



Universidad Nacional

**SAN LUIS GONZAGA**



## **Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional**

Esta licencia permite a otras combinar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial, siempre y cuando den crédito y licencia a nuevas creaciones bajo los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>



**UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**  
**FACENI**



**EVALUACION DE ORIGINALIDAD**

**CONSTANCIA**

El Que suscribe, deja constancia que se ha realizado el análisis con el software de verificación de similitud al documento cuyo título es:

**MERCADO EXTERIOR E INCREMENTO DE ENVÍOS DE UVAS RED GLOBE DE LAS EMPRESAS AGROEXPORTADORAS DE LA PROVINCIA DE ICA HACIA ESTADOS UNIDOS, 2022**

Presentado por:

**LAGUNAS GARCÍA JESÚS MANUEL** Del nivel **PREGRADO** de la Facultad de Ciencias Económicas y Negocios Internacionales, Escuela Académico Profesional de **NEGOCIOS INTERNACIONALES**. El resultado obtenido es **11%** por el cual se otorga el calificativo de:

**APROBADO**

Se adjunta al presente el reporte de evaluación con el software de verificación de originalidad.

**Observaciones:**

Ica, 31 de julio del 2023



UNIVERSIDAD NACIONAL “SAN LUIS GONZAGA”  
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES  
PROGRAMA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES



**Titulo**

**MERCADO EXTERIOR E INCREMENTO DE ENVÍOS DE UVAS RED GLOBE  
DE LAS EMPRESAS AGROEXPORTADORAS DE LA PROVINCIA DE ICA  
HACIA ESTADOS UNIDOS, 2022**

Presentación de tesis.

**Para optar el título profesional de:**

Licenciado en negocios internacionales

**Línea de investigación:**

Sociedad, desarrollo sostenible, políticas públicas y ambientales

**INFORME FINAL DE TESIS**

**Bach. LAGUNAS GARCÍA, JESÚS MANUEL**

**ASESOR**

**DR HÉCTOR WILLIAM CARLOS CRUCES**

**Ica, Perú**

**2023**

### **DEDICATORIA**

Les ofrezco esta tesis a mis progenitores por el sostén brindado, el esfuerzo a lo largo de los años de carrera y a mis hermanos por la motivación en los momentos en lo que necesité de manera incondicional.

### **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios por acompañarme y mostrarme siempre su fidelidad; a mis padres, hermanos y amigos por inspirarme a mejorar cada día y a las personas que me abrieron las puertas para mejorar en el aspecto profesional, quienes con su amplia experiencia me han permitido aprender.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS .....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS .....	v
ÍNDICE DE GRAFICOS .....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT .....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. ESTRATEGIA METODOLÓGICA .....	12
III. RESULTADOS .....	14
IV. DISCUSIÓN.....	422
V. CONCLUSIONES .....	43
VI. RECOMENDACIONES .....	44
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	45
VIII. ANEXOS.....	47

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Matriz de operacionalización de variable (X): Mercado exterior.....	10
Tabla 2.	Matriz de operacionalización de variable (Y): Incremento de envíos de uva red globe.....	11
Tabla 3.	Resultados de la pregunta 1 .....	14
Tabla 4.	Resultados de la pregunta 2 .....	15
Tabla 5.	Resultados de la pregunta 3 .....	16
Tabla 6.	Resultados de la pregunta 4 .....	17
Tabla 7.	Resultados de la pregunta 5 .....	18
Tabla 8.	Resultados de la pregunta 6 .....	19
Tabla 9.	Resultados de la pregunta 7 .....	20
Tabla 10.	Resultados de la pregunta 8 .....	21
Tabla 11.	Resultados de la pregunta 9 .....	22
Tabla 12.	Resultados de la pregunta 10 .....	23
Tabla 13.	Resultados de la pregunta 11 .....	24
Tabla 14.	Resultados de la pregunta 12 .....	25
Tabla 15.	Resultados de la pregunta 13 .....	26
Tabla 16.	Resultados de la pregunta 14 .....	27
Tabla 17.	Resultados de la pregunta 15 .....	28
Tabla 18.	Resultados de la pregunta 16 .....	29
Tabla 19.	Resultados de la pregunta 17 .....	30
Tabla 20.	Resultados de la pregunta 18 .....	31
Tabla 21.	Resultados de la pregunta 19 .....	32
Tabla 22.	Resultados de la pregunta 20 .....	33
Tabla 23.	Resultados de la pregunta 21 .....	34
Tabla 24.	Resultados de la pregunta 22 .....	35
Tabla 25.	Resultados de la pregunta 23 .....	36
Tabla 26.	Resultados de la pregunta 24 .....	37
Tabla 27.	Comprobación de la Hipótesis General .....	38
Tabla 28.	Comprobación de la Hipótesis específica 1 .....	39
Tabla 29.	Comprobación de la Hipótesis específica 2 .....	40
Tabla 30.	Comprobación de la Hipótesis específica 3 .....	41

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.	Resultados de la pregunta 1 .....	14
Gráfico 2.	Resultados de la pregunta 2 .....	15
Gráfico 3.	Resultados de la pregunta 3 .....	16
Gráfico 4.	Resultados de la pregunta 4 .....	17
Gráfico 5.	Resultados de la pregunta 5 .....	18
Gráfico 6.	Resultados de la pregunta 6 .....	19
Gráfico 7.	Resultados de la pregunta 7 .....	20
Gráfico 8.	Resultados de la pregunta 8 .....	21
Gráfico 9.	Resultados de la pregunta 9 .....	22
Gráfico 10.	Resultados de la pregunta 10 .....	23
Gráfico 11.	Resultados de la pregunta 11 .....	24
Gráfico 12.	Resultados de la pregunta 12 .....	25
Gráfico 13.	Resultados de la pregunta 13 .....	26
Gráfico 14.	Resultados de la pregunta 14 .....	27
Gráfico 15.	Resultados de la pregunta 15 .....	28
Gráfico 16.	Resultados de la pregunta 16 .....	29
Gráfico 17.	Resultados de la pregunta 17 .....	30
Gráfico 18.	Resultados de la pregunta 18 .....	31
Gráfico 19.	Resultados de la pregunta 19 .....	32
Gráfico 20.	Resultados de la pregunta 20 .....	33
Gráfico 21.	Resultados de la pregunta 21 .....	34
Gráfico 22.	Resultados de la pregunta 22 .....	35
Gráfico 23.	Resultados de la pregunta 23 .....	36
Gráfico 24.	Resultados de la pregunta 24 .....	37

## RESUMEN

Este estudio tiene como finalidad determinar la relación entre el mercado exterior con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EE. UU, 2022.

La indagación fue de tipo aplicada, su nivel se compuso por el descriptivo-correlacional-transversal y su diseño se constituyó por el no experimental, asimismo se determinó una muestra conformada por 71 gerentes y/o directivos de empresas agroexportadoras.

Según la información adquirida se puede resolver que, con respecto al objetivo general de la investigación, el 53% de los encuestados considera que existe relación significativa entre el mercado exterior con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022.

Referente a la primera finalidad específica se resuelve que el 56% de los encuestados considera que existe relación directa del Tratado de Libre Comercio con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EE. UU, 2022.

Respecto al segundo objetivo específico se establece que, el 53% de los encuestados manifiesta que existe relación significativa entre las negociaciones y el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EE. UU, 2022.

Respecto al tercer objetivo específico se establece que, el 53% de los encuestados considera que las exportaciones tradicionales se relacionan favorablemente con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EE. UU, 2022.

**Palabras clave:** Mercado, exterior, exportación.

## **ABSTRACT**

The purpose of this study is to determine the relationship between the foreign market and the increase in shipments of red globe grapes from agro-export companies from the province of Ica to the US, 2022.

The inquiry was of the applied type, its level was made up of the descriptive-correlational-transversal and its design was made up of the non-experimental one, likewise a sample made up of 71 managers and/or directors of agro-export companies was determined.

According to the information acquired, it can be resolved that, with respect to the general objective of the investigation, 53% of those surveyed consider that there is a significant relationship between the foreign market and the increase in shipments of red globe grapes from agro-export companies in the province of Ica to the US, 2022.

Regarding the first specific purpose, it is resolved that 56% of those surveyed consider that there is a direct relationship between the Free Trade Agreement and the increase in shipments of red globe grapes from agro-export companies from the province of Ica to the US, 2022.

Regarding the second specific objective, it is established that 53% of those surveyed state that there is a significant relationship between negotiations and the increase in shipments of red globe grapes from agro-export companies from the province of Ica to the US, 2022.

Regarding the third specific objective, it is established that 53% of those surveyed consider that traditional exports are favorably related to the increase in shipments of red globe grapes from agro-export companies from the province of Ica to the US, 2022.

**Keywords:** Market, foreign, export.

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **A. Planteamiento del problema**

Perú cuenta con las mejores uvas de red globe en Latinoamérica, que son de calidad y sobre todo muy saludables para el consumidor. Y actualmente se están exportando a 68 países en los 5 continentes, destacando principalmente los países de Estados Unidos, China, Holanda y Canadá, ya que estos demandan mucho el producto, y esto se debe a que siendo países productores y exportadores no abastecen a toda su población, como es el caso de Estados Unidos, en dicho país su cultivo solo está concentrado durante algunos meses del año.

Lo que lo obliga a conseguir proveedores, en el cual destaca principalmente el Perú, puesto que, en el país, se cultiva durante todo el año la uva, siendo los principales departamentos productores Lima, Piura, La libertad e Ica, siendo el de mayor producción por contar con un excelente clima y suelo necesario.

Es por ello que la investigación sostuvo el estudio de la evolución de las exportaciones de uva red globe del año 2022 para ver la tendencia creciente y atracción de nuevos exportadores en tal sentido aquellas empresas que decidan incursionar, puedan también aplicar la inteligencia comercial sobre la cantidad de volúmenes y el precio de exportación logrando mejores resultados económicos y financiero

### **B. Antecedentes de la investigación**

#### **a. Antecedentes internacionales**

1. **Castro, G. (2019)** el estudio tuvo como objetivo evaluar la competitividad de la oferta exportable ecuatoriana hacia el mercado de Chile en base al Acuerdo de Complementación Económica ACE N° 65 en el marco de la Comunidad Andina, uso el método experimental, analítico y sintético, se manejo una entrevista estructurada y exploración de archivos, como instrumento se utilizó el Método Delphi , concluyendo que se debe aumentar la producción para satisfacer la demanda extranjera, así mismo implementar estrategias apropiadas en la comercialización, enfocadas en el consumidor, efectuando las demandas en cuanto a la calidad y certificación del producto.
2. **Arreaga, L. (2017)** en su estudio formula como objetivo analizar la contribución del sector de frutas y frutos no tradicionales, a la generación de empleo, producción y, más importante, ventas al exterior, usando un enfoque cuantitativo, método deductivo y analítico, también es histórica y descriptiva, se concluyó que el sector frutícola mantuvo un saldo comercial favorable, generando 74 mil empleos directos anuales
3. **Ascencio, L. (2020)** en su indagación formulo como objetivo analizar la exportación de la pitahaya ecuatoriana hacia mercados internacionales,

estudio con un enfoque cuantitativo, descriptivo, manejando la técnica del análisis de contenido, consigue un documento que revela el crecimiento de las exportaciones, los principales lugares de comercialización e identificación de importadores de manera global.

4. **Coquis y Núñez (2019)** en su estudio presento como objetivo general determinar la influencia de la certificación GLOBALG.A.P en el desarrollo de los productores de uva para exportación en la región Lambayeque, usando un enfoque cuantitativo, tipo analítica, descriptiva, diseño no experimental , población de 34 3mpresas agroexportadoras, muestreo no probabilístico por conveniencia, manejando la encuesta y el cuestionario, concluyendo que el certificado GLOBALG A.P. influye positivamente en el desarrollo de las empresas agroexportadoras de uva.

**b. Antecedentes nacionales**

1. **Córdova y Ruiz (2021)** formularon en su estudio como finalidad, encontrar la relación entre los riesgos operacionales y la cadena logística de las exportaciones de uva fresca hacia Estados Unidos durante el periodo 2016 a 2020, desarrollando un diseño correlacional, enfoque mixto, se aplicó 49 cuestionarios a ejecutivos de las empresas agroexportadoras, concluyendo que los riesgos operacionales se encuentran relacionados con la cadena logística de las exportaciones de uva fresca.
2. **Chávez, Cieza, Ramos y Shuna (2020)**, plantearon como objetivo determinar la relación entre la Producción y Exportación de la uva de mesa de la empresa Agrokasa S.A. en el periodo 2017-2019. El impacto del tratado de libre comercio Perú-Estados Unidos en la exportación del espárrago fresco peruano a estados unidos: un estudio para los años 2004-2018, utilizo como estrategia metodológica un diseño no experimental, tipo aplicada, correlacional , esgrimió una muestra de 50 personas que trabajan en las áreas de Producción y Operaciones de la empresa, como técnica manejo la encuesta , concluyendo que hay relación entre la producción y la exportación de la uva de mesa de la empresa Agrokasa S.A.
3. **Almonacid y Barrera (2020)** la indagación tuvo como objetivo analizar los factores que influyeron en el incremento de las exportaciones de uvas frescas de la región de Ica bajo el TLC Perú-China del periodo 2008-2019, utilizando como marco metodológico un enfoque mixto, diseño expost facto, manejando la técnica de la entrevista , concluyendo que el Acuerdo Comercial firmado entre China y Perú tuvo un impacto positivo en la industria agropecuaria de exportación de uvas frescas en la provincia de Ica.

