilita el movimiento de los productos	1	2	3	4	5