



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**EXPORTACIÓN DEL DURAZNO (HUAYCO ROJO) AL  
MERCADO ECUATORIANO Y LA RENTABILIDAD DE  
LOS PRODUCTORES DE MUZGA, HUACHO - 2017.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTORA:**

**LESLY IRENE ESTELA VASQUEZ**

**ASESORA:**

**DRA. MARY HELLEN MARIELA MICHCA MAGUIÑA**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL**

**LIMA-PERÚ**

**2018**

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) ESTELA VASQUEZ LESLY IRENE, cuyo título es: EXPORTACIÓN DEL DURAZNO (HUAYCO ROJO) AL MERCADO ECUATORIANO Y LA RENTABILIDAD DE LOS PRODUCTORES DE MUZGA, HUACHO - 2017.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 13 (número) Trece (letras).

Lima, 10 de Diciembre de 2018



.....  
COSIO BORDA, RICARDO  
PRESIDENTE



.....  
MICHCA MAGUINA, MARY  
SECRETARIO



.....  
BERTA HINOSTROZA, MIKE PAUL  
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

## **Dedicatoria**

A mí, por el esfuerzo, perseverancia, tristezas y alegrías a través de estos cinco años.

A mis padres Antero y Yolanda, por su apoyo, consejos y amor incondicional.

A mis hermanas Iris y July, por su cariño, consejos y por ser mi ejemplo a seguir.

A Jasmin, Valentina, Kiara, y Adriano por ser mi motivación para seguir esforzándome y ser un ejemplo para ellos. Es una dicha tenerlos en mi vida.

### **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por darme vida y salud, y por permitirme conocer personas muy valiosas a lo largo de estos cinco años. A mis padres, hermanas, mis sobrinas y sobrino por su amor y apoyo. Agradecer a mis docentes por compartirme sus enseñanzas y experiencias; y un especial agradecimiento a todas aquellas personas que han venido depositando su confianza en mí. Gracias a todos ustedes he podido alcanzar mis objetivos.

### **DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD**

Yo Lesly Irene Estela Vasquez con DNI N° 74610410 a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Desarrollo del Proyecto de Tesis, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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

Lima, 04 de Diciembre del 2018



---

ESTELA VASQUEZ LESLY IRENE

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento al reglamento de grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes esta tesis titulada “**EXPORTACIÓN DEL DURAZNO (HUAYCO ROJO) AL MERCADO ECUATORIANO Y LA RENTABILIDAD DE LOS PRODUCTORES DE MUZGA, HUACHO - 2017**”, con la finalidad de determinar cuál es la relación entre la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga y la exportación del durazno (huayco rojo) al mercado ecuatoriano, durante el 2017; la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de licenciada en negocios internacionales.

Espero cumplir con los requisitos de aprobación.

---

ESTELA VASQUEZ LESLY IRENE

## ÍNDICE

Hoja de Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de Autenticidad	v
Presentación	vi
ÍNDICE	vii
LISTA DE TABLAS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
I.INTRODUCCIÓN	12
1.1.Realidad problemática	12
1.2.Trabajos previos	15
1.3.Teorías relacionadas al tema	17
1.4.Formulación del problema	21
1.5.Justificación	22
1.6.Objetivos	23
1.7.Hipótesis	23
II.MÉTODO	24
III.RESULTADOS	30
3.1.Estadística descriptiva	30
3.2.Estadística inferencial	38
3.2.1.Contrastación de hipótesis	38
IV.DISCUSIONES	43
V.CONCLUSIONES	47
VI.RECOMENDACIONES	48

VII.REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	49
ANEXOS	53
Anexo 01: Matriz de consistencia	54
Anexo 02: Instrumentos de recolección de datos	56
Anexo 03: Validación de instrumentos	60



## LISTA DE TABLAS

Tabla 01: Operacionalización de variables	26
Tabla 02: Población por predios	27
Tabla 03: Validez de instrumento	28
Tabla 04: Niveles de Confiabilidad	28
Tabla 05: Alfa de Cronbach	29
Tabla 06: Variable Exportación	30
Tabla 07: Dimensión 1: Marketing internacional	31
Tabla 08: Dimensión 2: Derecho internacional	32
Tabla 09: Dimensión 3: Logística de exportación	33
Tabla 10: Variable Rentabilidad	34
Tabla 11: Dimensión 1: Ventas	35
Tabla 12: Dimensión 2: Activos	36
Tabla 13: Dimensión 3: Inversión de los accionistas	37
Tabla 14: Grado de Correlación	38
Tabla 15: Correlación exportación y rentabilidad	39
Tabla 16: Correlación marketing internacional y rentabilidad	40
Tabla 17: Correlación derecho internacional y rentabilidad	41
Tabla 18: Correlación logística de exportación y rentabilidad	42

## **RESUMEN**

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar si existe relación entre la exportación del durazno (Huayco rojo) al mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de Muzga, Huacho – 2017. El tipo de investigación fue aplicada, nivel de investigación correlacional y diseño de investigación no experimental. Se utilizó como población de Huaura y el tamaño de muestra a calcular fue 20. La validez del instrumento se obtuvo mediante juicio de expertos y la confiabilidad con el coeficiente alfa de Cronbach.

La relación de datos se obtuvo través de 2 cuestionarios con 40 ítems con escala de 5 categorías. El análisis de datos se realizó utilizando el programa estadístico SPSS versión 24.0, obteniéndose como conclusión que existe una correlación positiva muy fuerte entre la exportación del durazno (Huayco rojo) al mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de Muzga, Huacho – 2017. Por la que se deduce que la exportación de nuestro producto resulta rentable para sus productores ya que cumple con ciertos requisitos fitosanitarios, sanitarios y certificación; además de un crecimiento de su demanda debido a la obtención de la certificación GlobalGAP.

**Palabras claves: Exportación - Rentabilidad - Activos**

## **ABSTRACT**

The main objective of the present investigation was the existence of the relationship between the durability (Huayco rojo) and the Ecuadorian market and the profitability of the producers of Muzga, Huacho - 2017. The type of research was applied, correlational research level and research design. Not experimental. The instrument information was obtained through expert judgment and reliability with the Cronbach alpha coefficient.

The data relationship was obtained through 2 questions with 40 articles with climbing of 5 categories. The analysis of the data is based on the statistical program SPSS version 24.0, which is obtained as a conclusion that there is a very strong positive correlation between the company of the peach (Huayco rojo) in the Ecuadorian market and the profitability of the producers of Muzga, Huacho - 2017. For what is deduced What can be obtained? In addition to an increase in demand, due to obtaining GlobalGAP certification.

**Keywords: Export - Profitability - Assets.**

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Realidad problemática**

El durazno tiene su origen en la antigua China, considerado un símbolo de inmortalidad. El origen de su comercialización empezó por los persas, gracias a sus rutas comerciales de las montañas, es de ahí que proviene su nombre científico *Prunus pérsica* L.

Las exportaciones de duraznos durante los meses de Enero a Junio del 2017 ascendieron a US\$ 2.765.000, siendo más solicitado los duraznos en conservas por los Estados Unidos con un 60% y Ecuador con un 39%, según ADEX (2017).

Para los meses de enero y abril las agro exportaciones alcanzaron un crecimiento de 5% a comparación del año anterior, siendo Corea del Sur (+114%), China (+56%) y Rusia (+53%) los países que aumentaron sus adquisiciones de dichos productos peruanos.

Estos datos resultan favorables para los productores peruanos, ya que un crecimiento en las exportaciones significa un aumento en la demanda del durazno peruano. No obstante, debe tomarse en cuenta que el durazno en conserva es el más solicitado, lo que significa que los productores de la Comunidad Campesina de Muzga no pueden cubrir esas necesidades ya que aún no cuentan con una planta procesadora para dicha manufactura, venden sus duraznos como materia prima para que otras empresas peruanas lo procesen, por ende sus oportunidades de crecimiento en el mercado internacional son bajas y el crecimiento de sus utilidades serán mínimas debido a que no lo realizan directamente.

A lo mencionado en el párrafo anterior, el especialista en frutales William Daga Avalos menciona que se está abasteciendo el mercado de durazno de mesa y lo sobrante se destina a la industria, siendo para esta última un proceso agronómico diferente. Deduciéndose así que no solo falta cubrir dicho mercado sino también se está ofreciendo un durazno con la calidad y las características agronómicas diferentes para ser destinado a la industria.

Entonces se define exportación, para Lerma y Márquez (2010, p. 8), como la “[...] exportación, asignatura compleja compuesta sobre todo por tres tipos de elementos: marketing internacional, derecho internacional aplicado a las transacciones comerciales y logística de exportación”.

Existen variedad de duraznos pertenecientes a la familia Prunus Persica L., el durazno de la variedad huayco rojo o conocido como melocotón es una fruta que se ha impuesto principalmente en el mercado ecuatoriano. Los usos de esta fruta lo han convertido en un producto muy demandado por el rubro pastelero y en la industria de bares fomentando su demanda exportadora, el crecimiento económico y la rentabilidad de la Comunidad Campesina de Muzga.

Sierra y Selva Exportadora define al durazno como “El melocotón es un frutal originario de China, perteneciente a la familia de las Rosáceas. Este frutal conocido también como durazno presenta frutos carnosos (drupas) cuya piel está cubierta por una ligera pilosidad, de pulpa muy jugosa de color por lo común amarillo intenso o blanca la cual envuelve a la semilla dentro de un carozo o hueso.”

También resalta que existe otras variedades de durazno como el huayco tradicional, blanquillo, oro azteca y california.

El durazno cuenta con la partida arancelaria 0809300000 – duraznos (melocotones), incluidos griñones y nectarinas, frescos. (SIICEX, 2017)

En las exportaciones del durazno SIICEX indica que los tres países que exportan dicha fruta son España (790.86 millones US\$), Estados Unidos (159.28 millones US\$) y Grecia (86.16 millones US\$). También nos dice que el principal mercado es Ecuador con una variación de 198% entre el 2016 al 2017, seguido de Suiza y España.

En lo que se refiere a nivel nacional, los duraznos de Muzga son comercializados en el mercado mayorista de Lima y en Huacho, siendo el 80% de la producción exportado a Ecuador, lo que nos permite inferir que la evolución de nuestra exportación a un corto plazo resultará positiva, permitiendo el aumento de la producción debido a la gran demanda, y una posible mejora de la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, definiéndose rentabilidad como:

“El índice de rentabilidad es uno entre varios métodos que existen para medir las utilidades de las empresas; este índice se analizará respecto a las ventas, a los activos y a la inversión de los accionistas” (Robles, 2012, p. 36).

Sierra y Selva Exportadora nos indica que los principales productores son las regiones de Ancash y Lima. A la vez informa sobre los beneficios para la salud:

Su contenido de fibra le confiere propiedades laxantes. La fibra proviene o mejora el estreñimiento, contribuye a reducir las tasas de colesterol en la sangre y ayuda al control de la glucemia (niveles de azúcar en la sangre) en las personas que tienen diabetes. Ejerce un efecto saciante, lo cual beneficia a las personas que llevan una dieta orientada a perder peso.

La estacionalidad de dicha fruta, es limitada en los meses de Enero, Febrero y de Junio hasta Agosto, siendo los meses restantes su disponibilidad permanente.

El 2015 se obtiene la certificación internacional de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) o también conocido como Global GAP, lo que les permite ofrecer un producto certificado y de calidad, incrementándose con ello la producción de 9 a 16 toneladas por hectáreas de un año a otro. No obstante, la Comunidad Campesina de Muzga se divide en 3 sectores, siendo el sector de Huancatama el que obtuvo dicha certificación. De lo que se infiere que los otros dos sectores están en desventaja y la exportación de sus duraznos resulta ser mínima debido a que esas zonas no cuentan con la certificación, dificultándoles no solo el ingreso al mercado ecuatoriano sino la posibilidad de exportar a nuevos destinos. Tal es el caso de Italia, ya que según PromPeru para el 2017 dicho país se ha convertido en un mercado potencial para exportar pero que exige varios requerimientos de calidad como la Norma ISO 22000, el sello FairTrade y la certificación Rainforest Alliance.

Para un mejor beneficio de las exportaciones y la generación de la rentabilidad de los productores, se debe potenciar el desarrollo de un buen marketing internacional, de su proceso logístico y un mayor aprovechamiento en lo que respecta a los convenios y tratados internacionales.

Respecto a lo mencionado anteriormente surge la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es la relación que existe entre la exportación del durazno (huayco rojo) al mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017?

## **1.2. Trabajos previos**

### **Nacionales**

Ríos (2014) en su investigación realizada “Gestión de procesos y rentabilidad en las empresas de Courier en Lima Metropolitana”, para optar por el título profesional de contador público, partió del problema: ¿De qué manera la gestión de procesos influye en la rentabilidad en las empresas de Courier en Lima Metropolitana? Y su objetivo: Determinar la influencia de la gestión de procesos en la rentabilidad en las empresas de Courier en Lima Metropolitana, 2012-2013. Con la metodología: Siendo una investigación de tipo descriptiva, explicativa y aplicada. Obteniendo el resultado: La gestión de calidad adquirida por las organizaciones en sus procesos para las mejoras continuas en sus procesos diarios y para la satisfacción de sus clientes influye de manera positiva en la cadena de valor de las Courier de Lima Metropolitana.