4. **Niño, Sernaqué y Zuñiga (2021)** el estudio tuvo como objetivo determinar el impacto del covid-19 en el sector agroexportador de la uva de mesa proveniente de la región Piura, esgrimiendo el análisis de contenido, y el método analítico, concluyendo que habiéndose dado restricciones por motivo de la pandemia ocasionada por el coronavirus no se vio afectada la exportación siendo beneficiosas la campaña para las empresas agroexportadoras de uva de mesa, compensando los gastos generados para prevenir la salud de los trabajadores.

**c. Antecedentes locales**

Después de una exhaustiva búsqueda, se llegó a la conclusión que no se ha encontrado antecedentes locales.

**C. Bases teóricas**

- **Teoría de integración económica**

En el análisis a desarrollar en la investigación, se debe tener en claro, cual es el escenario de integración del Perú a nivel internacional. Es importante, señalar que el Perú es miembro fundador de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y miembro pleno del Foro de Cooperación Económica Asia Pacifico (APEC), este último conformado por 21 economías. A nivel latinoamericano, el Perú es miembro de la Comunidad Andina de Naciones (Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú) y en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), el Perú ha suscrito un Acuerdo de Complementación Económica con el MERCOSUR.

La teoría guarda relación con el objetivo de la investigación, ya que da un soporte para entender la base del comercio internacional sobre el estudio a desarrollar. El proceso de integración comercial entre Perú y Estados Unidos, es el escenario de análisis para llegar a ampliar los objetivos. Estos, se presentan en función a las regularizaciones y acuerdos político-comercial. Así mismo, ayuda a definir la variación arancelaria, precio valor FOB y las regularizaciones de ingreso de mercancía perecible a un mercado estadounidense, como las medidas fitosanitarias. Además, el Perú es un actor activo en la política de integración comercial con el mundo. Esto se refleja, en su estrategia comercial de largo plazo que busca consolidar mercados para los productos peruanos con el fin de desarrollar una oferta exportable competitiva que, a su vez, genere más y mejores empleos. Por consiguiente, a través de diversos esquemas de integración, se ha logrado el acceso a importantes mercados desarrollados, hacia los cuales podrá acceder el inversionista que se establezca en el país.

Para entender la procedencia de la teoría, se debe conocer, los inicios de cómo se propició los acuerdos, para llegar a entender con más claridad todos los detalles que presenta como beneficios a los integrantes. El Perú es un país con gran diversidad de productos agropecuarios y con una magnífica naturaleza y clima

Por ello, se dan los protocolos para seguir normalizando y colocando reglas claras para la integración comercial. El GATT constituye la Organización Mundial del Comercio (OMC) en la Ronda de Uruguay a partir del 1 de enero de 1995 como organismo rector del comercio mundial cuyos principales objetivos son administrar, supervisar y aplicar los acuerdos comerciales que pueden surgir de las negociaciones (Zavala, 2015).

En el periodo de vigencia, existieron rondas de negociación que beneficiaron a la reducción de aranceles. Para el apoyo del objetivo, debe quedar claro, los beneficios que Perú obtuvo, uno de ellos es la exoneración que se llevó a cabo durante el pacto comercial con China. El análisis de esta investigación, está enfocado en el acuerdo comercial entre la República China y Perú. Los aranceles exonerados de manera gradual, como parte del acuerdo de las exportaciones de uvas frescas, brindan el sustento para analizar un antes y un después de la exoneración total en base a los incrementos de exportación hacia el país destino.

La OMC tiene como principal objetivo que los acuerdos apoyen a que el comercio fluya con libertad, con normas transparentes y previsibles. Dichos acuerdos, presentan obligaciones para reducir los aranceles aduaneros y otros obstáculos al comercio, aportan mecanismos para resolver conflictos de intereses. Se debe recalcar, que estos acuerdos están prestos a modificaciones y agrupamiento de nuevos acuerdos.

Estos otros beneficios, deben aprovecharse bajo el acuerdo entre Perú y Estados Unidos, el cual maneja un comercio transparente con relación a sus competidores directos. Se plantea desarrollar un enfoque de diferenciación, estos se regularizan dentro del marco de la integración económica.

Teoría económica del comercio internacional

El comercio internacional se puede definir como el intercambio de recursos (bienes, capitales o servicios) que satisfacen las necesidades entre dos o más países, lo cual permite liberar las barreras comerciales, analizar y orientar las ventajas competitivas en el mercado internacional.

Bajo este enfoque, se plantea en la investigación dos objetivos relacionados con la ventaja competitiva que presenta el Perú, especialmente en el comercio

agropecuario de las uvas frescas. Se maneja la producción de uvas frescas, la cual cuenta con una calidad excepcional. Este viene justificado, ya que el Perú es una región con un clima propicio para la cosecha de este producto. Por ende, la presentación de las uvas frescas peruanas es considerada con una calidad óptima, el precio que se maneja en el mercado internacional es sostenido y avalado con el prototipo agradable para el mercado asiático.

Por ello, la teoría de Smith que se enfoca en la especialización ayuda a identificar de qué forma se puede analizar el incremento de las exportaciones de uvas frescas a Estados Unidos, tales como el precio y el cumplimiento de las medidas fitosanitarias. Este último, es un factor clave para elevar el valor del producto a exportar. Esto se considera, ya que, analizando el mercado en Estados Unidos, presenta diversos estándares de calidad para el manejo del ingreso de mercancía fresca. Sin embargo, según el punto de vista de los economistas Heckscher y Ohlin esta ventaja es resultado de distintos factores que intervienen en la producción. Se puede decir, que se debería exportar aquellos bienes cuyos costos relativos más bajos estén determinados por el uso del factor o factores más abundantes. Se menciona, que el comercio internacional contribuiría a la reducción de la escasez y abundancia de factores y por consiguiente contribuiría a la eliminación de sus costos relativamente diferentes. La liberalización del comercio internacional, la cual consiste en la reducción de los diferentes tipos de barreras.

A esta actividad económica se le denomina exportación cuando se vende al exterior e importación cuando se le compra a otro país. Para la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), el comercio internacional es un poderoso catalizador del desarrollo económico al permitir el flujo de financiación, tecnología y servicios necesarios para fomentar de las industrias.

Entre los beneficios del Comercio Internacional podemos encontrar los siguientes:

- El comercio internacional tiene como principales beneficios el acceso a recursos escasos e ilimitados incentivando y extendiendo la variabilidad en cuando a recursos tangibles e intangibles.
- Las importaciones generan que las empresas del país local incrementen la competitividad para poder mantenerse en el mercado. El sector local se preocupa por desarrollar, innovar y manejar estándares de calidad para incentivar la demanda.

- El comercio internacional promueve la comprensión y cooperación entre los países. Es una forma eficaz de favorecer la creación de vínculos comerciales, estrechar relaciones entre las regiones e incentivar el desarrollo común. Las políticas de iniciación al comercio internacional y a la inversión extranjera son una valiosa herramienta para el desarrollo económico y tienen un gran impacto en la reducción de la pobreza y la mejora en la calidad de vida (Rincón, Santamaría, & Calderón, 2007)

En este punto, también se considera que el sector agropecuario peruano aún no refuerza en el desarrollo de estándares indirectos que apoyen el trabajo conjunto de los exportadores de uvas frescas.

En específico se puede hablar de mejoras en promociones del sector público, las infraestructuras de tránsito para la consolidación de carga exportable, entre otros. Todos ellos, son puntos importantes que en su conjunto suman a seguir mejorando en el sector, buscando la especialización y diferenciación con el resto de competidores.

- **Tratado de libre comercio**

Los Tratados Comerciales (TLC) son acuerdos bilaterales o multilaterales que son ejecutados entre distintos estados, tiene como objetivo la apertura de los mercados y la eliminación de los aranceles para el trato comercial preferente de manera mutua (Acuerdos Comerciales del Perú, 2008).

Se entiende que bajo estos acuerdos se puede concretar estrategias a largo plazo para el perfeccionamiento de diversos productos o servicios, el Ministerio de Economía y Finanzas sostiene que en el TLC además de tratar beneficios arancelarios, también se plantean como objetivo: inversiones, tecnología, ambiente, sanitarias, propiedad intelectual, laboral, entre otros (MEF, 2017)

#### **D. Marco conceptual**

- **Índice de volumen de exportación:** Refleja las fluctuaciones de los volúmenes de las mercaderías exportadas en relación a un año determinado o periodo base. (BCRP, 2011, p. 102)
- **Magnitud de exportación:** La cantidad de bienes / servicios enviados desde un país como mercancía a otro país, expresada en términos de valor por dinero (generalmente toneladas).
- **Valor de exportación:** El precio de venta que permite al fabricante / exportador recuperar costos y ganancias, incluyendo el retorno relacionado

con los esfuerzos comerciales realizados y el riesgo basado en el capital comprometido.

- **Arancel:** Es un impuesto que grava aquellas materias primas y / o productos que ingresan al mercado interno (importación) o exportan a cualquier mercado de destino (Ministerio de Economía y Finanzas).

## **E. Problemas de la investigación**

### **a. Problema general**

¿En qué medida el mercado exterior se relaciona con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EE. UU, 2022?

### **b. Problemas específicos**

1. ¿Cómo se relaciona el Tratado de Libre Comercio con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EE. UU, 2022?
2. ¿De qué manera las negociaciones se relacionan con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EE. UU, 2022?
3. ¿En qué medida las exportaciones tradicionales se relacionan con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EE. UU, 2022?

## **F. Justificación**

### **- Justificación teórica**

El propósito de la indagación es brindar mayores conocimientos y habilidades en cuanto al mercado exterior e incremento de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EE.UU., también ofrecer información sistematizada de los resultados y poder aportar metodologías para optimizar el mercado exterior y seguir incrementando las exportaciones de uva , que redundara en mejorar la balanza comercial y aumentar el PBI , siendo de beneficio para la población iqueña y del Perú.

### **- Justificación práctica**

La investigación analizara las experiencias de los directivos de las empresas agroexportadoras de uva red globe y mejorar para enfrentar el mercado competitivo exterior, a fin de proponer soluciones fácticas que servirán para evitar los riesgos, motivar las alianzas estratégicas y lograr mayor competitividad y ampliar el envío de uvas red globe hacia los mercados exteriores.

- **Justificación metodológica**

Se aplicará el método científico, y se utilizará las técnicas e instrumentos como herramientas estadísticas que servirán para obtener los resultados anhelados que serán de beneficio de las empresas agroexportadoras

**G. Objetivos de la investigación**

**a. Objetivo general**

Determinar la relación entre el mercado exterior con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EE. UU, 2022.

**b. Objetivos específicos**

1. Exponer la relación del Tratado de Libre Comercio con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EE. UU, 2022.
2. Analizar las negociaciones y su relación con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EE. UU, 2022.
3. Describir la relación de las exportaciones tradicionales el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EE. UU, 2022.

**H. Hipótesis de la investigación**

**a. Hipótesis general**

Existe relación significativa entre el mercado exterior con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EE. UU, 2022.

**b. Hipótesis específicas**

1. Existe relación directa del Tratado de Libre Comercio con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EE. UU, 2022.
2. Existe relación significativa entre las negociaciones y el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EE. UU, 2022.
3. Las exportaciones tradicionales se relacionan favorablemente con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EE. UU, 2022.

**I. Variables de la investigación**

**a. Variable independiente**

Mercado exterior

**b. Variable dependiente**

Incremento de envíos de uvas red globe



**Tabla 2***Matriz de operacionalización de variable (Y): Incremento de envíos de uva red globe*

<b>Título:</b> Mercado exterior e incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia Estados Unidos, 2022.				
<b>Variable (Y)</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>
Incremento de envíos de uva red globe	Información especializada y actualizada del incremento de la producción y envíos de uvas red globe del comercio mundial, en el contexto del desarrollo de las empresas agroexportadoras nacionales (Ministerio de agricultura y riego,2019)	La medición de la variable se realizará mediante las dimensiones de logística internacional, colocación y demanda.	Logística internacional	- Diligencia aduanal - Maneras internacionales de pagos - Incoterms
			Colocación	- Ventas directas - Ventas indirectas - Internacionalización
			Demanda	- Consumo del mercado estadounidense

*Nota.* Elaborado por el autor, 2023.

## II. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

### A. Tipo, nivel y diseño de investigación

#### a. Tipo de investigación

El tipo de investigación es aplicado, a juicio de Ander, E. (2011) señala que se trata de una investigación aplicada enfocada a la solución de problema, aplicando lo cognoscitivo (p.42).

#### b. Nivel de investigación

El nivel fue descriptivo-correlacionado-transversal, según Andía et al. (2020) lo descriptivo consiste en que permitirá una descripción detallada de por qué se presentaron los problemas durante la fase de desarrollo del trabajo a nivel de anteproyecto, y cómo incide la falta de ejecución de los proyectos de inversión en servicios de iluminación. Asimismo, según Rubio, I. (2022) es correlacional porque los hechos se describe la relación existente entre las variables de la investigación. Además, según Cevallos, Á. (2019) explica que es transversal ya que consiste en que la indagación se sitúa dentro de un periodo de tiempo que es en el año 2021 para lograr detallar las incidencias en un solo momento.

#### c. Diseño de investigación

El diseño del estudio fue no experimental, según Coaquira, J. (2018) determina que se recoge la información de la variable sin cambios ni modificaciones para la obtención de resultados.

### B. Población, muestra materia de investigación

#### a. Población

La población está conformada por 86 gerentes y/o directivos de empresas agroexportadoras.

#### b. Muestra

La fórmula de la muestra contribuirá en calcular el resultado con la formula continuante:

La muestra se calculó mediante la siguiente formula:

$$n = \frac{S^2 x N x P x R}{E^2 x (N - 1) + S^2 x P x R}$$

Donde:

N = Población, cuyo valor es 86

S = Nivel de confianza al 95%, cuyo valor es 1.96

E = Error muestral, cuyo valor es 5

P = Probabilidad de éxito, cuyo valor es 50

R = Probabilidad de fracaso, cuyo valor es 50

**Reemplazando:**

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * 86}{(0.05)^2 * (86-1) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = 71$$

Se determina una muestra conformada por 71 gerentes y/o directivos de empresas agroexportadoras

**C. Técnica de recolección de datos**

La técnica en estudio fue la encuesta por permitir adquirir el informe que nos facilitara para registrar y procesar los datos para estudiar las variables con el fin de comprenderlas.

**D. Instrumentos de recolección de datos**

El instrumento es el cuestionario se compone por una serie de preguntas que ayudaran al participante en contestar con las alternativas para que pueda marcar con el fin de tener el registro de las intervenciones y así lograr analizarlas.

Para recolectar información, realizaré la encuesta utilizando la herramienta del cuestionario con opciones de respuesta en escala de Likert, y continuaré recopilando datos directamente de la muestra acerca de las dimensiones de las variables que se están estudiando.

**E. Técnica de procesamiento de datos, análisis e interpretación de resultados**

Realizaré esta investigación basándome en métodos analítico-sintético, cuantitativo-cualitativo e inductivo.

Se aplicarán métodos analítico-sintéticos para construir las bases teóricas de las variables de investigación y definir sus indicadores y sus dimensiones.

Los métodos cuantitativos que aplicaré se basarán en la recopilación de datos de la muestra de investigación, donde aplicaré la encuesta, y en base a esta información luego podré comparar y probar hipótesis.

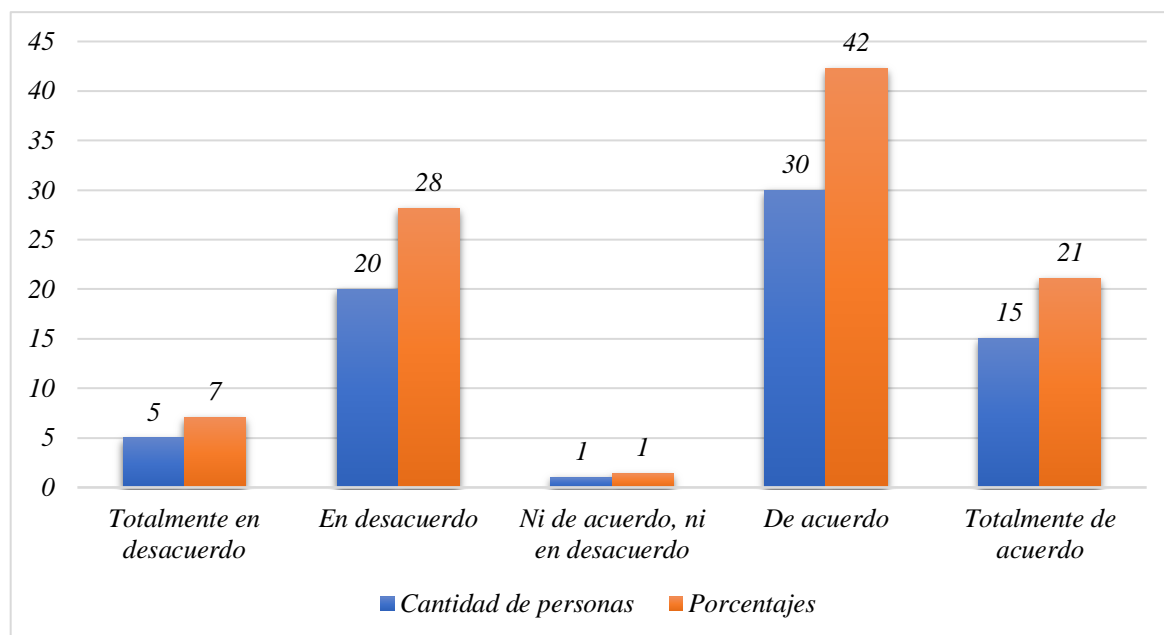
### III. RESULTADOS

**Tabla N° 03: Respuestas de la pregunta N° 01**

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	5	7
<i>En desacuerdo</i>	20	28
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	1	1
<i>De acuerdo</i>	30	42
<i>Totalmente de acuerdo</i>	15	21
<b><i>Total</i></b>	<b>71</b>	<b>100.00</b>

**Elaboración:** Propia

**Gráfico N° 01: Respuestas de la pregunta N° 01**



**Elaboración:** Propia

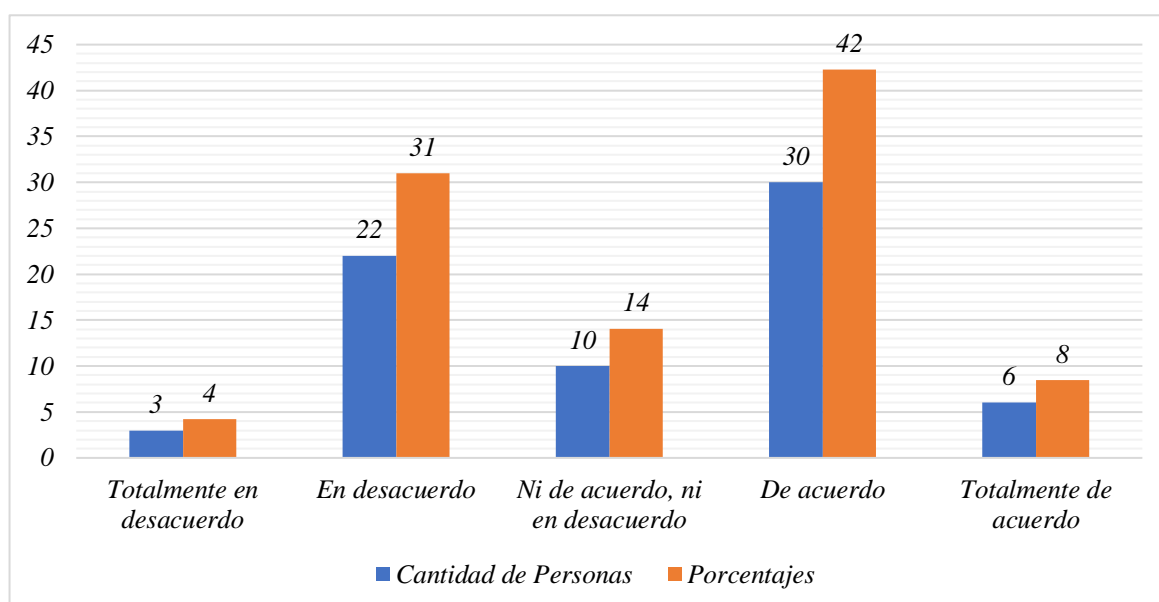
**Interpretación:** De la recolección de información, se puede observar en la tabla y gráfico anterior que el 42% de los encuestados expresa estar de acuerdo sobre que el aumento del comercio exterior es beneficiado con la exoneración de tasas con EE.UU. El 28% de los encuestados se muestran en desacuerdo, el 21% expresan estar totalmente de acuerdo, el 7% totalmente en desacuerdo y solamente el 1% se muestra neutral.

**Tabla N° 04: Respuestas de la pregunta N° 02**

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de Personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	3	4
<i>En desacuerdo</i>	22	31
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	10	14
<i>De acuerdo</i>	30	42
<i>Totalmente de acuerdo</i>	6	8
<b><i>Total</i></b>	<b>71</b>	<b>100.00</b>

**Elaboración:** Propia

**Gráfico N° 02: Respuestas de la pregunta N° 02**



**Elaboración:** Propia

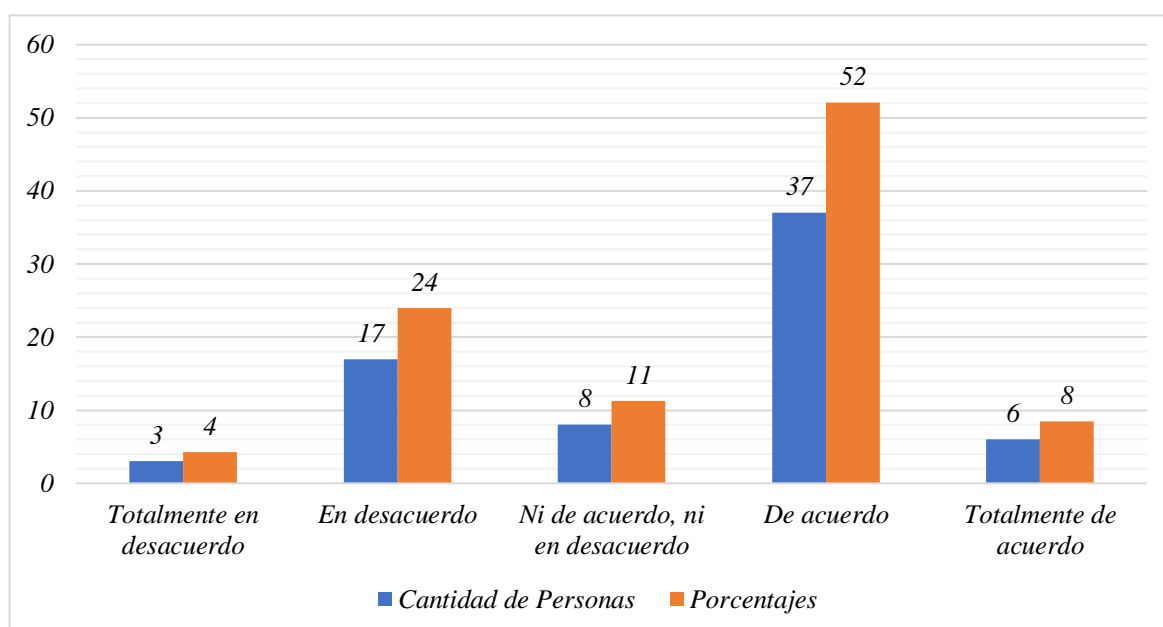
**Interpretación:** Se puede evidenciar en la tabla y gráfico anterior que el 42% de los encuestados se muestra de acuerdo al considerar que en la producción y comercialización mundial es beneficiada con el TLC con los EEUU, el 31% expresa estar en desacuerdo, el 14% se muestra neutral, el 8% está totalmente de acuerdo y el 4% totalmente en desacuerdo.

**Tabla N° 05: Respuestas de la pregunta N° 03**

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de Personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	3	4
<i>En desacuerdo</i>	17	24
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	8	11
<i>De acuerdo</i>	37	52
<i>Totalmente de acuerdo</i>	6	8
<b><i>Total</i></b>	<b>71</b>	<b>100.00</b>

**Elaboración:** Propia

**Gráfico N° 03: Respuestas de la pregunta N° 03**



**Elaboración:** Propia

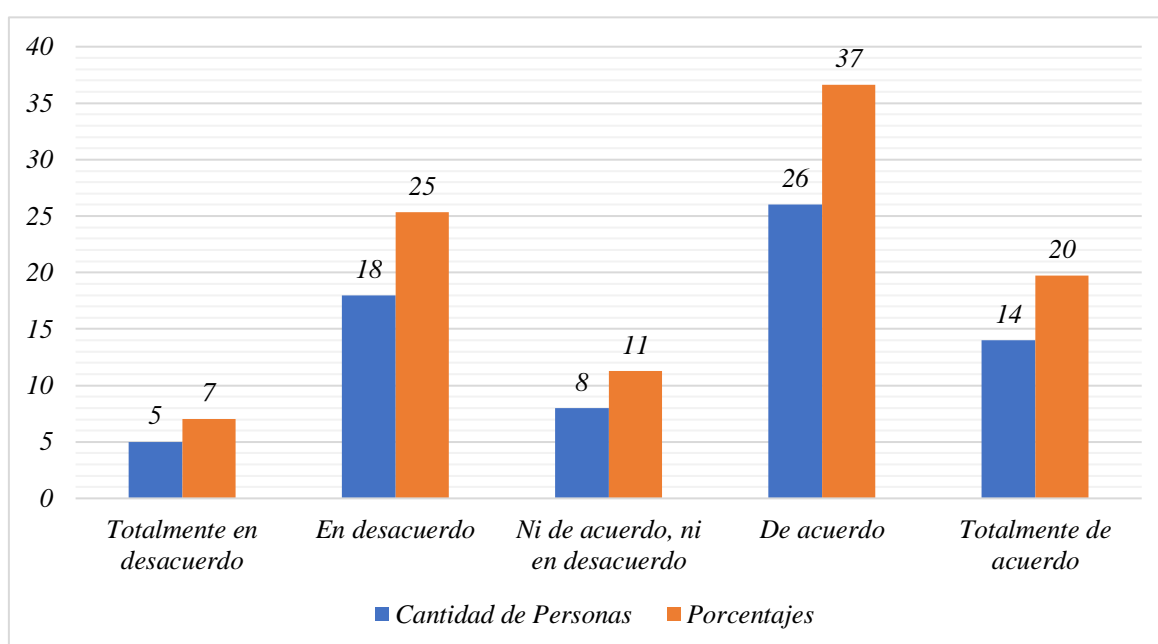
**Interpretación:** Después de la obtención de datos, se puede observar en la tabla y gráfico anterior que el 52% de los trabajadores expresa estar de acuerdo que la comercialización Perú-EE.UU es favorecida con la política comercial de libre mercado, el 24% expresa estar en desacuerdo, el 11% se muestra neutral, el 8% manifiesta estar totalmente de acuerdo y el 4% totalmente en desacuerdo.