Cabanillas y Sánchez (2016) en su investigación realizada “Impacto de la cadena productiva de exportación en la rentabilidad de la asociación andina de cultivos y crianzas San Pablo, como productor de Aguaymanto en el periodo 2016 – 2018”, para optar por el título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales, partió del problema: ¿Cuál es el impacto de la cadena productiva de exportación en la rentabilidad de la Asociación Andina de Cultivos y Crianzas San Pablo, como productor de Aguaymanto en el periodo 2016 - 2018? Y el objetivo: Determinar el impacto de la cadena productiva de exportación en la rentabilidad de la Asociación Andina de Cultivos y crianzas San Pablo, como productor de Aguaymanto en el periodo 2016 – 2018. Con la metodología: Siendo una investigación Aplicada – Descriptiva, y con un diseño de investigación Comparativa – No experimental. Obteniendo el resultado: A partir del mes de setiembre del 2016 empezaría todos los costos de producción y a partir de junio del 2017 se comienza a percibir ingresos debido a una producción en toneladas. La implementación de la cadena productiva, producirá ganancias de S/. 10 269 022 con un TIR del 16%.

Chunqui y Silva (2016) en su investigación realizada “La certificación como garantía en el proceso de producción de Aguaymanto fresco de una empresa cajamarquina con vías de exportación al país de Alemania”, para optar por el título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales, partió del problema: ¿La

certificación del Aguaymanto fresco incrementa la rentabilidad de la empresa cajamarquina con vías de exportación al mercado alemán? Y el objetivo: Determinar si la certificación del Aguaymanto fresco incrementa la rentabilidad de la empresa cajamarquina con vías de exportación al mercado alemán. Con la metodología: Descriptiva, no se generó muestra o población ya que se basa en información secundaria y en datos reales, aplicando el análisis al cálculo de la rentabilidad del proyecto mediante el VAN y el TIR. Obteniendo el resultado: La exportación del Aguaymanto orgánico al país de Alemania, implementando la certificación orgánica a la cadena productiva de exportación, dando una ganancia de S/. 5 487 243 soles por encima de la oferta y obteniendo un TIR del 28% y sin certificación un VAN de S/. 3 099 309 soles y un TIR del 18%.

### **Internacionales**

Pilapaña (2013) en su investigación realizada “Rentabilidad de aguacate, durazno, mora y tomate de árbol en Carchi, Imbabura y Tungurahua”, para optar por el título de ingeniera agrónoma, y con el objetivo: Determinar la rentabilidad de la producción de aguacate, durazno, mora y tomate de árbol, que utilicen las tecnologías INIAP, en las provincias de Carchi, Imbabura y Tungurahua. Obteniendo el resultado: La rentabilidad de la producción del durazno variedad diamante, se estima con un VAN de 176 433.12 USD, un TIR de 73.91% y una relación Beneficio – Costo de 2.83, lo que permite inferir que la plantación de dicha variedad de durazno es rentable, ya que los resultados fueron positivos y obteniéndose 1.83 USD de ganancia por cada dólar invertido.

Ruiz, López y Pérez (2013) en su investigación realizada “Proceso de Certificación de calidad y Exportación del café en Exportadora ATLANTIC S.A. Periodo 2012-2013”, y con el objetivo: Analizar el proceso de certificación de calidad y exportación del café de Exportadora ATLANTIC, S.A para el diseño de una estrategia que mejore las relaciones de la empresa con los productores de forma que se asegure la calidad del café exportable. Con la metodología: De enfoque cualitativo y de nivel aplicativo. Obteniendo el resultado: para que el café ingrese a un mercado diferenciado debe contar con una certificación regida a normas estrictas de producción. Entre las estrategias que se diseñaron es el promover la producción sostenible, el ingreso a



nuevos mercados con una imagen diferenciada, financiar la certificación de las fincas de café y que puedan ingresar a la cadena de exportación de café.

Bustos (2015) en su investigación realizada “Exportación de duraznos deshidratados a Alemania”, para optar por el título de licenciatura en Comercio Internacional, partió del problema: ¿Cómo puede la empresa Fiocchetta e Hijos SRL exportar duraznos deshidratados a Alemania y generar una rentabilidad superior a la que se obtiene por la venta de estos productos en el mercado interno? Y el objetivo: Evaluar la viabilidad técnica y económica para exportar duraznos deshidratados al mercado de destino desde una compañía argentina. Con la metodología: Elaborada bajo la técnica de recolección de datos, resaltan la evaluación de la viabilidad técnica y económica para exportar duraznos deshidratados al mercado de destino, identificando las reglamentaciones y la documentación legal requeridas para la exportación y comercialización. Obteniendo el resultado: La empresa ha logrado ser reconocida y aceptada, ha incorporado nuevas tecnologías y recursos humanos. A la vez, gracias a las proyecciones de sus ventas y su análisis de flujo de fondos, resulta rentable el proyecto con un TIR muy conveniente. Determinando un VAN (12%) igual a \$168.301,76 y una TIR igual al 23.43%, lo cual fundamenta la viabilidad del proyecto.

### **1.3. Teorías relacionadas al tema**

#### **Variable 1: Exportación**

##### **A. Definición**

La exportación es el envío de bienes o servicios de un país a otro con fines comerciales, en ese sentido, para Lerma y Márquez (2010, p. 8), la “[...] exportación, asignatura compleja compuesta sobre todo por tres tipos de elementos: marketing internacional, derecho internacional aplicado a las transacciones comerciales y logística de exportación”.

Se infiere al respecto, que la exportación es una actividad perteneciente al comercio internacional, destinada a la comercialización de todo producto o servicio. Esta consiste en que el producto seguirá un proceso a través de estrategias de marketing, una vez logrado dependerá de un contrato y seguro internacional que permitirá el transporte de la mercancía.

De igual manera, Minervini sostiene al respecto:

La exportación no es sencillamente una meta de facturación: es una aliada importante en la estrategia de la empresa para tornarse más competitiva. La mayor ventaja de la exportación es que permite confrontar la realidad de la empresa con otras realidades, competidores y exigencias: es una forma de elevar el nivel de conocimientos. Es la mejor escuela de la competitividad. [...] La exportación exige un gran compromiso con algunos conceptos como calidad, creatividad, innovación y profesionalidad, a la vez que, con frecuencia, el tamaño de la empresa es un elemento coadyuvante en esta historia. (2015, p. 7).

Por lo tanto, se sintetiza que la exportación permitirá a toda aquella empresa que decida empezar a exportar volverse más competitiva, comparando su realidad con otras empresas dedicadas a la misma actividad. Tomando en cuenta con más énfasis la calidad, creatividad, innovación y profesionalidad.

Asimismo, Mercado afirma al respecto:

La exportación es una venta que se realiza más allá de las fronteras arancelarias en las que está situada la empresa. [...] Ante una exportación determinada el empresario debe tener en cuenta todos los factores que utilizaría para vender en su propio mercado, naturalmente, algunos más; los incentivos de la Administración Nacional que le favorecen, las barreras que va encontrar en la Administración del país al que dirige las ventas, y también tendrá en cuenta que las técnicas propias de la venta-diseño, embalaje, transporte, contratación, etc. [...]. (2000, p. 27 y 29).

Se infiere que el empresario deberá atravesar ciertos procesos durante la exportación de su producto, como barreras en el país destino y ciertos regímenes a seguir ya sea en la presentación del producto o durante el traslado del mismo.

## **B. Dimensiones**

La sistematización de la variable permite deducir las siguientes dimensiones: Marketing internacional, derecho internacional y logística de exportación.

El marketing internacional, Lerma y Márquez (2010, p.8), afirman que “Aplicado al comercio exterior, se analizan los elementos que conforman la mezcla del marketing: producto, mercado, precio y promoción.”

El derecho internacional, Lerma y Márquez afirman al respecto:

Se relaciona con la determinación de los derechos y las obligaciones de cada una de las partes que actúan en el comercio exterior, principalmente en lo que se refiere a convenios y tratados comerciales internacionales y a la contratación entre compradores y vendedores internacionales. (2010, p.8).

La logística de exportación, Lerma y Márquez (2010, p.8), sostienen que “La logística de exportación abarca en esencia cuatro aspectos: el transporte para la exportación, los seguros al comercio exterior, la tramitación aduanal tanto en el país de origen como en el de destino y las formas internacionales de pago.”

Inferimos que el marketing, el derecho y la logística empleados en el exterior, seguirán ciertos indicadores, permitiendo que los productos a exportar sigan ciertos procesos óptimos para lograr su calidad.

### **C. Indicadores**

La dimensión marketing internacional se desagrega en cuatro indicadores: producto, mercado, precio y promoción.

El derecho internacional se desagrega en dos indicadores: tratados internacionales y contratación internacional.

La logística de exportación se desagrega en cuatro indicadores: transporte para la exportación, seguros al comercio exterior, tramitación aduanal y formas internacionales de pago.

Se infiere de esta teoría que la renta generada en el mercado exterior influirá en gran medida en el mercado interno de la región. Si el proceso de exportación y las ventas resultan positivas en un mercado esto permitirá el crecimiento del mercado de origen.

## **Variable 2: Rentabilidad**

### **A. Definición**

La rentabilidad es la generación de ganancias a partir de una inversión, en este sentido, es definido como:

“El índice de rentabilidad es uno entre varios métodos que existen para medir las utilidades de las empresas; este índice se analizará respecto a las ventas, a los activos y a la inversión de los accionistas” (Robles, 2012, p. 36).

De la definición anterior, se deduce que la rentabilidad es el índice de utilidades generadas por lo percibido por la empresa y por el capital invertido.

La información sobre la gestión de una empresa y los puntos débiles de la misma, es generada por los ratios financieros dentro de los cuales está incorporado el ratio de rentabilidad, en este sentido, es definido como:

“Indica la capacidad de la gerencia para generar utilidades y controlar los gastos y determinar una utilidad óptima, sobre los recursos invertidos por los socios o accionistas en una empresa” (Flores, 2013, p. 112).

Por lo tanto, el autor anterior nos dice que la rentabilidad hace uso de ratios lo que permite medir las utilidades generadas en base a los recursos invertidos.

El desarrollo de un proyecto, en el cual los beneficios a cambio de lo invertido son factores para su rentabilidad, en este sentido, Sapag sostiene al respecto:

La rentabilidad de un proyecto se puede medir de muchas formas distintas: en unidades monetarias, en porcentaje o en el tiempo que demora la recuperación de la inversión, entre otras. Todas ellas se basan en el concepto del valor tiempo del dinero, que considera que siempre existe un costo asociado a los recursos que se utilizan en el proyecto, ya sea de oportunidad, si hay otras posibilidades de uso del dinero, ya sea financiero, si se debe recurrir a un préstamo. (2011, p. 288).

Por lo tanto, se sintetiza que una inversión realizada en la elaboración de un proyecto es medida por la rentabilidad, tomando en cuenta que esta se verá influenciada según el capital invertido, el riesgo financiero de la empresa y el incremento de las ventas debido a la calidad de sus productos.

## **B. Dimensiones**

La sistematización de la variable permite deducir las siguientes dimensiones: Ventas, Activos e Inversión de los accionistas.

Las ventas, Naranjo sostiene al respecto:

La venta es una de las actividades más pretendidas por empresas, organizaciones o personas que ofrecen algo (productos, servicios u otros) en su mercado meta, debido a que su éxito depende directamente de la cantidad de veces que realicen esta actividad, de lo bien que lo hagan y de cuan rentable les resulte hacerlo. (2011, p.113).

Los activos son definidos por Fierro A. y Fiero F. como:

Los activos son los que tienen la capacidad de generar bienes o servicios capaces de satisfacer deseos o necesidades de los clientes, quienes están dispuestos a pagar por ellos, por lo tanto contribuyen con la generación de los flujos de efectivo, los cuales tienen la posibilidad de obtener, mediante su utilización de otros recursos. (2015, párr. 3).

La inversión de los accionistas es definida como:

“[...] el análisis financiero es patrimonial, se enfoca desde el punto de vista del accionista, quien ha otorgado recursos a la empresa y espera obtener un rendimiento de ellos” (Gonzales, 2016, párr. 2).

De los autores anteriores, inferimos que para lograr la rentabilidad de una empresa o proyecto dependerá de cómo se lleve a cabo sus estrategias de ventas. Sus activos permitirán satisfacer necesidades y obtener flujos de efectivo; y la inversión es el financiamiento para una empresa o proyecto.

### **C. Indicadores**

La dimensión ventas se ha desagregado en un indicador: margen de utilidad neta, definida como “es la ganancia real obtenida por cada peso vendido” (Robles, 2012, p.36).

Los activos se ha desagregado en un indicador: rendimiento de los activos, definido como “representan la utilidad real generada por cada uno de los activos que tiene la empresa” (Robles, 2012, p.37).

La inversión de los accionistas se ha desagregado en rendimiento sobre el capital, definido como “esta razón indica la utilidad generada por el capital invertido en el periodo” (Robles, 2012, p.37).

## **1.4. Formulación del problema**

### **Problema General**

¿Cuál es la relación que existe entre la exportación del durazno (huayco rojo) al mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017?