**Tabla N° 06: Respuestas de la pregunta N° 04**

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de Personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	5	7
<i>En desacuerdo</i>	18	25
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	8	11
<i>De acuerdo</i>	26	37
<i>Totalmente de acuerdo</i>	14	20
<b><i>Total</i></b>	<b>71</b>	<b>100.00</b>

**Elaboración:** Propia

**Gráfico N° 04: Respuestas de la pregunta N° 04**



**Elaboración:** Propia

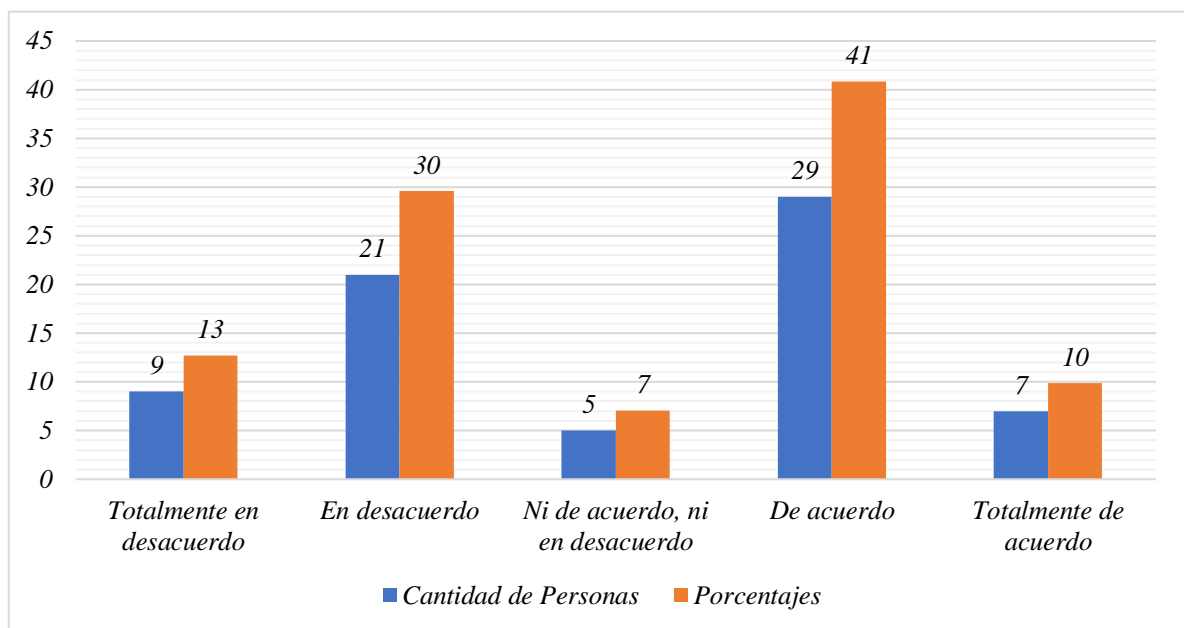
**Interpretación:** Se puede observar en la tabla y gráfico anterior que el 37% de los encuestados expresa estar de acuerdo sobre que un requisito obligatorio para exportar uvas hacia el mercado de EE.UU es la propiedad intelectual, el 25% manifiesta estar en desacuerdo, el 20% están totalmente de acuerdo, el 11% se muestra neutral y el 7% totalmente en desacuerdo.

**Tabla N° 07: Respuestas de la pregunta N° 05**

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de Personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	9	13
<i>En desacuerdo</i>	21	30
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	5	7
<i>De acuerdo</i>	29	41
<i>Totalmente de acuerdo</i>	7	10
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100.00</b>

**Elaboración:** Propia

**Gráfico N° 05: Respuestas de la pregunta N° 05**



**Elaboración:** Propia

**Interpretación:** Según los datos obtenidos, se pueden observar en la tabla y gráfico anterior que el 41% de los trabajadores expresa estar de acuerdo en que el incremento de la agro exportación de uva ha sido aventajado por el acuerdo binacional entre Perú -EEUU, por el contrario, el 30% expresa estar en desacuerdo, le sigue el 13% que manifiesta estar totalmente en desacuerdo, el 10% totalmente de acuerdo y solamente el 7% se muestra indiferente.

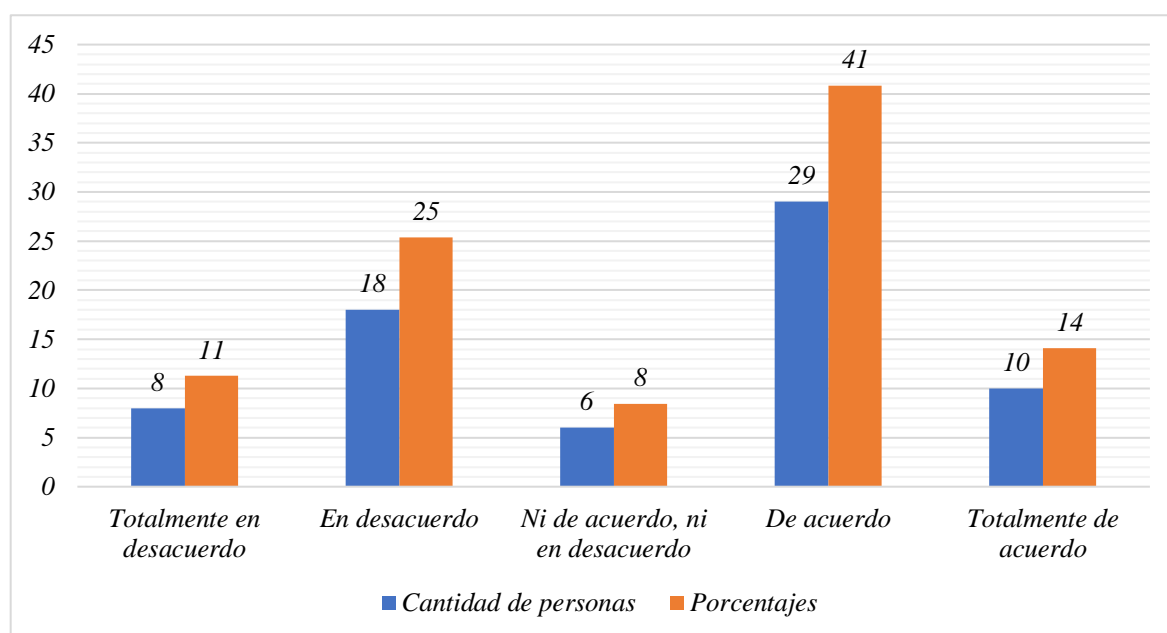
**Tabla N° 08: Respuestas de la pregunta N° 06**

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	8	11

<i>En desacuerdo</i>	18	25
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	6	8
<i>De acuerdo</i>	29	41
<i>Totalmente de acuerdo</i>	10	14
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100.00</b>

**Elaboración:** Propia

**Gráfico N° 06: Respuestas de la pregunta N° 06**



**Elaboración:** Propia

**Interpretación:** Se puede observar en la tabla y gráfico anterior que el 41% de los encuestados expresa estar de acuerdo sobre que el mercado estadounidense es muy estricto en su negociación, siendo riguroso en lo que respecta a documentación y certificaciones, el 25% manifiesta estar en desacuerdo, el 14% se encuentra totalmente de acuerdo, el 11% totalmente en desacuerdo y finalmente el 8% que se mantiene neutral.

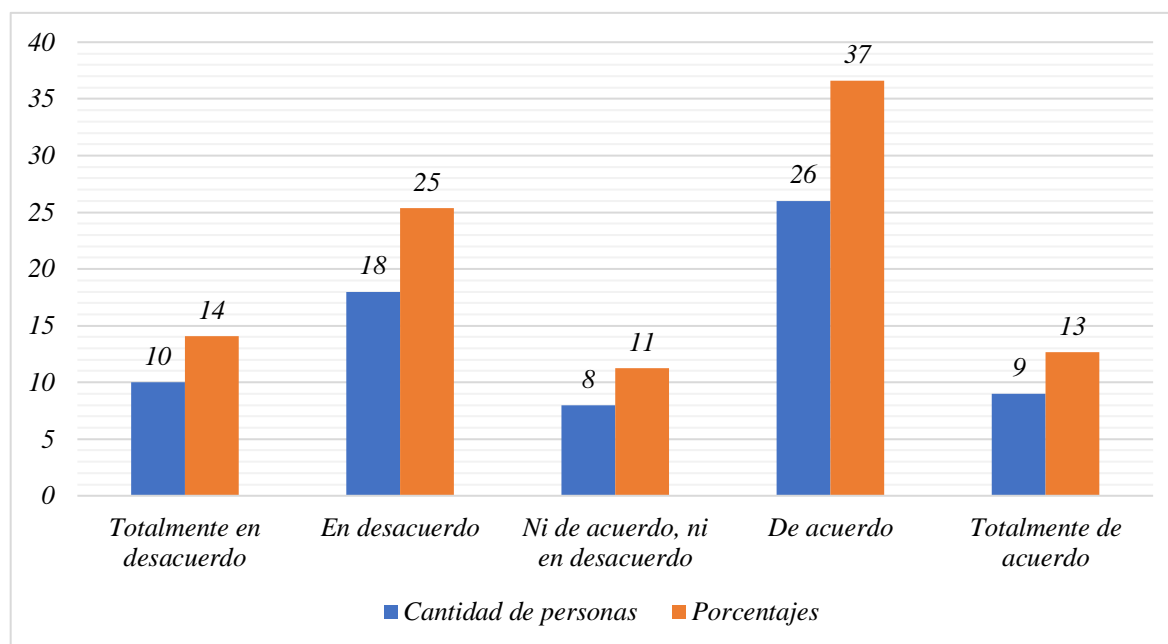
**Tabla N° 09: Respuestas de la pregunta N° 07**

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	10	14
<i>En desacuerdo</i>	18	25
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	8	11

<i>De acuerdo</i>	26	37
<i>Totalmente de acuerdo</i>	9	13
<b><i>Total</i></b>	<b>71</b>	<b>100.00</b>

**Elaboración:** Propia

**Gráfico N° 07: Respuestas de la pregunta N° 07**



**Elaboración:** Propia

**Interpretación:** Se puede observar en la tabla y gráfico anterior que el 37% de los trabajadores expresan estar de acuerdo sobre que la producción de uvas en el sector de agro exportación cumple con los requerimientos del mercado estadounidense, le sigue el 25% que manifiesta estar en desacuerdo, el 14% manifiesta estar totalmente en desacuerdo, el 13% totalmente de acuerdo y solamente el 11% se muestra neutral.