### **Problema Específico**

1. ¿Cuál es la relación que existe entre el marketing internacional del durazno (huayco rojo) en el mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017?
2. ¿Cuál es la relación que existe entre el derecho internacional del durazno (huayco rojo) en el mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017?
3. ¿Cuál es la relación que existe entre la logística de exportación del durazno (huayco rojo) en el mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017?

## **1.5. Justificación**

### **Justificación Metodológica**

El proyecto de investigación está basado principalmente en los resultados obtenidos de las variables estudiadas, exportación y rentabilidad del producto anteriormente mencionado, durazno de la variedad huayco rojo, estos resultados permitirá entender a más profundidad la situación existente en el mercado respecto a la productividad de este producto en margen a las variables mencionadas.

### **Justificación Práctica**

Mediante este proyecto busco dar a conocer las ventajas de exportar, no obstante, tomando en cuenta el marketing internacional, el derecho internacional y la logística de exportación, a la cual está sometido el producto de estudio al ingresar al mercado ecuatoriano. Permitiendo que los productores de durazno aumenten la demanda de sus productos y obtengan una rentabilidad óptima mejorando sus utilidades.

A la vez, esta investigación está dirigida a los productores y/o exportadores que no solo cultiven duraznos sino también otros productos de potencial exportable y para aquellos que aún no han iniciado un proceso de exportación, siendo este proyecto una

guía que les permita conocer la relación que existe entre la exportación y la rentabilidad que esta les generará.

### **Justificación Teórica**

El presente proyecto, tiene como fin revelar resultados verídicos para que a un cierto periodo de tiempo, esta sea una fuente fiable para las diversas investigaciones que se realizaran del mismo tema estudiado.

## **1.6. Objetivos**

### **Objetivo General**

Determinar cuál es la relación que existe entre la exportación del durazno (huayco rojo) al mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017.

### **Objetivos Específicos:**

1. Determinar la relación que existe entre el marketing internacional del durazno (huayco rojo) en el mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017.
2. Determinar la relación que existe entre el derecho internacional del durazno (huayco rojo) en el mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017.
3. Determinar la relación que existe entre la logística de exportación del durazno (huayco rojo) en el mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017.

## **1.7. Hipótesis**

### **Hipótesis general**

Existe relación significativa entre la exportación del durazno (huayco rojo) al mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017.

### **Hipótesis específica**

1. Existe relación significativa entre el marketing internacional del durazno (huayco rojo) en el mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017.
2. Existe relación significativa entre el derecho internacional del durazno (huayco rojo) en el mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017.
3. Existe relación significativa entre la logística de exportación del durazno (huayco rojo) en el mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017.

## **II. MÉTODO**

### **2.1. Diseño de Investigación**

El enfoque de la investigación es Cuantitativo porque de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 4) “Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer patrones de comportamiento y probar teorías”.

Asimismo, de acuerdo con Behar (2008, p.20) el tipo de investigación será aplicada porque su propósito es generar nuevas formas de aplicar la exportación y la rentabilidad que esta genera, se busca la aplicación de los mismos sobre los productores implicados en el proceso de investigación. Así poder resolver aspectos de la problemática planteada.

El nivel del estudio será correlacional, porque de acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 93) afirman que “Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. [...] Tales correlaciones se sustentan en hipótesis sometidas a prueba”.

El estudio tendrá un diseño no experimental, para Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 152) afirman que “[...] las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir en ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos”. Será de tipo transversal



correlacional – causal porque es la relación entre dos o más variables en un momento dado.

El método de investigación es hipotético – deductivo, según Cegarra (2012, p.82) afirma que “Es el camino lógico para buscar la solución a los problemas que nos planteamos”.

## **2.2. Variables, Operacionalización**

A continuación, la medición de la exportación y la rentabilidad al mercado ecuatoriano se muestra en la tabla N° 1:

**Tabla 01. Operacionalización de Variables**

VARIABLES	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos
<b>Exportación</b>	La exportación es el intercambio de bienes y servicios de un país a otro, en ese sentido, Lerma y Márquez (2010) afirman que “Esta obra se enfoca esencialmente en la exportación, asignatura compleja compuesta sobre todo por tres tipos de elementos: marketing internacional, derecho internacional aplicado a las transacciones comerciales y logística de exportación” (p.8).	La variable exportación se operativiza en las siguientes dimensiones: Marketing internacional, derecho internacional y logística de exportación. Aplicándose un cuestionario de 20 ítems a los productores usando la escala Likert. Tomando información de entidades como: ADEX, SIICEX, MINCETUR, AGRODATAPERU y boletines informativos.	Marketing internacional	Producto	1-2	(5) Siempre (4) Casi siempre (3) A veces (2) Casi nunca (1) Nunca	Bajo Medio Alto
				Mercado	3-4		
				Precio	5-6		
				Promoción	7-8		
			Derecho internacional	Tratados internacionales	9-10		
				Contratación internacional	11-12		
			Logística de exportación	Transporte para la exportación	13-14		
				Seguros al comercio exterior	15-16		
				Tramitación aduanal	17-18		
				Formas internacionales de pago	19-20		
<b>Rentabilidad</b>	La rentabilidad puede ser medida, según unidades monetarias y en el tiempo que se demora en recuperar lo invertido, en ese sentido Robles (2012) afirma que “El índice de rentabilidad es uno entre varios métodos que existen para medir las utilidades de las empresas; este índice se analizará respecto a las ventas, a los activos y a la inversión de los accionistas” (p. 36).	La variable rentabilidad se operativiza en las siguientes dimensiones: Ventas, activos e inversión de los accionistas. Aplicándose un cuestionario de 20 ítems a los productores usando la escala Likert. Tomando información de entidades como: ADEX, SIICEX, MINCETUR, AGRODATAPERU y boletines informativos.	Ventas	Margen de utilidad neta	1-9	(5) Siempre (4) Casi siempre (3) A veces (2) Casi nunca (1) Nunca	Bajo Medio Alto
			Activos	Rendimiento de los activos	10-14		
					15-20		
Inversión de los accionistas	Rendimiento sobre el capital						

Fuente: Elaboración propia

## 2.3. Población y muestra

### Población

En la investigación se consideró como población a los productores de la Comunidad Campesina de Muzga. Según la información obtenida, más el filtrado por zona certificada internacionalmente y por exportación al Ecuador, se encontró un total de 20 productores dedicados a dicha actividad, cada uno encargado de un predio.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.174) es “Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”.

**Tabla 02. Población por predios**

PREDIO	ENCARGADOS POR PREDIO
<b>Predio Rustico “Repartición”</b>	6
<b>Predio “Playa” y “Horno”</b>	6
<b>Predio Matriz “Chimbillo”</b>	2
<b>Predio Matriz “Playa Grande”</b>	6

### Muestra

El tipo de muestra para esta investigación es censal, ya que se usara al 100% de la población, en este caso será necesario saber las opiniones de los 20 productores de durazno huayco rojo, encargados de los predios en la Comunidad Campesina de Muzga.

La muestra censal recoge un censo en la totalidad del personal adscrito al estudio (Tantamayo y Tantamayo, M, 2001).

## 2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

La investigación requiere de una serie de recopilación de datos estadísticos y de la colaboración de los productores de la zona en donde se realizará el estudio. En este caso la técnica de estudio será un cuestionario de 20 preguntas de cada variable.

### 2.4.1. Técnica

Las técnicas utilizadas en el presenta trabajo fueron: cuestionario trabajado mediante la escala de Likert.

Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 238) definen la escala de Likert como “Conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmaciones para medir la reacción del sujeto en tres, cinco o siete categorías”.

#### 2.4.2. Instrumentos de recolección de datos

El instrumento aplicado fue el cuestionario con la escala de Likert para la medición de la variable 1: exportación del durazno huayco rojo al mercado ecuatoriano y de la variable 2: rentabilidad de los productores de Muzga, Huacho periodo 2017.

#### 2.4.3. Validez

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.200) “Grado en que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir”.

Cabe mencionar que el cuestionario contara con las dimensiones e indicadores que representa las variables Exportación y Rentabilidad. La validez de nuestro instrumento será realizada por expertos, por ello el cuestionario, consta del contenido de las dimensiones que se extrajeron de cada variable.

**Tabla 03. Validez de instrumento**

<i>DOCENTES</i>	<i>TOTAL</i>
<i>Márquez Caro, Fernando</i>	80 %
<i>Merino Zevallos, Carlos Antonio</i>	75%
<i>Guerra Bendezú, Carlos</i>	75%

Fuente: Elaboración Propia

#### 2.4.4. Confiabilidad

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.200) “Grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes”.

Se determinara a través del cálculo del coeficiente Alfa de Cronbach con el software estadístico SPSS v24. Aplicándose los siguientes niveles de confiabilidad:

**Tabla 04. Niveles de confiabilidad**

<b>Valores</b>	<b>Nivel</b>
De -1 a 0	No es confiable
De 0,01 a 0,49	Baja confiabilidad

De 0,5 a 0,75	Moderada confiabilidad
De 0,76 a 0,89	Fuerte confiabilidad
De 0,9 a 1	Alta confiabilidad

Fuente: Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, L. (2006)

**Tabla 05. Alfa de Cronbach**

<b>Estadística de fiabilidad</b>	
<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N° de elementos</b>
,869	40

Fuente: Elaboración propia. Reporte del SPSS V24 para el estudio.

El instrumento obtuvo un nivel de fuerte confiabilidad.

## **2.5. Métodos y análisis de datos**

Recoger y analizar datos estadísticos mediante encuestas a los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, sector Huancatama para luego organizarlos a través de cuadros y gráficos estadísticos presentando todas las variaciones que se va dando con respecto al estudio realizado, mediante el Alfa de Cronbach, Spearman y pruebas paramétricas. A su vez se ha hecho uso del análisis documental que posibilitó un mayor conocimiento para el marco teórico.

## **2.6. Aspectos éticos**

La presente investigación se basa en los principios de la ética, ya que la información y los datos han sido citados debidamente, así como las referencias bibliográficas. Y con ello cooperar con el progreso de una investigación de fuentes confiables y con envergadura para solucionar conflictos sociales.

No obstante dando prioridad a la responsabilidad social y ética, así como al medio ambiente, respetando los términos de propiedad intelectual de los autores de tesis, libros y fuentes utilizadas para este proyecto.

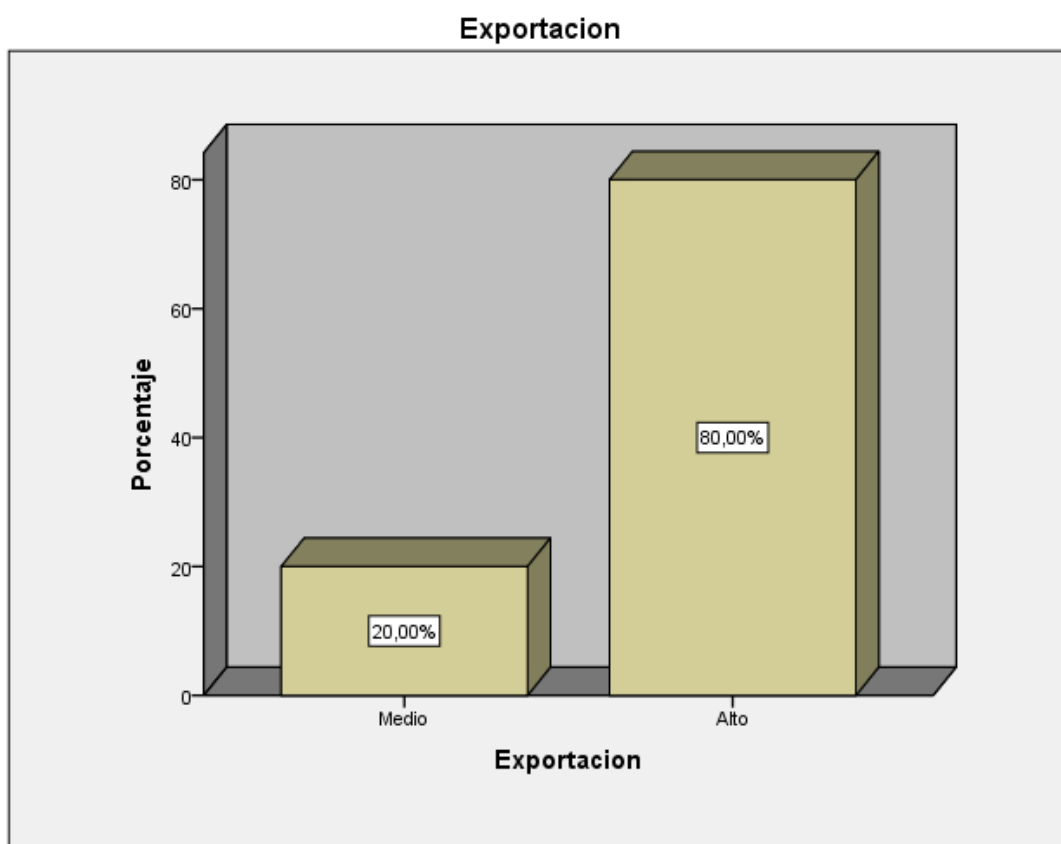
### III. RESULTADOS

#### 3.1. Estadística descriptiva

**Tabla 06. Variable Exportación**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Medio	4	20,0
	Alto	16	80,0
	Total	20	100,0

Fuente: Elaboración propia. Reporte del SPSS V24 para el estudio.



*Figura 01. Variable Exportación*

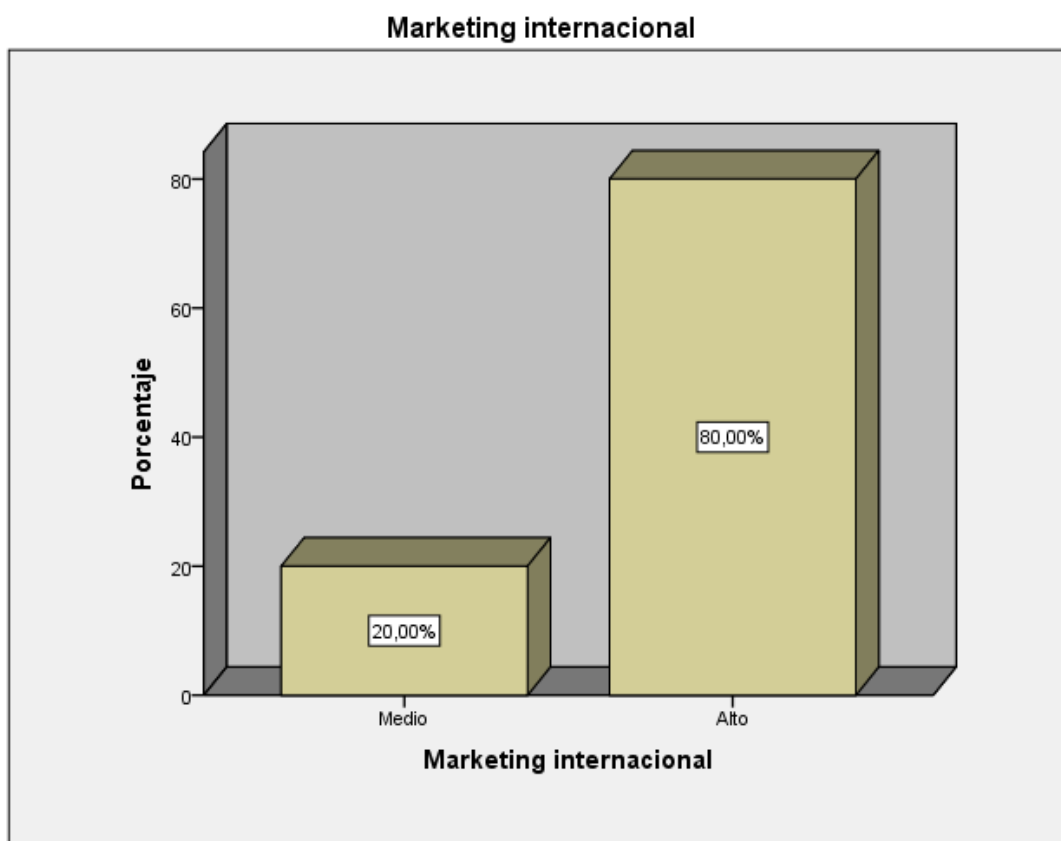
#### **Interpretación**

Como se puede observar en la tabla 06 y la figura 01, de la totalidad de encuestados se puede apreciar que un 80.00% de los encuestados opinaba que en la variable Exportación existía coincidencia en el nivel Alto, y el 20.00% un nivel medio. De los resultados obtenidos se concluye que la variable Exportación tiene una tendencia al nivel de aceptación alto.

**Tabla 07. Dimensión 1: Marketing internacional**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Medio	4	20,0
	Alto	16	80,0
	Total	20	100,0

Fuente: Elaboración propia. Reporte del SPSS V24 para el estudio.



*Figura 02. Dimensión 1: Marketing internacional*

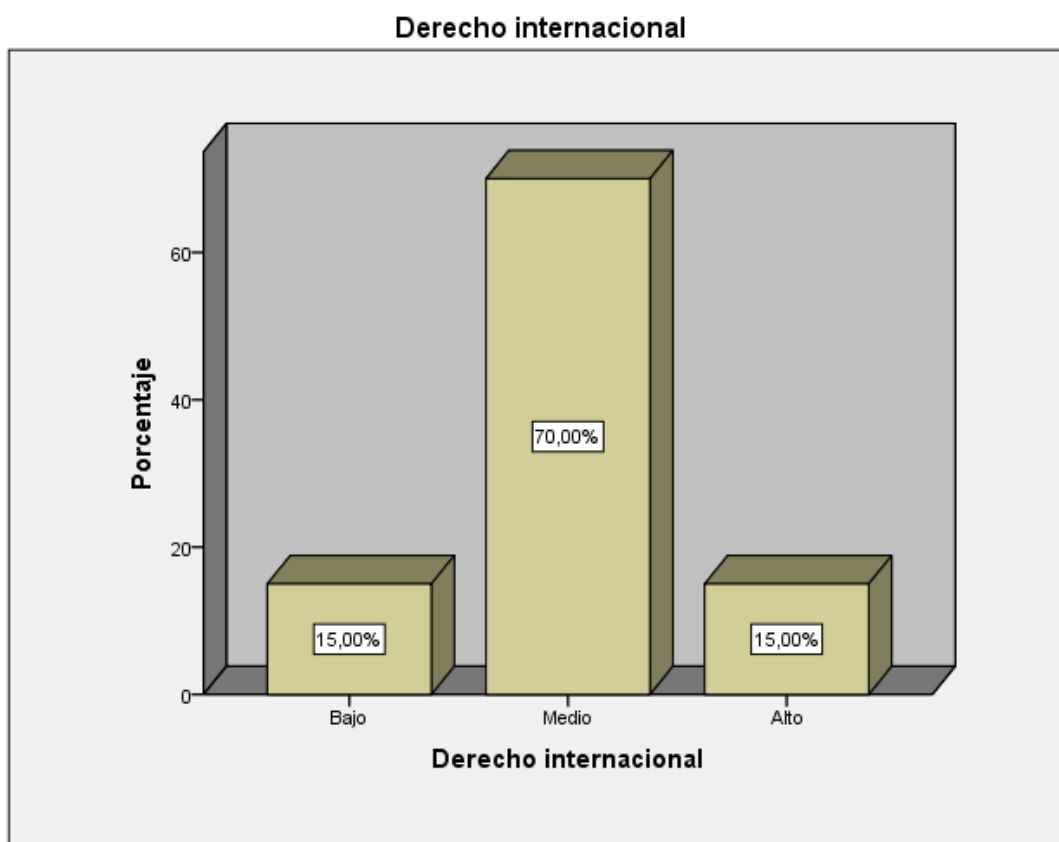
### **Interpretación**

Como se puede observar en la tabla 07 y la figura 02, de la totalidad de encuestados se puede apreciar que un 80.00% de los encuestados opinaba que en la dimensión Marketing internacional existía coincidencia en el nivel *Alto*, y el 20.00% un nivel *medio*. De los resultados obtenidos se concluye que la dimensión Marketing internacional tiene una tendencia al nivel de aceptación *alto*.

**Tabla 08. Dimensión 2: Derecho internacional**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	3	15,0
	Medio	14	70,0
	Alto	3	15,0
	Total	20	100,0

Fuente: Elaboración propia. Reporte del SPSS V24 para el estudio.



*Figura 03. Dimensión 2: Derecho internacional*

### **Interpretación**

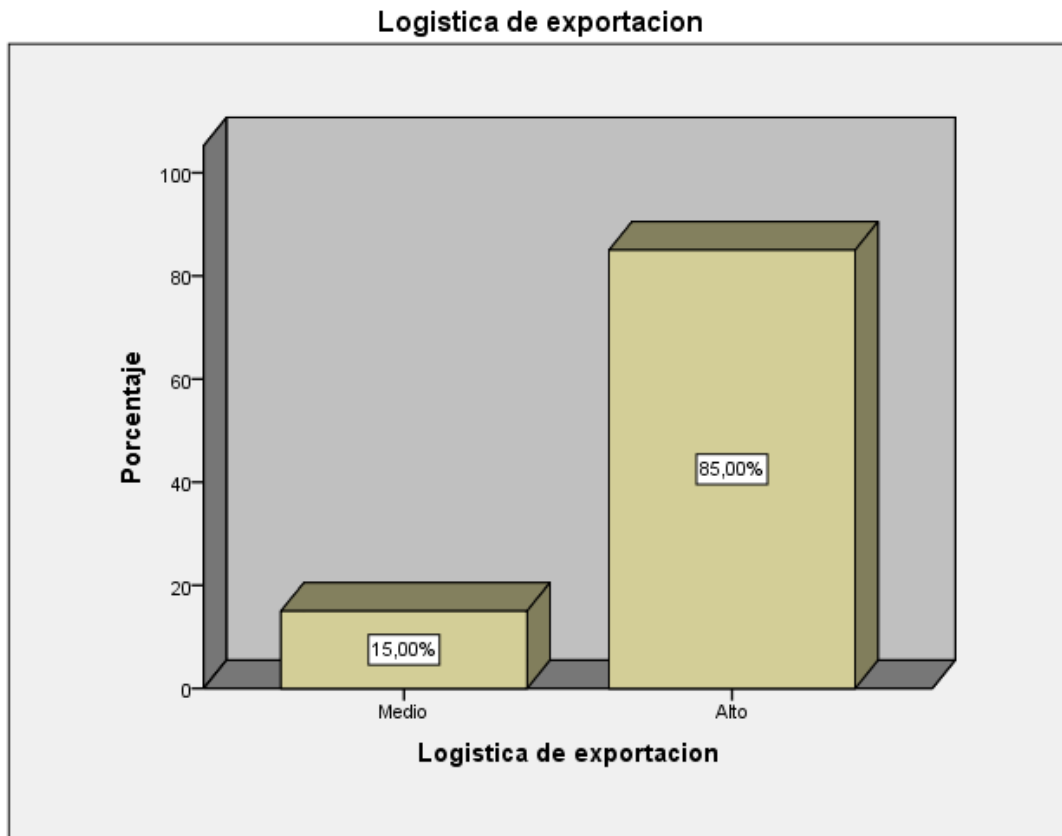
Como se puede observar en la tabla 08 y la figura 03, de la totalidad de encuestados se puede apreciar que un 15.00% de los encuestados opinaba que en la dimensión Derecho internacional existía coincidencia en el nivel *Alto*, el 70.00% un nivel *medio*, mientras que un 15.00% de los encuestados un nivel *Bajo*. De los resultados obtenidos se concluye que la dimensión Derecho internacional tiene una tendencia al nivel de aceptación *medio*.



**Tabla 09. Dimensión 3: Logística de exportación**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Medio	3	15,0
	Alto	17	85,0
	Total	20	100,0

Fuente: Elaboración propia. Reporte del SPSS V24 para el estudio.



*Figura 04. Dimensión 3: Logística de exportación*

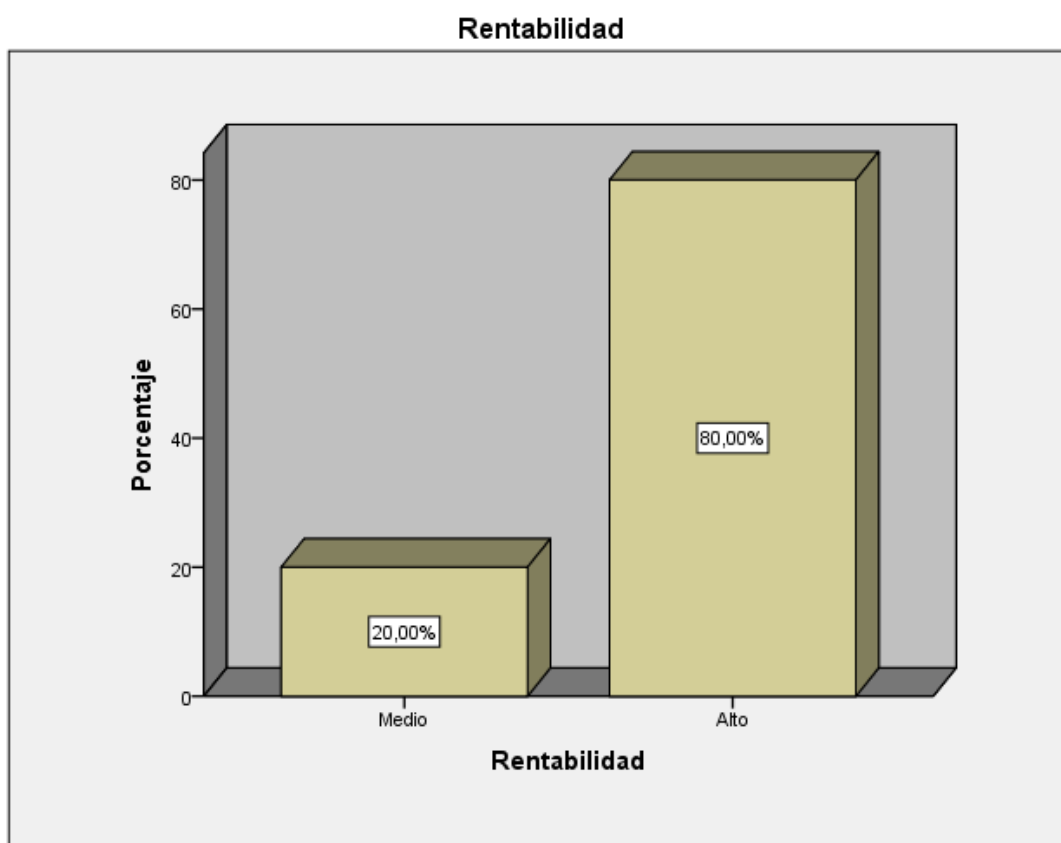
### **Interpretación**

Como se puede observar en la tabla 09 y la figura 04, de la totalidad de encuestados se puede apreciar que un 85.00% de los encuestados opinaba que en la dimensión Logística de exportación existía coincidencia en el nivel *Alto*, y el 15.00% un nivel *medio*. De los resultados obtenidos se concluye que la dimensión Logística de exportación tiene una tendencia al nivel de aceptación *alto*.