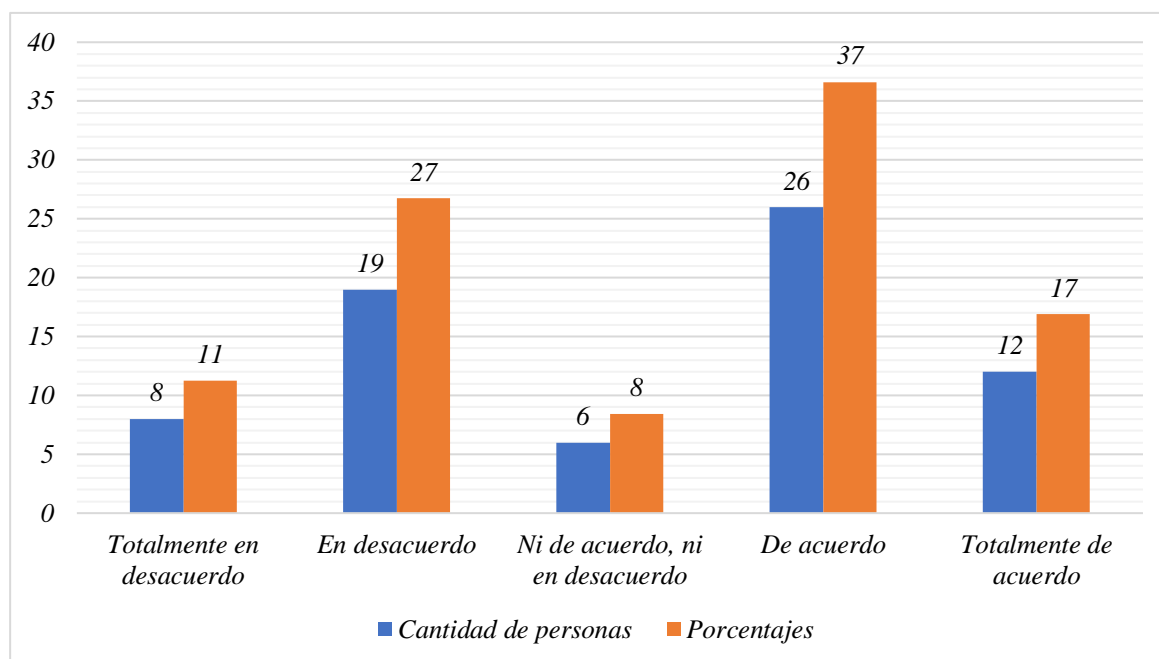
**Tabla N° 10: Respuestas de la pregunta N° 08**

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	8	11
<i>En desacuerdo</i>	19	27
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	6	8
<i>De acuerdo</i>	26	37
<i>Totalmente de acuerdo</i>	12	17

<i>Total</i>	<i>71</i>	<i>100.00</i>
--------------	-----------	---------------

**Elaboración:** Propia

**Gráfico N° 08: Respuestas de la pregunta N° 08**



**Elaboración:** Propia

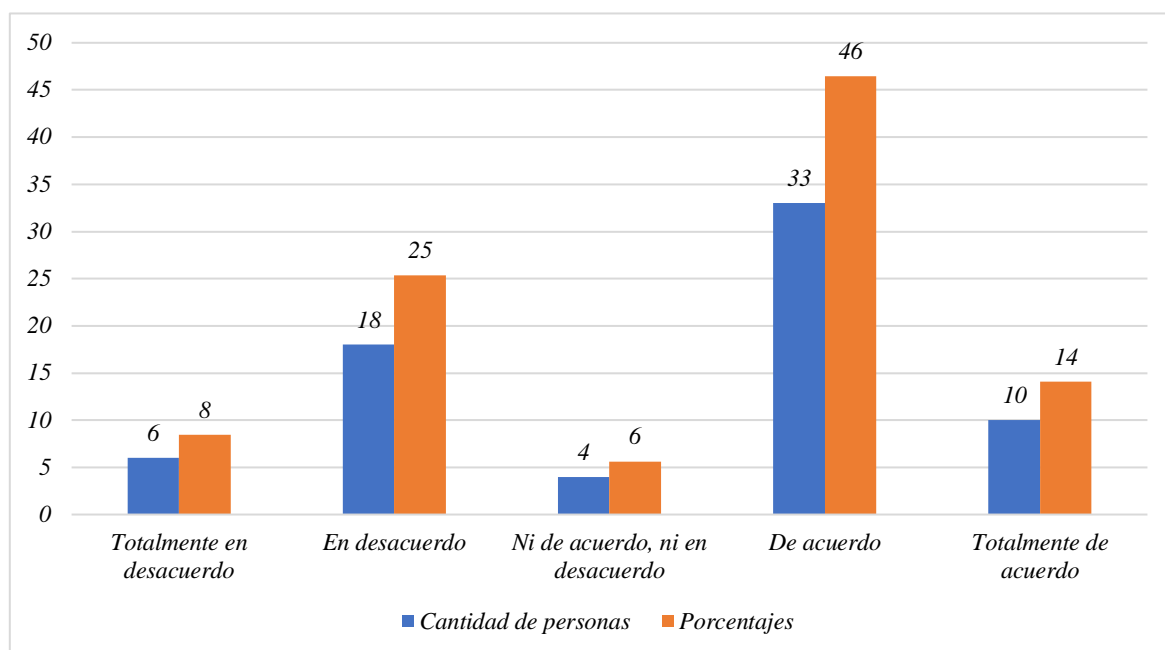
**Interpretación:** Después de la aplicación del instrumento, se puede observar en la tabla y gráfico anterior que el 37% de los encuestados expresan estar de acuerdo que es indispensable el certificado de origen para para exportar al mercado estadounidense, el 27% manifiesta estar en desacuerdo, el 17% expresa estar totalmente de acuerdo, el 11% totalmente en desacuerdo y finalmente el 8% se manifiesta neutral.

**Tabla N° 11: Respuestas de la pregunta N° 09**

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	6	8
<i>En desacuerdo</i>	18	25
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	4	6
<i>De acuerdo</i>	33	46
<i>Totalmente de acuerdo</i>	10	14
<b><i>Total</i></b>	<b><i>71</i></b>	<b><i>100.00</i></b>

**Elaboración:** Propia

**Gráfico N° 09: Respuestas de la pregunta N° 09**



**Elaboración:** Propia

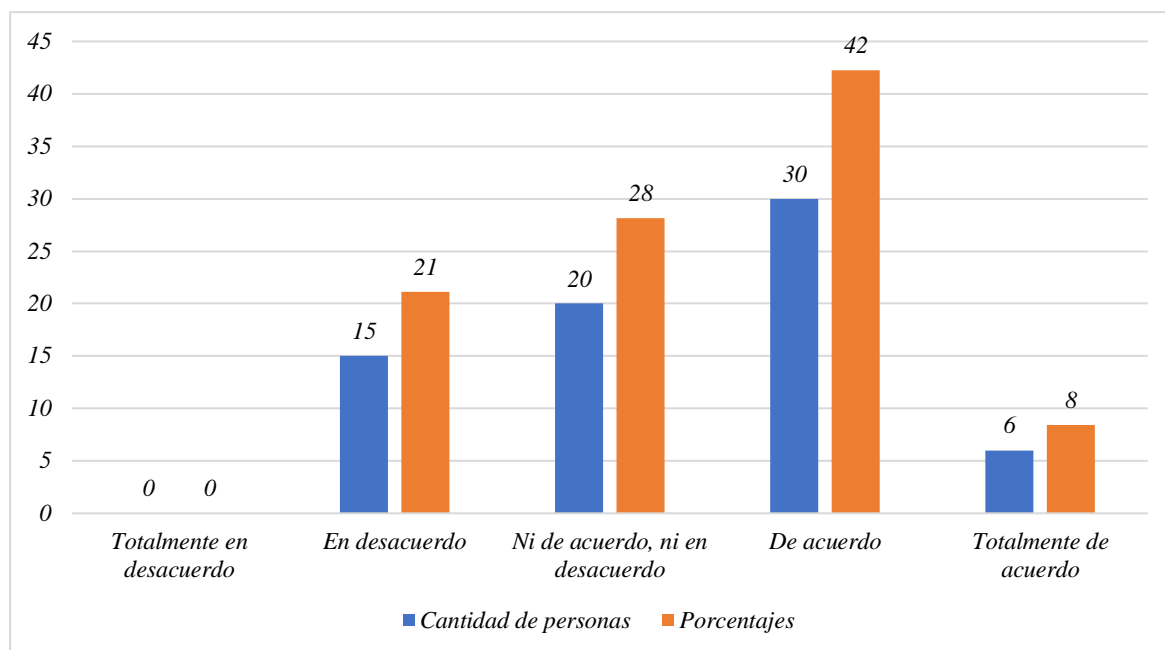
**Interpretación:** Se puede observar en la tabla y gráfico anterior que el 46% de los encuestados expresa estar de acuerdo con que la agroexportadora cumple con los requerimientos Sanitarias y Fitosanitarias requeridas por SENASA, el 25% expresa estar en desacuerdo, le sigue el 14% que manifiesta estar totalmente de acuerdo, el 8% totalmente en desacuerdo y finalmente el 6% que expresa neutralidad.

**Tabla N° 12: Respuestas de la pregunta N° 10**

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0
<i>En desacuerdo</i>	15	21
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	20	28
<i>De acuerdo</i>	30	42
<i>Totalmente de acuerdo</i>	6	8
<b><i>Total</i></b>	<b>71</b>	<b>100.00</b>

**Elaboración:** Propia

**Gráfico N° 10: Respuestas de la pregunta N° 10**



**Elaboración:** Propia

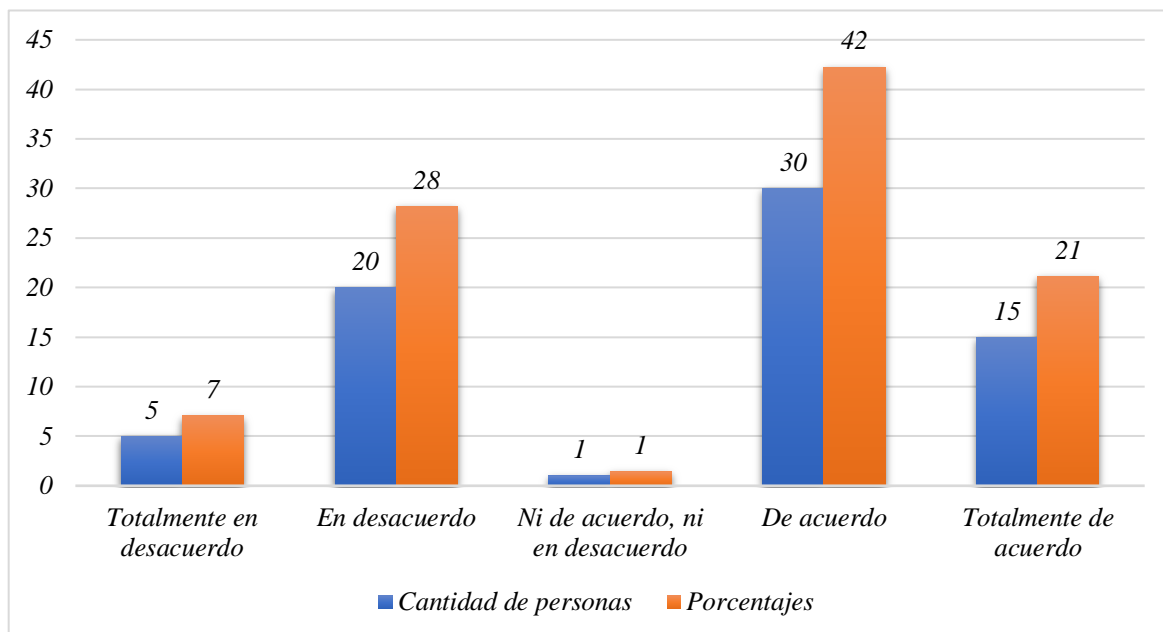
**Interpretación:** Se puede evidenciar en la tabla y gráfico anterior que el 42% expresa estar de acuerdo sobre que las agroexportadoras cumplen con los requerimientos de medidas sanitarias y fitosanitarias demandadas por el Servicio de Inspección de Sanidad Agropecuaria (APHIS) en EE.UU, el 28% se muestra neutrales, le sigue el 21% que expresa estar en desacuerdo y solo el 8% se encuentra totalmente de acuerdo.

**Tabla N° 13: Respuestas de la pregunta N° 11**

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	5	7
<i>En desacuerdo</i>	20	28
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	1	1
<i>De acuerdo</i>	30	42
<i>Totalmente de acuerdo</i>	15	21
<b><i>Total</i></b>	<b>71</b>	<b>100.00</b>

**Elaboración:** Propia

**Gráfico N° 11: Respuestas de la pregunta N° 11**



**Elaboración:** Propia

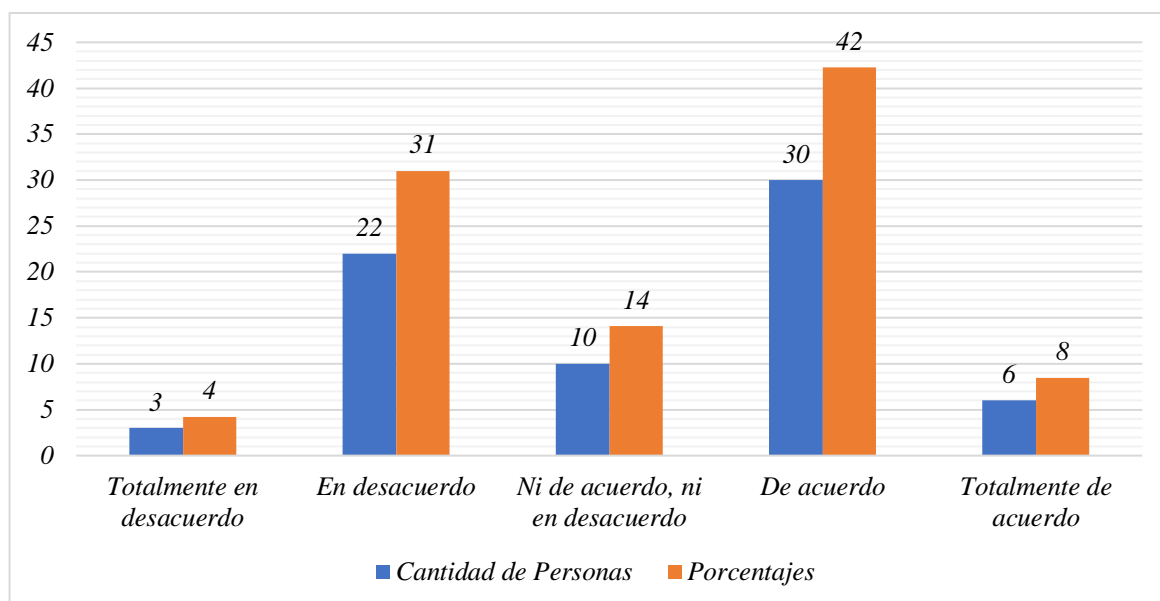
**Interpretación:** De la recolección de información, se puede observar en la tabla y gráfico anterior que el 42% de los encuestados expresa estar de acuerdo sobre que La agroexportadora cumple con el Etiquetado Nutricional que requiere el mercado estadounidense. El 28% de los encuestados se muestran en desacuerdo, el 21% expresan estar totalmente de acuerdo, el 7% totalmente en desacuerdo y solamente el 1% se muestra neutral.