**Tabla 10. Variable Rentabilidad**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Medio	4	20,0
	Alto	16	80,0
	Total	20	100,0

Fuente: Elaboración propia. Reporte del SPSS V24 para el estudio.



*Figura 05. Variable Rentabilidad*

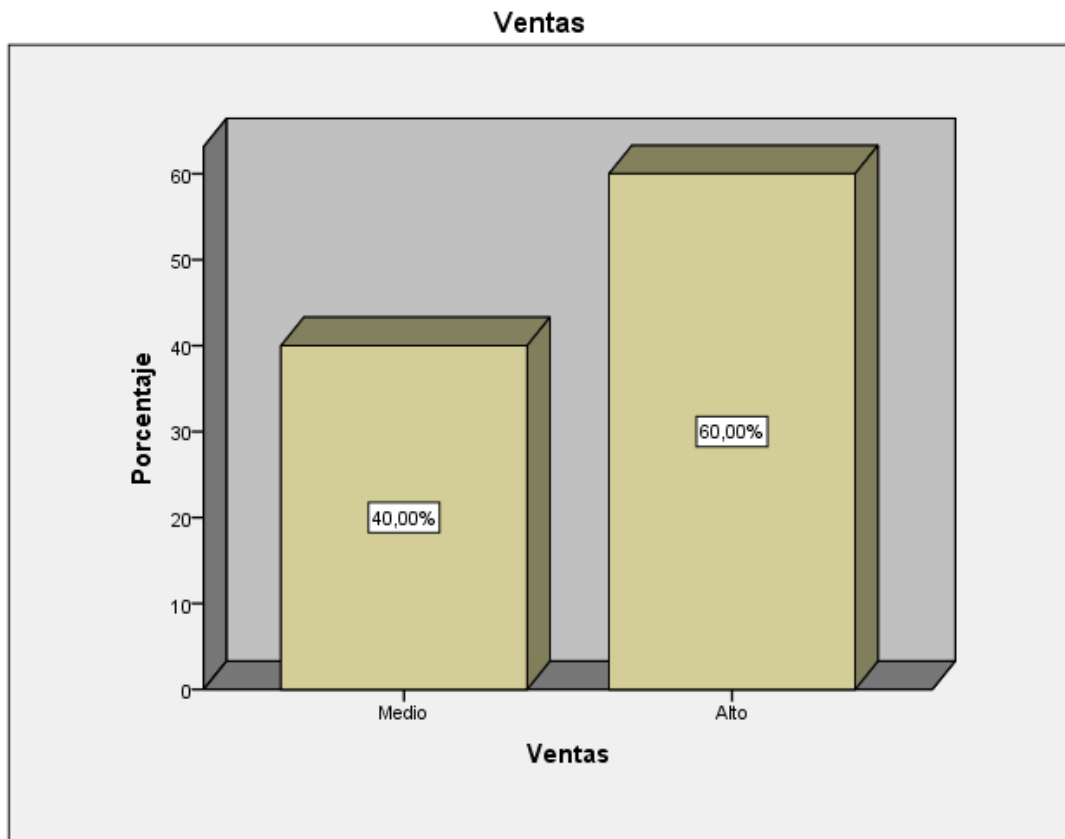
### **Interpretación**

Como se puede observar en la tabla 10 y la figura 05, de la totalidad de encuestados se puede apreciar que un 80.00% de los encuestados opinaba que en la variable Rentabilidad existía coincidencia en el nivel Alto, y el 20.00% un nivel medio. De los resultados obtenidos se concluye que la variable Rentabilidad tiene una tendencia al nivel de aceptación alto.

**Tabla 11. Dimensión 1: Ventas**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Medio	8	40,0
	Alto	12	60,0
	Total	20	100,0

Fuente: Elaboración propia. Reporte del SPSS V24 para el estudio.



*Figura 06. Dimensión 1: Ventas*

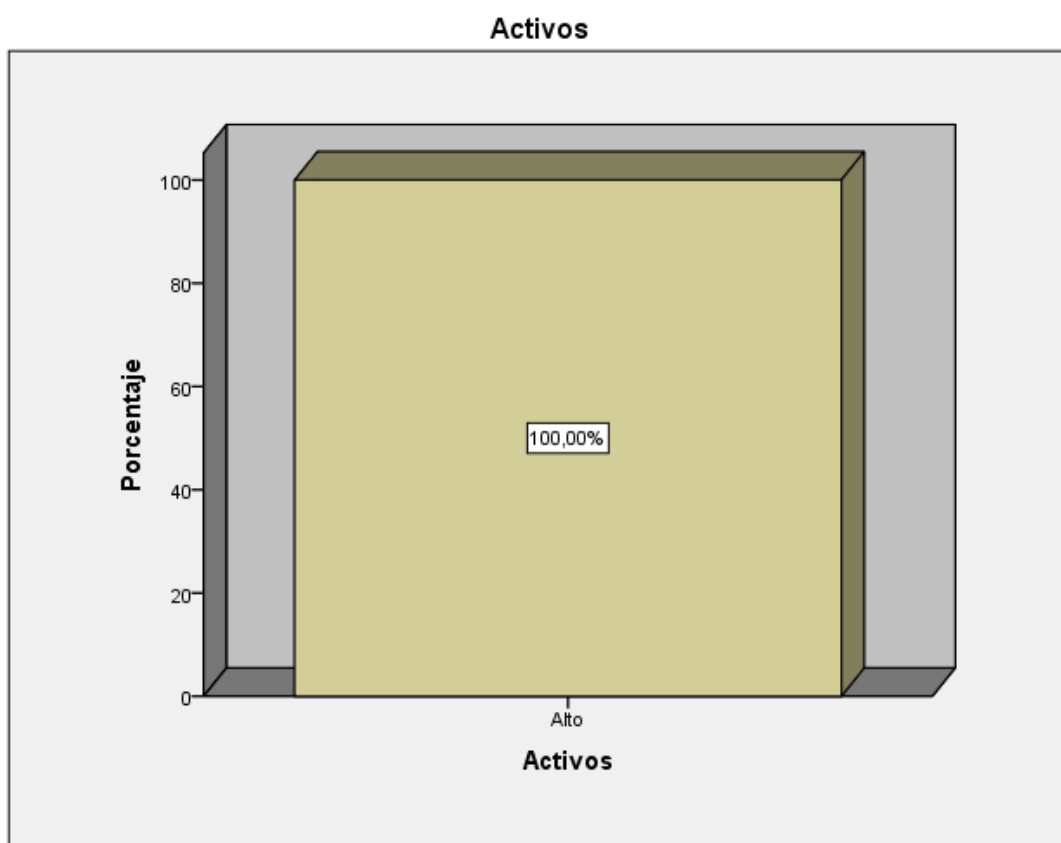
### **Interpretación**

Como se puede observar en la tabla 11 y la figura 06, de la totalidad de encuestados se puede apreciar que un 60.00% de los encuestados opinaba que en la dimensión Ventas existía coincidencia en el nivel *Alto*, y el 40.00% un nivel *medio*. De los resultados obtenidos se concluye que la dimensión Ventas tiene una tendencia al nivel de aceptación *alto*.

**Tabla 12. Dimensión 2: Activos**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Alto	20	100,0

Fuente: Elaboración propia. Reporte del SPSS V24 para el estudio.



*Figura 07. Dimensión 2: Activos*

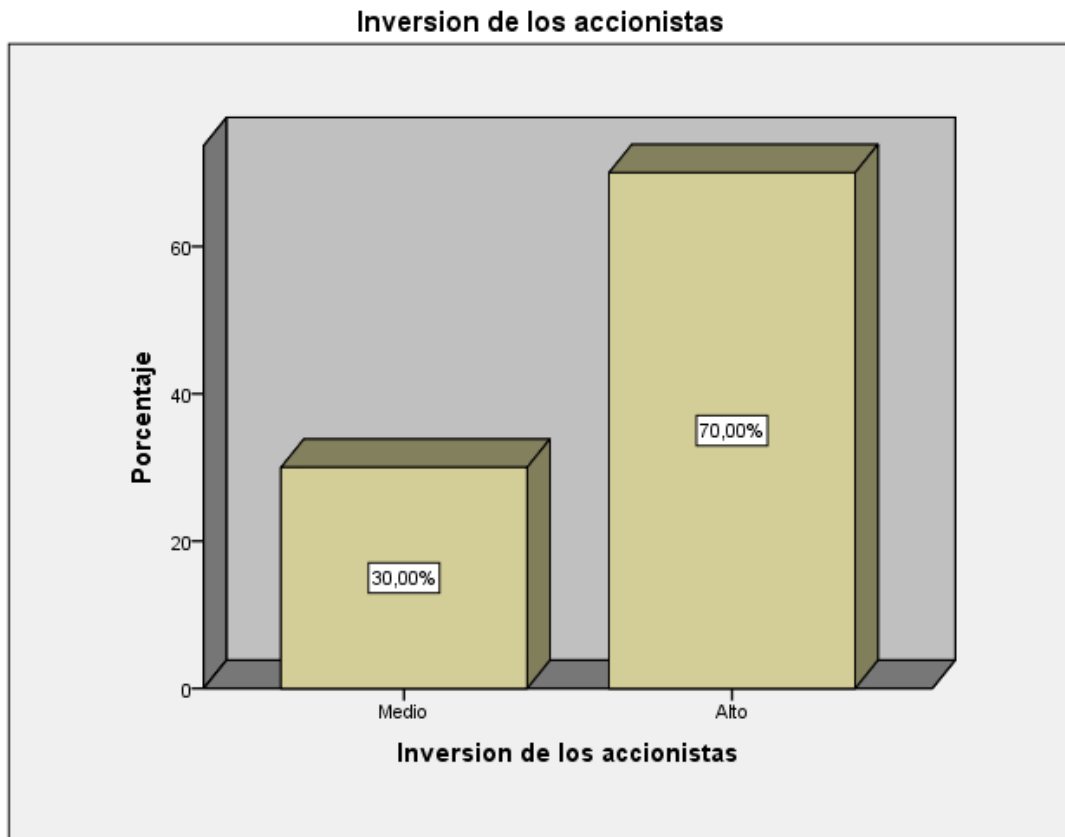
### **Interpretación**

Como se puede observar en la tabla 12 y la figura 07, de la totalidad de encuestados se puede apreciar que un 100.00% de los encuestados opinaba que en la dimensión Activos existía coincidencia en el nivel *Alto*. De los resultados obtenidos se concluye que la dimensión Activos tiene una tendencia al nivel de aceptación *alto*.

**Tabla 13. Dimensión 3: Inversión de los accionistas**

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Medio	6	30,0
	Alto	14	70,0
	Total	20	100,0

Fuente: Elaboración propia. Reporte del SPSS V24 para el estudio.



*Figura 08. Dimensión 3: Inversión de los accionistas*

### **Interpretación**

Como se puede observar en la tabla 13 y la figura 08, de la totalidad de encuestados se puede apreciar que un 70.00% de los encuestados opinaba que en la dimensión Inversión de los accionistas existía coincidencia en el nivel *Alto*, y el 30.00% un nivel *medio*. De los resultados obtenidos se concluye que la dimensión Inversión de los accionistas tiene una tendencia al nivel de aceptación *alto*.

### 3.2. Estadística inferencial

#### 3.2.1. Contrastación de hipótesis

Para la contrastación de la hipótesis general y las hipótesis específicas, se ha utilizado Rho Spearman como prueba estadística, que permite determinar la relación entre las variables exportación y rentabilidad en los 20 productores encargados de las exportaciones de durazno huayco rojo de la Comunidad Campesina de Muzga al mercado ecuatoriano.

**Tabla 14. Grado de correlación**

<b>RANGO</b>	<b>RELACIÓN</b>
-0.91 A -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 A -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 A -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 A -0.50	Correlación negativa media
-0.01 A -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 A +0.10	Correlación positiva débil
+ 0.11 A +0.50	Correlación positiva media
+0.51 A +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 A +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 A +1.00	Correlación positiva perfecta

Elaborado por Mondragón, M. Basada en Hernández Sampieri & Fernández Collado, 1998.

### Prueba de hipótesis general: Exportación y rentabilidad

**H<sub>0</sub>** La exportación del durazno huayco rojo al mercado ecuatoriano no se relaciona con la rentabilidad de los productores de Muzga, Huacho – 2017.

**H<sub>i</sub>** La exportación del durazno huayco rojo al mercado ecuatoriano se relaciona con la rentabilidad de los productores de Muzga, Huacho – 2017.

#### Regla de decisión

Si el valor  $p > 0.01$ , se acepta la H<sub>0</sub>.

Si el valor  $p < 0.01$ , se rechaza la H<sub>0</sub> y se acepta la H<sub>i</sub>.

**Tabla 15.** *Correlación exportación y rentabilidad*

Prueba de Rho de Spearman de la variable exportación y la variable rentabilidad.

		exportación	rentabilidad
Rho de Spearman	exportación	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,777**
		N	20
	rentabilidad	Coefficiente de correlación	,777**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	20

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

Fuente: Elaboración propia. Reporte del SPSS V24 para el estudio.

Como se observa en la tabla 15 los resultados del análisis estadístico nos dan cuenta de la existencia de una relación  $r = 0,777$  entre las variables exportación y la rentabilidad. Este grado de correlación indica que la relación entre las variables es positiva muy fuerte. La significancia es de  $p = 0,000$  muestra que  $p < 0,01$  lo que permite señalar que la relación es significativa, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

### Prueba de hipótesis específica: Marketing internacional y rentabilidad

**H<sub>0</sub>** El marketing internacional del durazno (huayco rojo) en el mercado ecuatoriano no se relaciona con la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017.

**H<sub>i</sub>** El marketing internacional del durazno (huayco rojo) en el mercado ecuatoriano se relaciona con la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017.

#### Regla de decisión

Si el valor  $p > 0.01$ , se acepta la H<sub>0</sub>.

Si el valor  $p < 0.01$ , se rechaza la H<sub>0</sub> y se acepta la H<sub>i</sub>.

**Tabla 16.** *Correlación marketing internacional y rentabilidad.*

Prueba de Rho de Spearman de la dimensión marketing internacional y la variable rentabilidad.

		marketing internacional	rentabilidad
Rho de Spearman	marketing internacional	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,653**
		N	20
	rentabilidad	Coefficiente de correlación	,653**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	20

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

Fuente: Elaboración propia. Reporte del SPSS V24 para el estudio.

Como se observa en la tabla 16 los resultados del análisis estadístico nos dan cuenta de la existencia de una relación  $r = 0,653$  entre la dimensión marketing internacional y la variable rentabilidad. Este grado de correlación indica que la relación entre las variables es positiva considerable. La significancia es de  $p = 0,002$  muestra que  $p < 0,01$  lo que permite señalar que la relación es significativa, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.



### Prueba de hipótesis específica: Derecho internacional y rentabilidad

**H<sub>0</sub>** El derecho internacional del durazno (huayco rojo) en el mercado ecuatoriano no se relaciona con la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017.

**H<sub>i</sub>** El derecho internacional del durazno (huayco rojo) en el mercado ecuatoriano se relaciona con la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017.

#### Regla de decisión

Si el valor  $p > 0.01$ , se acepta la H<sub>0</sub>.

Si el valor  $p < 0.01$ , se rechaza la H<sub>0</sub> y se acepta la H<sub>i</sub>.

**Tabla 17.** *Correlación derecho internacional y rentabilidad.*

Prueba de Rho de Spearman de la dimensión derecho internacional y la variable rentabilidad.

			derecho internacional	rentabilidad
Rho de Spearman	derecho internacional	Coefficiente de correlación	1,000	,818**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20
	rentabilidad	Coefficiente de correlación	,818**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	20	20

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

Fuente: Elaboración propia. Reporte del SPSS V24 para el estudio.

Como se observa en la tabla 17 los resultados del análisis estadístico nos dan cuenta de la existencia de una relación  $r = 0,818$  entre la dimensión derecho internacional y la variable rentabilidad. Este grado de correlación indica que la relación entre las variables es positiva muy fuerte. La significancia es de  $p = 0,000$  muestra que  $p < 0,01$  lo que permite señalar que la relación es significativa, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

### Prueba de hipótesis específica: Logística de exportación y rentabilidad

**H<sub>0</sub>** La logística de exportación del durazno (huayco rojo) en el mercado ecuatoriano no se relaciona con la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017.

**H<sub>i</sub>** La logística de exportación del durazno (huayco rojo) en el mercado ecuatoriano se relaciona con la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017.

#### Regla de decisión

Si el valor  $p > 0.01$ , se acepta la  $H_0$ .

Si el valor  $p < 0.01$ , se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_i$ .

**Tabla 18.** *Correlación logística de exportación y rentabilidad.*

Prueba de Rho de Spearman de la dimensión logística de exportación y la variable rentabilidad.

			logística de exportación	rentabilidad
Rho de Spearman	logística de exportación	Coefficiente de correlación	1,000	,249
		Sig. (bilateral)	.	,289
		N	20	20
	rentabilidad	Coefficiente de correlación	,249	1,000
		Sig. (bilateral)	,289	.
		N	20	20

Fuente: Elaboración propia. Reporte del SPSS V24 para el estudio.

Como se observa en la tabla 18 los resultados del análisis estadístico nos dan cuenta de la existencia de una relación  $r = 0,249$  entre la dimensión logística de exportación y la variable rentabilidad. Este grado de correlación indica que la relación entre las variables es positiva media. La significancia es de  $p = 0,289$  muestra que  $p > 0,01$  por lo tanto se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna.

#### IV. DISCUSIONES

##### **Objetivo e Hipótesis General:**

La tesis tuvo como objetivo determinar cuál es la relación que existe entre la exportación del durazno (huayco rojo) al mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017. Por consiguiente, los resultados demuestran que con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.01, es decir “ $0.000 < 0.01$ ”, demostrando que ambas variables poseen una correlación de 0.777, el cual indica que es una relación positiva muy fuerte.

Bustos (2015). Presenta su tesis a la Universidad del Aconcagua que se titula “Exportación de duraznos deshidratados a Alemania” para obtener el título de licenciatura en Comercio Internacional. Su objetivo principal es evaluar la viabilidad técnica y económica para exportar duraznos deshidratados al mercado de destino desde una compañía argentina.

Por lo tanto, este trabajo llega a coincidir con los resultados de la tesis de Bustos, donde nos da a conocer que la empresa argentina ha incorporado nuevas tecnologías y recursos humanos en sus procesos para la exportación, resultando rentable su proyecto con un TIR muy conveniente. Esto coincide con lo expuesto por Ccaccya (2015) donde afirma que una inversión resulta mejor si los beneficios que genera son mayores y los recursos usados para obtenerlos son menores. Así mismo, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación indicando que la Exportación se relaciona con la rentabilidad de los productores.

##### **Objetivo e Hipótesis Específica 1:**

La tesis tuvo como objetivo determinar cuál es la relación que existe entre el marketing internacional del durazno (huayco rojo) en el mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017. Por consiguiente, los resultados demuestran que con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.01, es decir “ $0.002 < 0.01$ ”, demostrando que ambas variables poseen una correlación de 0.653, el cual indica que es una relación positiva considerable.

Chunqui y Silva (2016). Presentan su tesis a la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo que se titula “La certificación como garantía en el proceso de producción de

Aguaymanto fresco de una empresa cajamarquina con vías de exportación al país de Alemania”, para obtener el título de licenciatura de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales. Su objetivo principal es determinar si la certificación del Aguaymanto fresco incrementa la rentabilidad de la empresa cajamarquina con vías de exportación al mercado alemán.

Por lo tanto, este trabajo llega a coincidir con los resultados de la tesis de Chunqui y Silva, donde nos da a conocer que la exportación del Aguaymanto implementando la certificación orgánica a la cadena productiva de exportación genera un TIR de 28%, entendiéndose que la certificaciones del producto lo vuelvo más atractivo en el mercado internacional. Esto coincide con lo expuesto por Zegarra (2015) donde afirma que la garantía de que un cultivo sigue criterios de sostenibilidad, respetando la higiene y el medio ambiente permite el acceso a canales de distribución más rentables, infiriéndose así que una buena promoción del producto apertura distintos mercados. Así mismo, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación indicando que el Marketing Internacional se relaciona con la rentabilidad de los productores.

### **Objetivo e Hipótesis Específica 2:**

La tesis tuvo como objetivo determinar cuál es la relación que existe entre el derecho internacional del durazno (huayco rojo) en el mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017. Por consiguiente, los resultados demuestran que con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.01, es decir “ $0.000 < 0.01$ ”, demostrando que ambas variables poseen una correlación de 0.818, el cual indica que es una relación positiva muy fuerte.

Ruiz, López y Pérez (2013). Presenta su tesis a la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua que se titula “Proceso de Certificación de calidad y Exportación del café en Exportadora ATLANTIC S.A. Periodo 2012-2013”. Su objetivo principal es analizar el proceso de certificación de calidad y exportación del café de Exportadora ATLANTIC, S.A para el diseño de una estrategia que mejore las relaciones de la empresa con los productores de forma que se asegure la calidad del café exportable.

Por lo tanto, este trabajo llega a coincidir con los resultados de la tesis de Ruiz, López y Pérez, donde nos da a conocer que para el ingreso del café a un mercado diferenciado debe contar con una certificación regida a normas estrictas de producción. Entendiéndose así

que la otra parte que importa pone como cláusulas que la producción siga ciertos requisitos, que resulten favorables para ambas partes. Entre las estrategias que se diseñaron es el promover la producción sostenible y el ingreso a nuevos mercados con una imagen diferenciada. Esto coincide con lo expuesto por Zegarra (2015) que nos dice que los duraznos cultivados en Muzga cumplen con estándares internacionales de calidad y seguridad, requisitos indispensables en el contrato internacional entre Perú – Ecuador. Así mismo, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación indicando que el Derecho Internacional se relaciona con la rentabilidad de los productores.

### **Objetivo e Hipótesis Específica 3:**

La tesis tuvo como objetivo determinar cuál es la relación que existe entre la logística de exportación del durazno (huayco rojo) en el mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017. Por consiguiente, los resultados demuestran que con un nivel de significancia (bilateral) mayor a 0.01, es decir “ $0.289 > 0.01$ ”, demostrando que ambas variables poseen una correlación de 0.249, el cual indica que es una relación positiva media.

Cabanillas y Sánchez (2016). Presenta su tesis a la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo que se titula “Impacto de la cadena productiva de exportación en la rentabilidad de la asociación andina de cultivos y crianzas San Pablo, como productor de Aguaymanto en el periodo 2016 – 2018”. Su objetivo principal es determinar el impacto de la cadena productiva de exportación en la rentabilidad de la Asociación Andina de Cultivos y crianzas San Pablo, como productor de Aguaymanto en el periodo 2016 – 2018.

Por lo tanto, este trabajo llega a coincidir con los resultados de la tesis de Cabanillas y Sánchez, donde nos da a conocer que a partir de junio del 2017 se comienza a percibir ingresos debido a una producción en toneladas y la implementación de la cadena productiva, producirá ganancias de S/. 10 269 022 con un TIR del 16%. Infiriéndose que un buen proceso logístico le ha generado beneficios en su exportación de Aguaymanto. Esto coincide con lo expuesto por Copertino (2016) donde nos dice que un problema logístico del exportar durazno huayco rojo de la Comunidad Campesina de Muzga es el transporte, ya que se tiene que terciarizar el servicio porque no se cuenta con camiones en condiciones sanitarias adecuadas generando un costo extra. Así mismo, de acuerdo al análisis estadístico se rechaza la hipótesis de investigación y se acepta la hipótesis nula,

indicando que el Logística de exportación no se relaciona con la rentabilidad de los productores.

## V. CONCLUSIONES

1. Se concluye que la exportación y la rentabilidad: producto durazno huayco rojo de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga periodo 2017, tienen un coeficiente de correlación de 0,777 llegando así a demostrar una relación directa. Donde la exportación de nuestro producto resulta rentable para sus productores ya que cumple con ciertos requisitos fitosanitarios, sanitarios y certificación, por otro lado, cabe mencionar que Ecuador es el principal país importador del durazno de nuestra zona de estudio; además su demanda ha ido creciendo debido a la obtención de la certificación GlobalGAP por parte de los productores de Muzga.
2. Así mismo, se identifica una relación entre el marketing internacional que emplean los productores y la rentabilidad, a pesar de no ser puesto en práctica en su totalidad genera utilidades; esto gracias al reconocimiento por parte de los importadores de que se ofertan productos certificados actualmente un requisito de los mercados internacionales, que genera beneficios para los consumidores, convirtiéndose en una fruta nutritiva, saludable y con contribuciones al medio ambiente. A la vez, permitiendo el aprovechamiento de los activos de los productores.
3. También el derecho internacional y la rentabilidad guardan una relación, debido a un buen desarrollo del contrato internacional con cláusulas favorables para ambas partes, originando así un buen proceso de exportación y por ende generación de rentabilidad, ya que se cumplen los requisitos necesarios para el proceso. También los productores aprovechan el tratado comercial Perú – Ecuador ya que con ello pueden acceder a distintos beneficios comerciales, que les permita un aumento de sus exportaciones.
4. Teniendo como ultima conclusión que la logística internacional promovida por los productores tiene una relación media con la rentabilidad, a comparación de las otras dimensiones que es más elevada. Se infiere así que los productores de Muzga realizan una inadecuada logística por lo que se interpreta que lo que se está invirtiendo para el proceso no está generando las utilidades adecuadas. Esto debido a la distancia del terminal portuario con los cultivos, a la geografía peruana y al poco conocimiento en temas de DFI.