**Tabla N° 14: Respuestas de la pregunta N° 12**

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de Personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	3	4
<i>En desacuerdo</i>	22	31
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	10	14
<i>De acuerdo</i>	30	42
<i>Totalmente de acuerdo</i>	6	8
<b><i>Total</i></b>	<b>71</b>	<b>100.00</b>

**Elaboración:** Propia

**Gráfico N° 12: Respuestas de la pregunta N° 12**



**Elaboración:** Propia

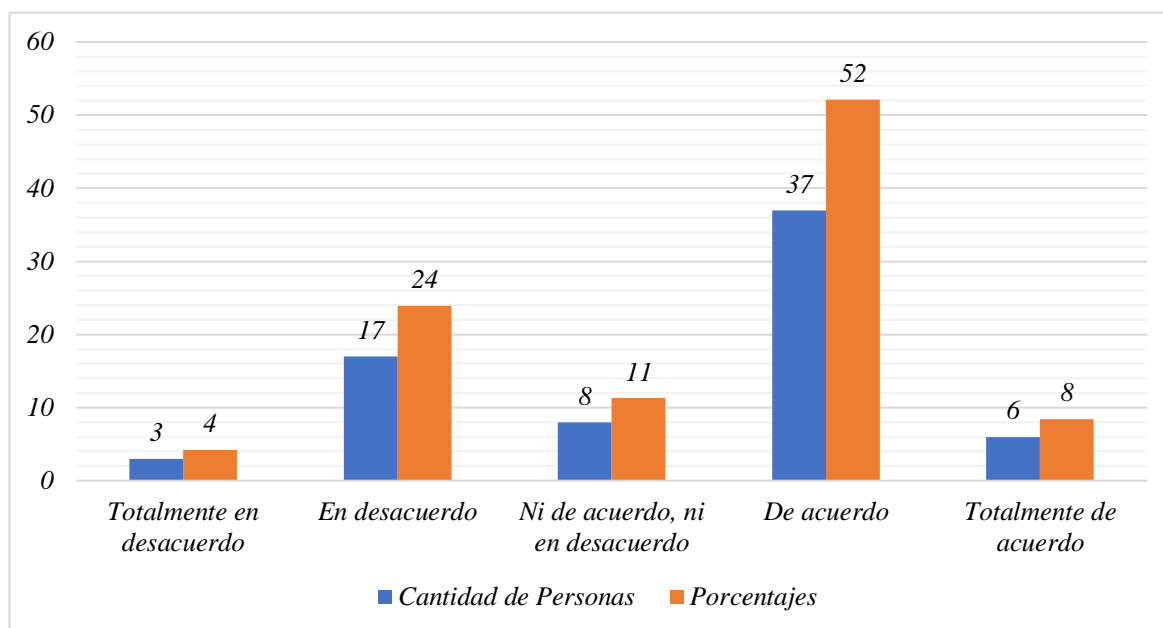
**Interpretación:** Se puede evidenciar en la tabla y gráfico anterior que el 42% de los encuestados se muestra de acuerdo al considerar que en las agroexportadoras de uvas solo utilizan plaguicidas registrados por SENASA y requeridas por APHIS, el 31% expresa estar en desacuerdo, el 14% se muestra neutral, el 8% está totalmente de acuerdo y el 4% totalmente en desacuerdo.

**Tabla N° 15: Respuestas de la pregunta N° 13**

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de Personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	3	4
<i>En desacuerdo</i>	17	24
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	8	11
<i>De acuerdo</i>	37	52
<i>Totalmente de acuerdo</i>	6	8
<b><i>Total</i></b>	<b>71</b>	<b>100.00</b>

**Elaboración:** Propia

**Gráfico N° 13: Respuestas de la pregunta N° 13**



**Elaboración:** Propia

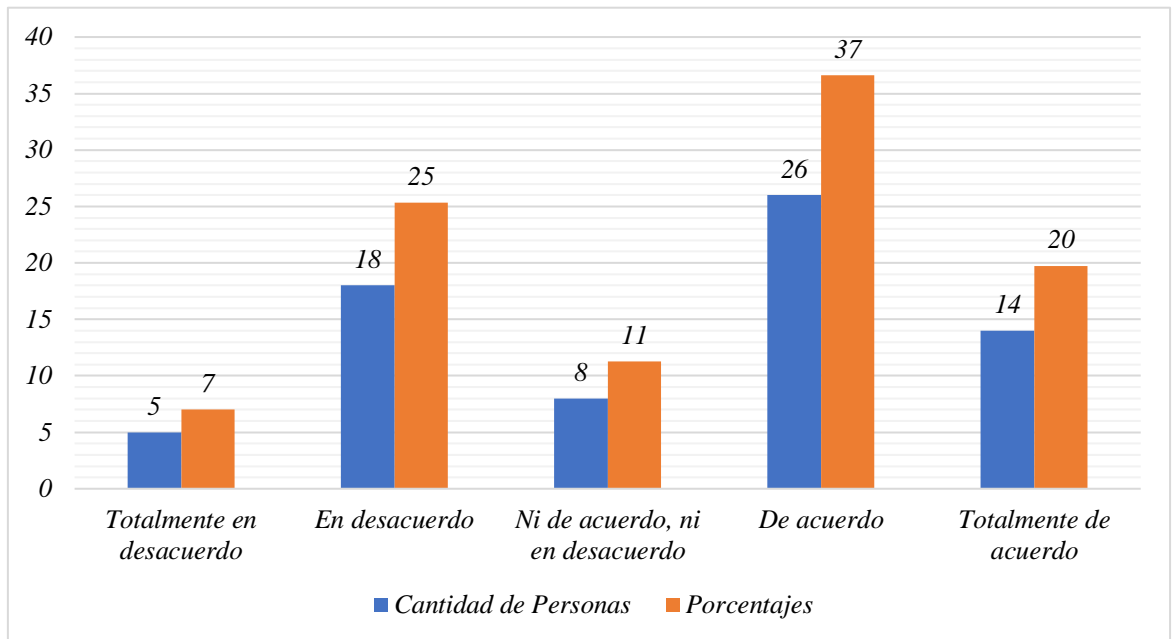
**Interpretación:** Después de la obtención de datos, se puede observar en la tabla y gráfico anterior que el 52% de los trabajadores expresa estar de acuerdo que el manejo correcto de la tramitación aduanal es relevante para ser confiable con el comprador, el 24% expresa estar en desacuerdo, el 11% se muestra neutral, el 8% manifiesta estar totalmente de acuerdo y el 4% totalmente en desacuerdo.

**Tabla N° 16: Respuestas de la pregunta N° 14**

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de Personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	5	7
<i>En desacuerdo</i>	18	25
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	8	11
<i>De acuerdo</i>	26	37
<i>Totalmente de acuerdo</i>	14	20
<b><i>Total</i></b>	<b>71</b>	<b>100.00</b>

**Elaboración:** Propia

**Gráfico N° 14: Respuestas de la pregunta N° 14**



**Elaboración:** Propia

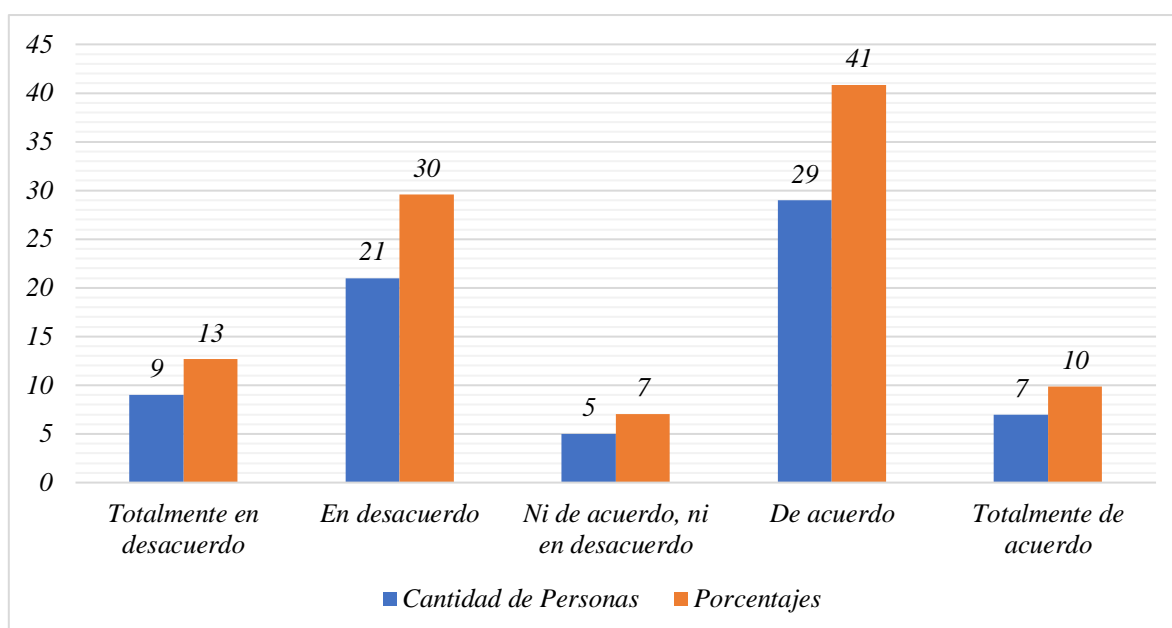
**Interpretación:** Se puede observar en la tabla y gráfico anterior que el 37% de los encuestados expresa estar de acuerdo sobre que las formas de pago internacionales no son un riesgo para la empresa, el 25% manifiesta estar en desacuerdo, el 20% están totalmente de acuerdo, el 11% se muestra neutral y el 7% totalmente en desacuerdo.

**Tabla N° 17: Respuestas de la pregunta N° 15**

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de Personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	9	13
<i>En desacuerdo</i>	21	30
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	5	7
<i>De acuerdo</i>	29	41
<i>Totalmente de acuerdo</i>	7	10
<b><i>Total</i></b>	<b>71</b>	<b>100.00</b>

**Elaboración:** Propia

**Gráfico N° 15: Respuestas de la pregunta N° 15**



**Elaboración:** Propia

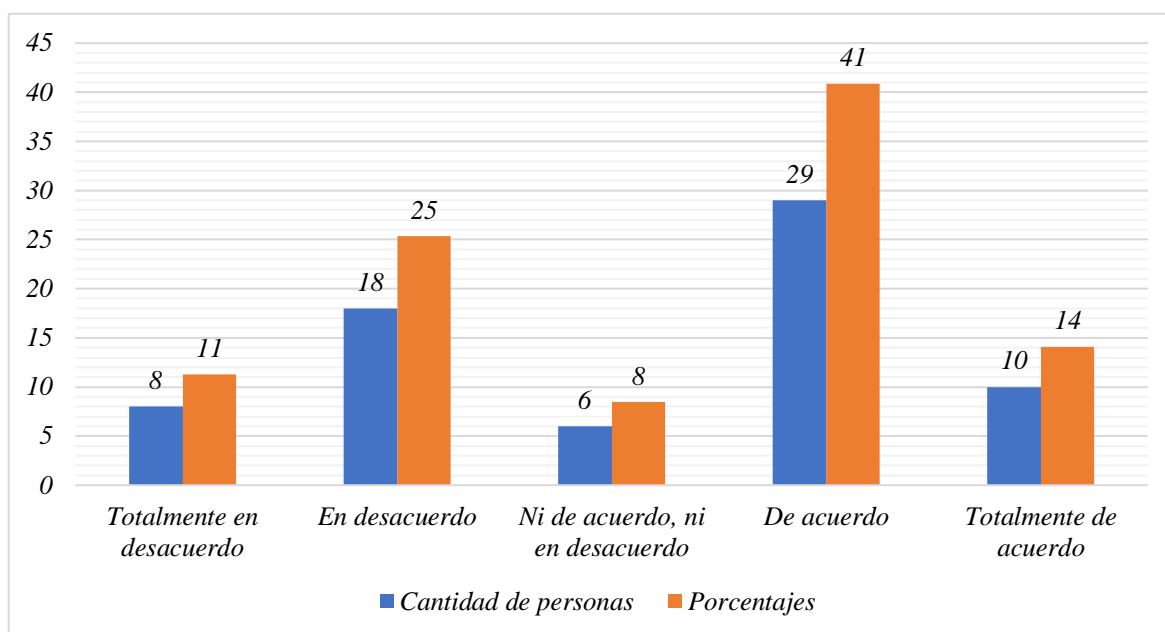
**Interpretación:** Según los datos obtenidos, se pueden observar en la tabla y gráfico anterior que el 41% de los trabajadores expresa estar de acuerdo en que la empresa maneja buenas formas de pago con el comprador mundial, por el contrario, el 30% expresa estar en desacuerdo, le sigue el 13% que manifiesta estar totalmente en desacuerdo, el 10% totalmente de acuerdo y solamente el 7% se muestra indiferente.

**Tabla N° 18: Respuestas de la pregunta N° 16**

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	8	11
<i>En desacuerdo</i>	18	25
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	6	8
<i>De acuerdo</i>	29	41
<i>Totalmente de acuerdo</i>	10	14
<b><i>Total</i></b>	<b>71</b>	<b>100.00</b>

**Elaboración:** Propia

**Gráfico N° 16: Respuestas de la pregunta N° 16**



**Elaboración:** Propia

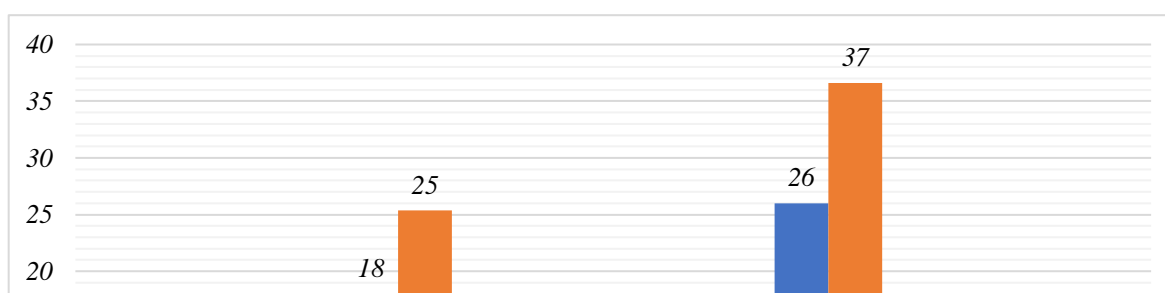
**Interpretación:** Se puede observar en la tabla y gráfico anterior que el 41% de los encuestados expresa estar de acuerdo sobre que la agroexportadora utiliza los incoterms convenientes para cada exportación, el 25% manifiesta estar en desacuerdo, el 14% se encuentra totalmente de acuerdo, el 11% totalmente en desacuerdo y finalmente el 8% que se mantiene neutral.

**Tabla N° 19: Respuestas de la pregunta N° 17**

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	10	14
<i>En desacuerdo</i>	18	25
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	8	11
<i>De acuerdo</i>	26	37
<i>Totalmente de acuerdo</i>	9	13
<b><i>Total</i></b>	<b>71</b>	<b>100.00</b>

**Elaboración:** Propia

**Gráfico N° 17: Respuestas de la pregunta N° 17**



**Elaboración:** Propia

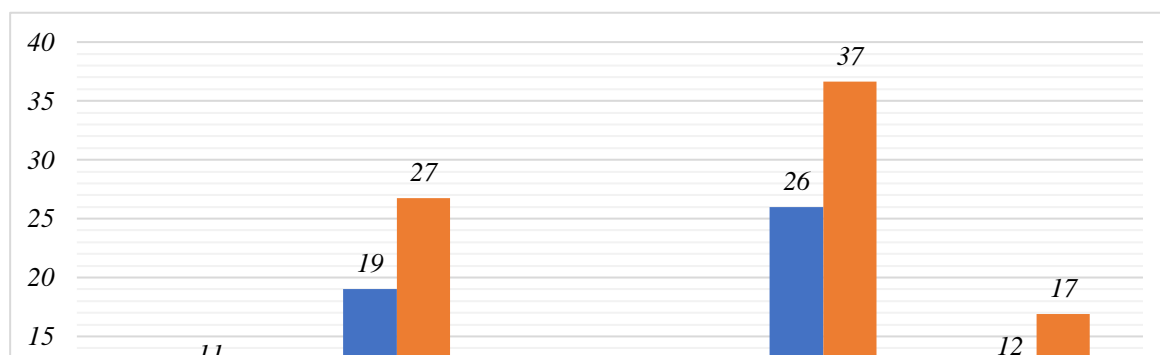
**Interpretación:** Se puede observar en la tabla y gráfico anterior que el 37% de los trabajadores expresan estar de acuerdo sobre que la venta directa permite que el consumidor conozca la marca peruana, le sigue el 25% que manifiesta estar en desacuerdo, el 14% manifiesta estar totalmente en desacuerdo, el 13% totalmente de acuerdo y solamente el 11% se muestra neutral.

**Tabla N° 20: Respuestas de la pregunta N° 18**

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	8	11
<i>En desacuerdo</i>	19	27
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	6	8
<i>De acuerdo</i>	26	37
<i>Totalmente de acuerdo</i>	12	17
<b><i>Total</i></b>	<b>71</b>	<b>100.00</b>

**Elaboración:** Propia

**Gráfico N° 18: Respuestas de la pregunta N° 18**



**Elaboración:** Propia

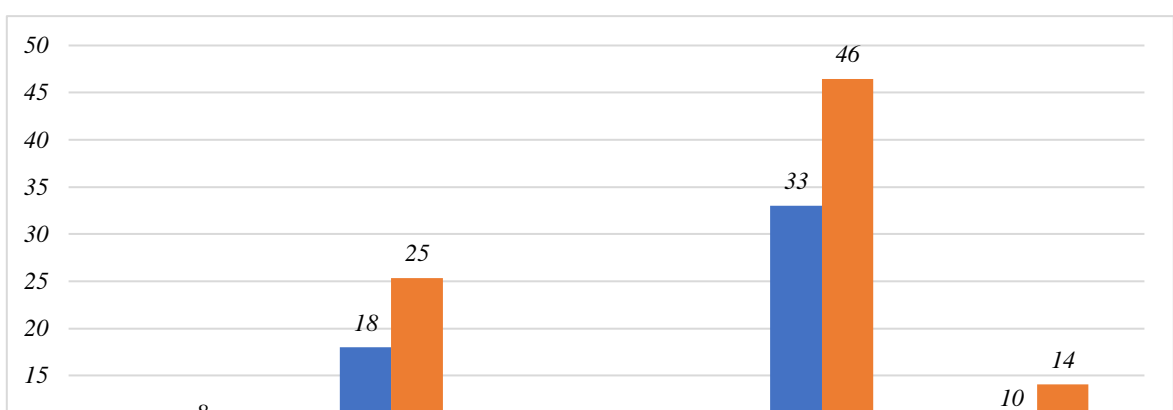
**Interpretación:** Después de la aplicación del instrumento, se puede observar en la tabla y gráfico anterior que el 37% de los encuestados expresan estar de acuerdo que al vender de forma directa, el comprador se identifica fácilmente con la uva peruana, el 27% manifiesta estar en desacuerdo, el 17% expresa estar totalmente de acuerdo, el 11% totalmente en desacuerdo y finalmente el 8% se manifiesta neutral.

**Tabla N° 21: Respuestas de la pregunta N° 19**

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	6	8
<i>En desacuerdo</i>	18	25
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	4	6
<i>De acuerdo</i>	33	46
<i>Totalmente de acuerdo</i>	10	14
<b><i>Total</i></b>	<b>71</b>	<b>100.00</b>

**Elaboración:** Propia

**Gráfico N° 19: Respuestas de la pregunta N° 19**



**Elaboración:** Propia

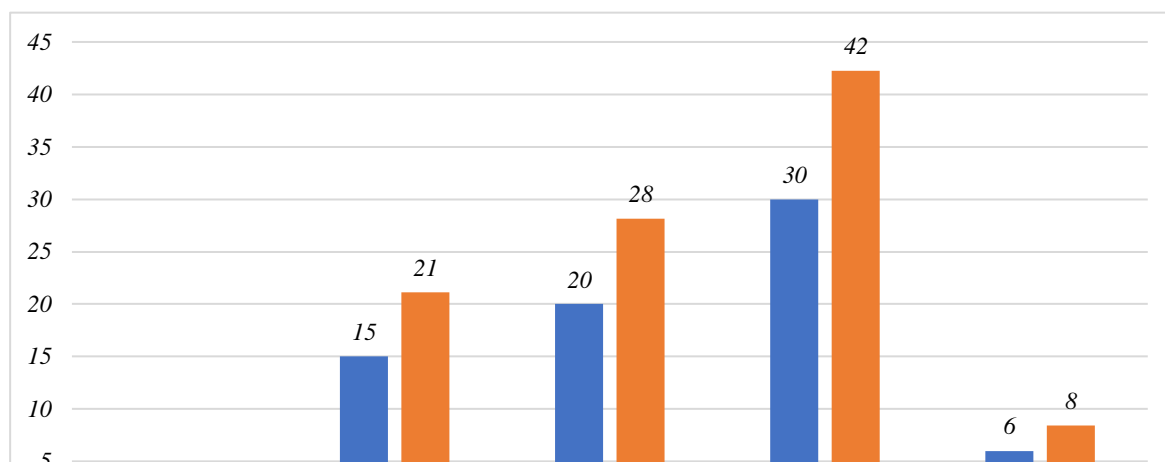
**Interpretación:** Se puede observar en la tabla y gráfico anterior que el 46% de los encuestados expresa estar de acuerdo con que la venta indirecta ayudaría a aumentar la exportación de uva a la agroexportadora, el 25% expresa estar en desacuerdo, le sigue el 14% que manifiesta estar totalmente de acuerdo, el 8% totalmente en desacuerdo y finalmente el 6% que expresa neutralidad.

**Tabla N° 22: Respuestas de la pregunta N° 20**

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0
<i>En desacuerdo</i>	15	21
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	20	28
<i>De acuerdo</i>	30	42
<i>Totalmente de acuerdo</i>	6	8
<b><i>Total</i></b>	<b>71</b>	<b>100.00</b>

**Elaboración:** Propia

**Gráfico N° 20: Respuestas de la pregunta N° 20**



**Elaboración:** Propia

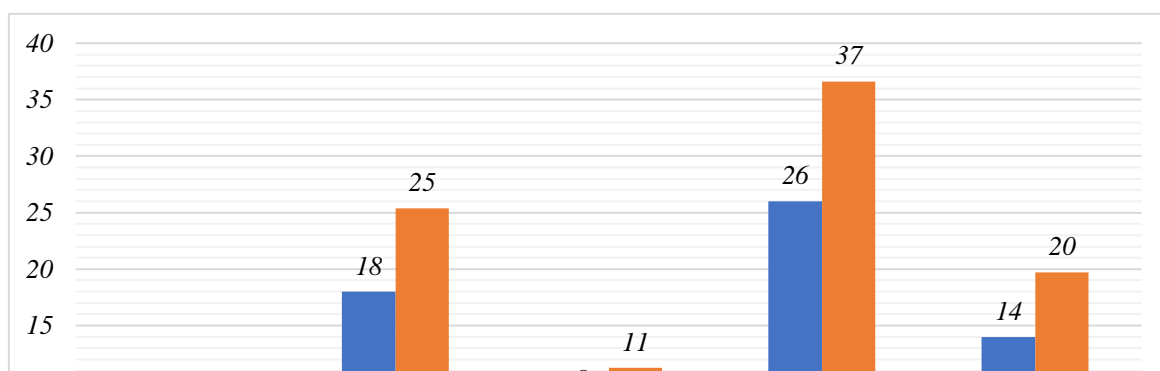
**Interpretación:** Se puede evidenciar en la tabla y gráfico anterior que el 42% expresa estar de acuerdo sobre que las ferias internacionales influyen para internacionalizar la agroexportadora, el 28% se muestra neutrales, le sigue el 21% que expresa estar en desacuerdo y solo el 8% se encuentra totalmente de acuerdo.

**Tabla N° 23: Respuestas de la pregunta N° 21**

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de Personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	5	7
<i>En desacuerdo</i>	18	25
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	8	11
<i>De acuerdo</i>	26	37
<i>Totalmente de acuerdo</i>	14	20
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100.00</b>

**Elaboración:** Propia

**Gráfico N° 21: Respuestas de la pregunta N° 21**



**Elaboración:** Propia

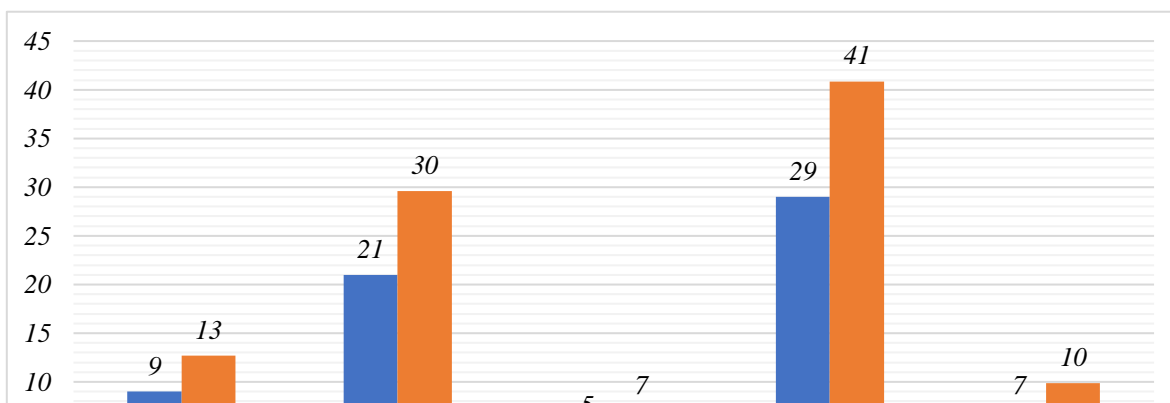
**Interpretación:** Se puede observar en la tabla y gráfico anterior que el 37% de los encuestados expresa estar de acuerdo sobre que las negociaciones con diferentes países son una buena forma de internacionalizar la uva, el 25% manifiesta estar en desacuerdo, el 20% están totalmente de acuerdo, el 11% se muestra neutral y el 7% totalmente en desacuerdo.

**Tabla N° 24: Respuestas de la pregunta N° 22**

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de Personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	9	13
<i>En desacuerdo</i>	21	30
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	5	7
<i>De acuerdo</i>	29	41
<i>Totalmente de acuerdo</i>	7	10
<b><i>Total</i></b>	<b>71</b>	<b>100.00</b>

**Elaboración:** Propia

**Gráfico N° 22: Respuestas de la pregunta N° 22**



**Elaboración:** Propia

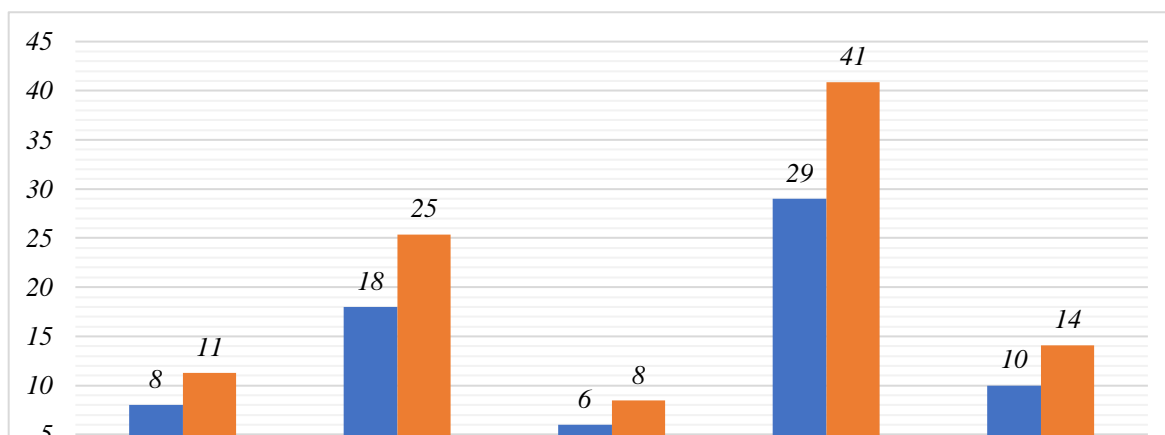
**Interpretación:** Según los datos obtenidos, se pueden observar en la tabla y gráfico anterior que el 41% de los trabajadores expresa estar de acuerdo en que el mercado estadounidense, consume la mayor cantidad de exportaciones de uvas red globe, por el contrario, el 30% expresa estar en desacuerdo, le sigue el 13% que manifiesta estar totalmente en desacuerdo, el 10% totalmente de acuerdo y solamente el 7% se muestra indiferente.

**Tabla N° 25: Respuestas de la pregunta N° 23**

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	8	11
<i>En desacuerdo</i>	18	25
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	6	8
<i>De acuerdo</i>	29	41
<i>Totalmente de acuerdo</i>	10	14
<i>Total</i>	<i>71</i>	<i>100.00</i>

**Elaboración:** Propia

**Gráfico N° 23: Respuestas de la pregunta N° 23**



**Elaboración:** Propia

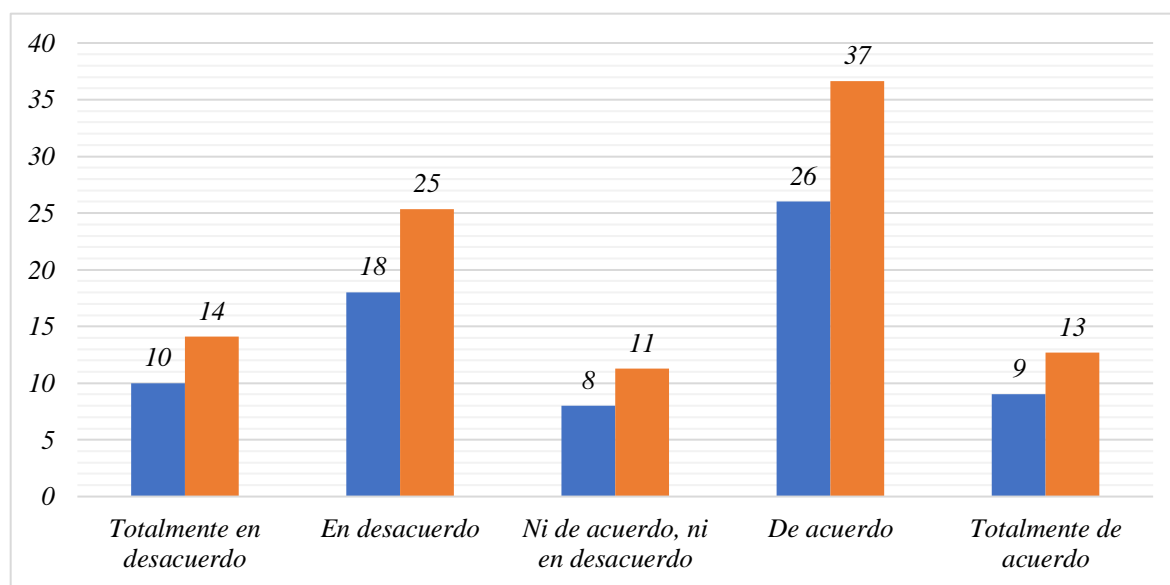
**Interpretación:** Se puede observar en la tabla y gráfico anterior que el 41% de los encuestados expresa estar de acuerdo sobre que las importaciones de uvas de orígenes peruanas, es liderada por EE.UU, el 25% manifiesta estar en desacuerdo, el 14% se encuentra totalmente de acuerdo, el 11% totalmente en desacuerdo y finalmente el 8% que se mantiene neutral.

**Tabla N° 26: Respuestas de la pregunta N° 24**

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	10	14
<i>En desacuerdo</i>	18	25
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	8	11
<i>De acuerdo</i>	26	37
<i>Totalmente de acuerdo</i>	9	13
<b><i>Total</i></b>	<b>71</b>	<b>100.00</b>

**Elaboración:** Propia

**Gráfico N° 24: Respuestas de la pregunta N° 24**



**Elaboración:** Propia

**Interpretación:** Se puede observar en la tabla y gráfico anterior que el 37% de los trabajadores expresan estar de acuerdo sobre que los hábitos de consumo saludable, generada por la pandemia Covid 19 incremento las importaciones de uva hacia EE. UU, le sigue el 25% que manifiesta estar en desacuerdo, el 14% manifiesta estar totalmente en desacuerdo, el 13% totalmente de acuerdo y solamente el 11% se muestra neutral.

### Hipótesis general

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre el mercado exterior con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación significativa entre el mercado exterior con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022.

**Tabla 27:**

*Comprobación de la Hipótesis General*

	1			2			3			TOTAL
	$f_0$	$f_1$	$x^2$	$f_0$	$f_1$	$x^2$	$f_0$	$f_1$	$x^2$	
1	20	16.056	0.969	18	18.732	0.029	0	3.211	3.211	38
2	10	8.028	0.484	9	9.366	0.014	0	1.606	1.606	19
3	0	5.915	5.915	8	6.901	0.175	6	1.183	19.612	14
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>		<b>7.368</b>	<b>35</b>		<b>0.218</b>	<b>6</b>		<b>24.429</b>	<b>71</b>

*Nota.* Elaborado por el autor, 2022.

**Interpretación:** Se observa un valor chi cuadrado de 32.015, superior al valor crítico de la tabla de 9.487, por lo que se procede a efectuar la comprobación de la hipótesis general de la indagación que establece que “Existe relación significativa entre el mercado exterior con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022”.

### Hipótesis específica 1

**H<sub>0</sub>:** No existe relación directa del Tratado de Libre Comercio con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación directa del Tratado de Libre Comercio con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022.

**Tabla 28:**

*Comprobación de la Hipótesis específica 1*

	1			2			3			TOTAL
	<i>f<sub>0</sub></i>	<i>f<sub>1</sub></i>	<i>x<sup>2</sup></i>	<i>f<sub>0</sub></i>	<i>f<sub>1</sub></i>	<i>x<sup>2</sup></i>	<i>f<sub>0</sub></i>	<i>f<sub>1</sub></i>	<i>x<sup>2</sup></i>	
<b>1</b>	25	20.845	0.828	15	16.901	0.214	0	2.254	2.254	<b>40</b>
<b>2</b>	12	11.465	0.025	10	9.296	0.053	0	1.239	1.239	<b>22</b>
<b>3</b>	0	4.690	4.690	5	3.803	0.377	4	0.507	24.063	<b>9</b>
<b>TOTAL</b>	<b>37</b>		<b>5.543</b>	<b>30</b>		<b>0.644</b>	<b>4</b>		<b>27.556</b>	<b>71</b>

*Nota.* Elaborado por el autor, 2023.

**Interpretación:** Se observa un valor chi cuadrado de 33.743 superior al valor crítico de la tabla de 9.487, por lo que se procede a efectuar la comprobación de la primera hipótesis específica de la indagación que establece que “Existe relación directa del Tratado de Libre Comercio con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022”.

### Hipótesis específica 2

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre las negociaciones y el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación significativa entre las negociaciones y el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022.

**Tabla 29:**

*Comprobación de la Hipótesis específica 2*

	1			2			3			TOTAL
	<i>f<sub>0</sub></i>	<i>f<sub>1</sub></i>	<i>x<sup>2</sup></i>	<i>f<sub>0</sub></i>	<i>f<sub>1</sub></i>	<i>x<sup>2</sup></i>	<i>f<sub>0</sub></i>	<i>f<sub>1</sub></i>	<i>x<sup>2</sup></i>	
<b>1</b>	20	18.732	0.086	18	17.127	0.045	0	2.141	2.141	<b>38</b>
<b>2</b>	15	11.338	1.183	8	10.366	0.540	0	1.296	1.296	<b>23</b>
<b>3</b>	0	4.930	4.930	6	4.507	0.495	4	0.563	20.963	<b>10</b>
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>		<b>6.198</b>	<b>32</b>		<b>1.079</b>	<b>4</b>		<b>24.400</b>	<b>71</b>

*Nota.* Elaborado por el autor, 2023.

**Interpretación:** Se observa un valor chi cuadrado de 31.677 superior al valor crítico de la tabla de 9.487, por lo que se procede a efectuar la comprobación de la segunda hipótesis específica de la indagación que establece que “Existe relación significativa entre las negociaciones y el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022”.

### Hipótesis específica 3

**H<sub>0</sub>:** Las exportaciones tradicionales no se relacionan favorablemente con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022.

**H<sub>1</sub>:** Las exportaciones tradicionales se relacionan favorablemente con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022.

**Tabla 30:**

*Comprobación de la Hipótesis específica 3*

	1			2			3			TOTAL
	$f_0$	$f_1$	$x^2$	$f_0$	$f_1$	$x^2$	$f_0$	$f_1$	$x^2$	
<b>1</b>	23	19.803	0.516	15	16.592	0.153	0	1.606	1.606	<b>38</b>
<b>2</b>	14	13.549	0.015	12	11.352	0.037	0	1.099	1.099	<b>26</b>
<b>3</b>	0	3.648	3.648	4	3.056	0.291	3	0.296	24.724	<b>7</b>
<b>TOTAL</b>	<b>37</b>		<b>4.179</b>	<b>31</b>		<b>0.481</b>	<b>3</b>		<b>27.429</b>	<b>71</b>

*Nota.* Elaborado por el autor, 2022.

**