## **VI. RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda que los productores contraten personal capacitado o que ellos se especialicen en logística de exportación, ya que según resultados no tiene relación con la rentabilidad que esta genera. Y con ello se podrá identificar las áreas que necesitan evaluación y mejoramientos para así lograr un buen desempeño.
2. Se recomienda iniciar el proceso para obtener el Sello de Calidad – INEM del Ecuador, ya que les permitirá que los duraznos de los tres sectores de la Comunidad Campesina de Muzga puedan entrar al proceso de exportación, generando mayores utilidades para los productores.
3. Para que se siga dando una buena rentabilidad, los productores deben asociarse y/o invertir en nuevos estudios de las tierras de cultivo, que les permita identificar que otras variedades de durazno pueden sembrarse y con ello generar la entrada a nuevos mercados.
4. Los productores deben invertir en maquinaria para manufactura, que les permita procesar sus productos y no solo obtengan rentabilidad de las exportaciones de durazno de mesa sino también de otros productos de durazno procesado.



## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Behar, D. (2008). Metodología de la investigación, Recuperado de:  
<http://rdigital.unicv.edu.cv/bitstream/123456789/106/3/Libro%20metodologia%20investigacion%20este.pdf>[https://books.google.com.pe/books?id=YROO\\_q6-wzgC&printsec=frontcover&dq=metodo+de+investigacion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiJrry\\_1\\_beAhUoqlkKHXBPCFgQ6AEILTAB#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=YROO_q6-wzgC&printsec=frontcover&dq=metodo+de+investigacion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiJrry_1_beAhUoqlkKHXBPCFgQ6AEILTAB#v=onepage&q&f=false)
- Bustos, L. (2015). Exportación de duraznos deshidratados a Alemania (Tesis de Licenciatura). Recuperada de:  
[http://bibliotecadigital.uda.edu.ar/objetos\\_digitales/583/tesis-5082-exportacion.pdf](http://bibliotecadigital.uda.edu.ar/objetos_digitales/583/tesis-5082-exportacion.pdf)
- Cabanillas, C. y Sánchez, Erick. (2016). Impacto de la cadena productiva de exportación en la rentabilidad de la asociación andina de cultivos y crianzas San Pablo, como productor de Aguaymanto en el periodo 2016-2018 (Tesis de Licenciatura). Recuperada de:  
<http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/195/TESIS%20N%C2%B0%2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chunqui, Y. y Silva, I. (2016). La certificación como garantía en el proceso de producción de Aguaymanto fresco de una empresa cajamarquina con vías de exportación al país de Alemania (Tesis de Licenciatura). Recuperada de:  
<http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/197/TESIS%20N%C2%B0%2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- De Lara, A. (2005). Medición y control de riesgos financieros, Recuperado de:  
<https://books.google.com.pe/books?id=PrQvTEWLqoC&printsec=frontcover&dq=riesgo+financiero&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjSgKny4fcAhWH7FMKHcGeAEMQ6AEINTAD#v=onepage&q=riesgo%20financiero&f=false>
- Fierro, A. y Fierro, F. (2015). Contabilidad de activos con enfoque NIIF para las pymes. Recuperado de:  
<https://books.google.com.pe/books?id=wPa2DQAAQBAJ&pg=PT41&lpg=PT41&dq=activos&source=bl&ots=BlqfgB-P01&sig=4Acjdc8wSrpXkpe0hVcE5GufHzI&hl=es->

[419&sa=X&ved=0ahUKEwiD8LHC0IvcAhUEwVkkHVDhC-](#)

[84HhDoAQgmMAA#v=onepage&q=activos&f=false](#)Flores, J. (2013). Finanzas aplicadas a la gestión empresarial. (3.ª ed.). Perú: Grafica Santo Domingo.

García, V. (1997). La comercialización de productos y servicios de información en el sector biblioteca informativo, Recuperada de: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S102494351997000300004&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S102494351997000300004&lng=es&tlng=es).

Gitman, L. (2003). Principios de Administración Financiera, Recuperado de: [https://books.google.com.pe/books?id=KS\\_04zILe2gC&pg=PA439&dq=riesgo+financiero&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjSgKny4fcAhWH7FMKHcGeAEMQ6AEIRTAG#v=onepage&q=riesgo%20financiero&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=KS_04zILe2gC&pg=PA439&dq=riesgo+financiero&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjSgKny4fcAhWH7FMKHcGeAEMQ6AEIRTAG#v=onepage&q=riesgo%20financiero&f=false)

González, J. (2009). La Comercialización del Cacao. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=8IozAQAAMAAJ&pg=PA14&dq=que+es+comercializacion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjgI3pjoncAhUKjpAKHTRSARo4ChDoAQgrMAE#v=onepage&q=que%20es%20comercializacion&f=false>

Gonzales, P. (2016). Gestión de la inversión y el financiamiento. Herramientas para la toma de decisiones. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=0LeaDgAAQBAJ&pg=PT76&dq=inversion+del+accionista&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiuvImqhozAhXnx1kKHewHCOMQ6AEIJzAA#v=onepage&q=inversion%20del%20accionista&f=false>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, L. (2006) Metodología de la investigación. Recuperado de: [https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/1033525612mtis\\_sampieri\\_unidad\\_1-1.pdf](https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/1033525612mtis_sampieri_unidad_1-1.pdf) [30 Junio 2018].

Hernández, R., Fernández C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. Recuperado de: [https://www.esup.edu.pe/descargas/dep\\_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf](https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf)

- Mondragón, M. (2014). Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en fisioterapia. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/281120822\\_USO\\_DE\\_LA\\_CORRELACION\\_DE\\_SPEARMAN\\_EN\\_UN\\_ESTUDIO\\_DE\\_INTERVENCION\\_EN\\_FISIOTERAPIA](https://www.researchgate.net/publication/281120822_USO_DE_LA_CORRELACION_DE_SPEARMAN_EN_UN_ESTUDIO_DE_INTERVENCION_EN_FISIOTERAPIA)
- Naranjo, D. (2011). Manual Habilidades comerciales. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=FOtCDwAAQBAJ&pg=PA113&dq=definicion+de+ventas+segun+autores&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjS2uix1IvcAhVRmlkKHeKNAVwQ6AEILDAB#v=onepage&q=definicion%20de%20ventas%20segun%20autores&f=false>
- Noreen, Smith y Mackey (1997). La Teoría de las Limitaciones y sus consecuencias para la Contabilidad de Gestión, Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=Uxra8tLOFeIC&printsec=frontcover&dq=teoria+de+las+limitaciones&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjS5ePWYzAhWDrV kKHbUzCj4Q6AEIJzAA#v=onepage&q=teoria%20de%20las%20limitaciones&f=false>
- Pilapaña, G. (2013). Rentabilidad de aguacate, durazno, mora y tomate de árbol en Carchi, Imbabura y Tungurahua (Tesis de Licenciatura). Recuperada de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2063/1/T-UCE-0004-47.pdf>
- Ríos, K. (2014). Gestión de procesos y rentabilidad en las empresas de Courier en Lima Metropolitana (Tesis de Licenciatura). Recuperada de: [http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1116/1/rios\\_sk.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1116/1/rios_sk.pdf)
- Robles, C. (2012). Fundamentos de administración financiera. Recuperado de: <https://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-49-Fundamentos-de-administracion-Financiera.pdf>
- Ruiz, M., López, H. y Pérez, Y. (2013). Proceso de certificación de calidad y exportación del café en exportadora ATLANTIC S.A. Periodo 2012-2013. Revista Científica de FAREM – Estelí. Recuperado de: <https://www.lamjol.info/index.php/FAREM/article/view/2618/2368>

Sapag, N. (2011). Proyectos de inversión Formulación y Evaluación. Recuperado de:  
[http://daltonorellana.info/wp-content/uploads/sites/436/2014/08/Proyectos\\_de\\_Inversion\\_Nassir\\_Sapag\\_Chain\\_2\\_Edic.pdf](http://daltonorellana.info/wp-content/uploads/sites/436/2014/08/Proyectos_de_Inversion_Nassir_Sapag_Chain_2_Edic.pdf)

Tantamayo y Tantamayo, M. (2001). El proceso de la investigación científica. Editorial Limusa. México.

## **ANEXOS**

## Anexo 01: Matriz de consistencia

LA EXPORTACION DEL DURAZNO (HUAYCO ROJO) AL MERCADO ECUATORIANO Y LA RENTABILIDAD DE LOS PRODUCTORES DE MUZGA, HUACHO - 2017													
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES										
			Variable 1: Exportación										
<u>Problema general</u>	<u>Objetivo general</u>	<u>Hipótesis general</u>	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos						
¿Cuál es la relación que existe entre la exportación del durazno (huayco rojo) al mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017?	Determinar cuál es la relación que existe entre la exportación del durazno (huayco rojo) al mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017.	Existe relación significativa entre la exportación del durazno (huayco rojo) al mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017.	Marketing internacional	Producto	1-2	(5) Siempre (4)Casi siempre (3)A veces (2)Casi nunca (1)Nunca	Bajo Medio Alto						
				Mercado	3-4								
				Precio	5-6								
				Promoción	7-8								
Derecho internacional	Tratados internacionales	9-10	Contratación internacional	11-12	Bajo Medio Alto								
						Logística de exportación	Transporte para la exportación	13-14	Bajo Medio Alto				
Seguros al comercio exterior	15-16	Tramitación aduanal	17-18	Formas internacionales de pago	19-20								
						Variable 2: Rentabilidad	Dimensiones	Indicadores		Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos	Niveles o rangos
2. ¿Cuál es la relación que existe entre el derecho internacional del durazno (huayco rojo) en el mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017?	2 Determinar la relación que existe entre el derecho internacional del durazno (huayco rojo) en el mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017.	2. Existe relación significativa entre el derecho internacional del durazno (huayco rojo) en el mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017.	Activos	Rendimiento de los activos	10-14	(5) Siempre (4)Casi siempre (3)A veces (2)Casi nunca (1)Nunca	Bajo Medio Alto						
								3. ¿Cuál es la relación que existe entre la logística de exportación del durazno (huayco rojo) en el mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017?	3 Determinar la relación que existe entre la logística de exportación del durazno (huayco rojo) en el mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017.	3. Existe relación significativa entre la logística de exportación del durazno (huayco rojo) en el mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de la Comunidad Campesina de Muzga, durante el 2017.	Inversión de los accionistas	Rendimiento sobre el capital	15-20

Tipo y diseño de investigación		Población y Muestra		Técnicas e Instrumentos			Estadística a utilizar	
<b>Tipo</b>	Aplicada	<b>Población</b>	La población para el presente estudio está definido por los 20 productores de durazno huayco rojo encargados de un predio en la Comunidad Campesina de Muzga en Huacho.	<b>Variables</b>	V1: Exportación V2: Rentabilidad		DESCRIPTIVA: Distribución de frecuencias y porcentajes Gráfico de barras.	
<b>Nivel</b>	Correlacional			<b>Técnicas</b>	Encuestas			
<b>Diseño</b>	No experimental /transversal causal	<b>Tipo de muestra</b>	Censal	<b>Instrumentos</b>	Cuestionarios	Autora	Lesly Irene Estela Vasquez	INFERENCIAL: Confiabilidad: Alfa de Cronbach.  PRUEBA DE HIPÓTESIS: Rho de Spearman.
<b>Método</b>	Hipotetico - deductivo	<b>Tamaño de muestra</b>	20			Año	2018	
						Monitoreo	Interno	
						Ámbito de aplicación	Productores de Muzga	
				Forma de administración	Individual			

## **Anexo 02: Instrumentos de recolección de datos**

### **CUESTIONARIO 1: LA EXPORTACION DEL DURAZNO (HUAYCO ROJO) AL MERCADO ECUATORIANO Y A RENTABILIDAD DE LOS PRODUCTORES DE MUZGA, HUACHO – 2017**

**SEÑOR(A):**

Tengo el agrado de dirigirme a usted con el objetivo de solicitarle unos minutos de su tiempo. Soy estudiante de la Universidad Cesar Vallejo, y estoy realizando una encuesta que a continuación se observa y le pido cordialmente pueda rellenarla. Cabe mencionar que el propósito de dicha encuesta que ha sido elaborada con fines universitarios, servirán para recopilar datos informativos y será de suma confidencialidad. Le agradezco de antemano su tiempo y colaboración brindada.

**INSTRUCCIONES:** A continuación se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responder marcando con un aspa (x) la respuesta que considere conveniente.

Considerando la escala de Likert:

<b>ESCALA DE LIKERT</b>	
(1)	Siempre o totalmente de acuerdo (S) (Grado máximo de absoluta aceptación con respecto al enunciado del ítem),
(2)	Casi siempre o de acuerdo (CS) (Grado inmediato inferior de aceptación al grado máximo, totalmente de acuerdo, con respecto al enunciado del ítem),
(3)	Algunas veces o A veces (AV) (Grado neutro o de indiferencia con respecto al enunciado del ítem),
(4)	Pocas veces o casi nunca (CN) (Grado inmediato inferior al grado absoluto de rechazo, totalmente en desacuerdo, con respecto al enunciado del ítem) y
(5)	Nunca o totalmente en desacuerdo (N) (Grado máximo de absoluto rechazo con respecto al enunciado del ítem). Considere usted el año 2017.

*Considere usted el año 2017.*



VARIABLE 1: EXPORTACIÓN						
DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE LA ESCALA				
		SIEMPRE 5	CASI SIEMPRE 4	A VECES 3	CASI NUNCA 2	NUNCA 1
Marketing internacional	<b>Producto</b>					
	1. Cree que después de que se les otorgo la certificación GLOBALGAP, la demanda del durazno huayco rojo en Ecuador, tuvo un significativo grado de aceptación y crecimiento.					
	2. Considera que el ingreso al mercado ecuatoriano, presento barreras arancelarias o no arancelarias infranqueables. (Entiéndase por infranqueable a una situación difícil de atravesar).					
	<b>Mercado</b>					
	3. Considera que para el proceso de exportación, les fue fácil acceder al mercado ecuatoriano en cuanto a sus canales de distribución.					
	4. Cree que su durazno logro satisfacer las necesidades de los consumidores ecuatorianos en base a su presentación y calidad, debido a las costumbres y diferencias de gustos.					
	<b>Precio</b>					
	5. Cree que sus precios les han permitido diferenciarse de la competencia.					
6. Considera que el precio acordado en el proceso de exportación, les ha permitido cubrir los costos, gastos, impuestos y su margen de utilidad en dicho proceso.						
<b>Promoción</b>						
7. Está de acuerdo que la falta de promoción del durazno huayco rojo proveniente de Muzga en el mercado nacional e internacional, tiene como consecuencia un bajo crecimiento en su proceso de internacionalización.						
8. Está de acuerdo que la creación y promoción de una marca país para el durazno huayco rojo significaría un aumento en su demanda de producción.						
Derecho internacional	<b>Tratados internacionales</b>					
	9. Considera que el TLC Perú – Ecuador, les ha permitido un comercio bilateral más fácil y con mayores beneficios.					
	10. Consideran iniciar el proceso para acceder al Sello de Calidad-INEN del Ecuador, de acuerdo al fácil acceso a los beneficios del TLC Perú – Ecuador.					
	<b>Contratación internacional</b>					
11. Considera que durante el establecimiento de un contrato con alguna empresa ecuatoriana, se les ha presentado alguna dificultad en base a la calidad y/o presentación del producto.						
12. Cree que cuentan con clientes fijos en el Ecuador.						
Logística de exportación	<b>Transporte para la exportación</b>					
	13. Está de acuerdo que los medios de transporte usados para la exportación del durazno huayco rojo, permiten que el importador reciba un producto de calidad y en óptimas condiciones.					
	14. Cree que la construcción de un puerto altamente tecnológico y de gran capacidad en el departamento de Ancash le permitirá una reducción en sus costos de transporte, de tiempo y aumento de la demanda.					
	<b>Seguros al comercio exterior</b>					
	15. Cree que el costo de los seguros de exportación es elevado.					
	16. Considera que los seguros ofrecidos para el proceso de exportación, cubren todas sus necesidades.					
	<b>Tramitación aduanal</b>					
	17. Considera contar para su proceso de exportación con un agente de aduanas.					
	18. Considera satisfactorio la gestión de trámites aduaneros requeridos en SUNAT ADUANAS.					
	<b>Formas internacionales de pago</b>					
19. Cree conocer las consideraciones previas y los riesgos del exportador al elegir la forma de pago internacional.						
20. Está de acuerdo con la forma de pago internacional durante su proceso de exportación.						

**CUESTIONARIO 2: LA EXPORTACIÓN DEL DURAZNO (HUAYCO ROJO) AL MERCADO ECUATORIANO Y LA RENTABILIDAD DE LOS PRODUCTORES DE MUZGA, HUACHO – 2017**

**SEÑOR(A):**

Tengo el agrado de dirigirme a usted con el objetivo de solicitarle unos minutos de su tiempo. Soy estudiante de la Universidad Cesar Vallejo, y estoy realizando una encuesta que a continuación se observa y le pido cordialmente pueda rellenarla. Cabe mencionar que el propósito de dicha encuesta que ha sido elaborada con fines universitarios, servirán para recopilar datos informativos y será de suma confidencialidad. Le agradezco de antemano su tiempo y colaboración brindada.

**INSTRUCCIONES:** A continuación se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responder marcando con un aspa (x) la respuesta que considere conveniente.

Considerando la escala de Likert:

<b>ESCALA DE LIKERT</b>	
(1)	Siempre o totalmente de acuerdo (S) (Grado máximo de absoluta aceptación con respecto al enunciado del ítem),
(2)	Casi siempre o de acuerdo (CS) (Grado inmediato inferior de aceptación al grado máximo, totalmente de acuerdo, con respecto al enunciado del ítem),
(3)	Algunas veces o A veces (AV) (Grado neutro o de indiferencia con respecto al enunciado del ítem),
(4)	Pocas veces o casi nunca (CN) (Grado inmediato inferior al grado absoluto de rechazo, totalmente en desacuerdo, con respecto al enunciado del ítem) y
(5)	Nunca o totalmente en desacuerdo (N) (Grado máximo de absoluto rechazo con respecto al enunciado del ítem). Considere usted el año 2017.

*Considere usted el año 2017.*

VARIABLE 2: RENTABILIDAD						
DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE LA ESCALA				
		SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
		5	4	3	2	1
Ventas	<b>Margen de utilidad neta</b>					
	1. Está de acuerdo que la exportación del durazno como fruta fresca, le ha permitido identificar un crecimiento en la producción.					
	2. Está de acuerdo con las utilidades generadas, según las ventas del 2017.					
	3. Cree que las ventas han resultado rentables gracias a una buena práctica de marketing internacional.					
	4. Cree que resultaría más rentable ofrecer el durazno fresco en un envase con una marca.					
	5. Cree que el ingreso a nuevos mercados internacionales generaría un aumento en sus ventas.					
	6. Considera que la variación de los precios, ha afectado en la demanda producida.					
	7. Cree que se les ha presentado obstáculos al comercio al querer ingresar a nuevos mercados, debido a la calidad o proceso de cultivo del durazno.					
	8. Considera tener un plan de acción como alianzas con otros productores en otras zonas del país, si se presenta la situación de no poder cubrir un pedido debido a plagas o desastres naturales en los cultivos.					
9. Considera que se han generado gastos extras durante la venta al mercado ecuatoriano.						
Activos	<b>Rendimiento de los activos</b>					
	10. Cree que para el 2017, se requirió la compra de más maquinaria de acuerdo con la producción demandada.					
	11. Considera que se requirió contratar más mano de obra para poder cubrir una producción más elevada.					
	12. Cree tener el transporte adecuado para el traslado al puerto de los duraznos y su conservación.					
	13. Cree que al patentar su durazno como marca, le generaría mayores beneficios.					
14. Considera que sus activos resultan ser favorables durante su proceso de exportación.						
Inversión de los accionistas	<b>Rendimiento sobre el capital</b>					
	15. Considera que se adquirió más hectáreas de terreno, de acuerdo a lo demandado en el 2017.					
	16. Considera implementar una planta empaquetadora.					
	17. Está de acuerdo con invertir en nuevas prácticas agrícolas, para obtener la certificación internacional en los otros 2 sectores que falta.					
	18. Considera invertir en manufactura que les permita ofertar el durazno procesado, ya sea en conservas, mermeladas, néctares, etc.					
	19. Está de acuerdo que el ingreso al mercado ecuatoriano, causo una inversión adicional a la existente.					
20. Está de acuerdo con invertir en nuevos estudios científicos que permitan identificar que otras variedades de duraznos pueden sembrarse en sus terrenos.						

### Anexo 03: Validación de instrumentos



#### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

##### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Malavez Cano, Fernando  
 I.2. Especialidad del Validador: Sociólogo  
 I.3. Cargo e Institución donde labora: D+T UCV  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: \_\_\_\_\_  
 I.5. Autor del instrumento: \_\_\_\_\_

##### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	

##### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....  
 .....  
 .....

##### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los olivos, 10 de NOV. del 2018.

.....  
 Firma de experto informante

DNI: 08725585

Teléfono: 26481250

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: EXPORTACION

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

Variable 2: RENTABILIDAD

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



Firma de experto informante

DNI: 08725585

Teléfono: 964817550



**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Guerra Bendezu, Carlos A.  
 I.2. Especialidad del Validador: fic en Administracion.  
 I.3. Cargo e Institución donde labora: Universidad Cesar Vallejo - Docente  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: \_\_\_\_\_  
 I.5. Autor del instrumento: \_\_\_\_\_

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los items utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los items miden lo que pretende medir.				✓	
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>					75%	

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

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

.....  
 .....  
 .....

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

75%

Los olivos, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 2018.

Firma de experto informante

DNI: 89726163.

Teléfono: 982332755

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: EXPORTACION

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

Variable 2: RENTABILIDAD

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





.....  
Firma de experto informante

DNI: 09726163

Teléfono: 982332755



**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: MERINO ZEVALLOS, CARLOS ANTONIO  
 I.2. Especialidad del Validador: ECONOMIA  
 I.3. Cargo e Institución donde labora: DTP - UCV  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: \_\_\_\_\_  
 I.5. Autor del instrumento: \_\_\_\_\_

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				75%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				75%	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				75%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				75%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				75%	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				75%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				75%	
CONSISTENCIA	Considera que los items utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				75%	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				75%	
METODOLOGÍA	Considera que los items miden lo que pretende medir.				75%	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					75%	

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

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

.....  
 .....  
 .....

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

75%

Los olivos, 10 de Noviembre del 2018.

Firma de experto informante

DNI: 07969037

Teléfono: 965726630

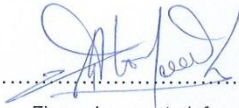
V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: EXPORTACION

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

Variable 2: RENTABILIDAD

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



Firma de experto informante

DNI: 07969037

Teléfono: 965726630



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD  
DE TESIS

Código : F06-PP-PR-02.02  
Versión : 09  
Fecha : 23-03-2018  
Página : 1 de 1

Yo, Mary Hellen Mariela Michca Maguina  
....., docente de la Facultad de Ciencias Empresariales ..... y Escuela  
Profesional de Negocios Internos de la Universidad César Vallejo Lima Norte (precisar  
filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada

"Exportación del durazno (hwayco rojo) al mercado ecuatoriano y la  
rentabilidad de los productores de Huzga, Huzcho - 2017  
.....",  
del (de la) estudiante lesly Irene Estela Vasquez  
....., constato que la investigación tiene un índice de  
similitud de 25 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las  
coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis  
cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la  
Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha Los Olivos, 10 de diciembre de 2018.

Firma

DRA. MARY HELLEN MARIELA MICHCA MAGUIÑA

DNI: 41478652

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Feedback Studio - Google Chrome  
 https://rev.lumina.com/app/critica/es/?lang=es&co=1054521102&co=3&u=12u=1054087834  
 feedback studio | EXPORTACIÓN DEL DURAZNO (HUAYCO ROJO) AL MERCADO ECUATORIANO Y LA RENTABILIDAD DE LOS PRODUCTORES DE MUZGA, HUACHO - 2017

**RESUMEN DE COINCIDENCIAS**

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en Inglés (Beta)

**25 %**

Coincidencias	
1	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante 1 % >
2	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante 1 % >
3	repositorio.ula.vech.ed... Fuente de Internet 1 % >
4	www.repositorio.eca... Fuente de Internet 1 % >
5	dispace.unach.edu.ec Fuente de Internet 1 % >
6	repositorio.uagv.edu.pe Fuente de Internet 1 % >
7	es.aldeahare.net Fuente de Internet 1 % >
8	docplayer.es Fuente de Internet 1 % >

Página: 1 de 07 | Numero de palabras: 10727 | High Resolution | Test-only Report | 5:52 p.m. 10/12/2018

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTORA:**

**LESLY IRENE ESTELA VASQUEZ**

**ASESOR:**

**DRA. MARY HELLEN MARIELA MICHCA MAGUIÑA**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL**

**LIMA-PERÚ**





Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

Estela Vasquez Lesly Irene
D.N.I. : 74610410
Domicilio : Jr. 2 de Mayo N.º 22 Lt. 8, 3 de Octubre de Villa
Teléfono : Fijo : Móvil : 936438056
E-mail : lesly.stl@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

[X] Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales
Escuela : Negocios Internacionales
Carrera : Negocios Internacionales
Título : Licenciado en Negocios Internacionales

[ ] Tesis de Post Grado

[ ] Maestría

[ ] Doctorado

Grado :
Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es):

Estela Vasquez, Lesly Irene

Título de la tesis:

Exportación del durazno (hwayco rojo) al mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de Muzga, Huacho - 2017.

Año de publicación : 2018

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento, autorizo a la Biblioteca UCV-Lima Norte, a publicar en texto completo mi tesis.

Firma : [Signature]

Fecha: 03/05/2019



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

La Escuela de Negocios Internacionales

---

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Lesly Irene Estela Vasquez

INFORME TÍTULADO:

Exportación del durazno (huayco rojo) al mercado ecuatoriano y la rentabilidad de los productores de Muzga, Huacho – 2017.

---

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

---

Licenciada en Negocios Internacionales

SUSTENTADO EN FECHA: 10/12/2018

NOTA O MENCIÓN: 13



  
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN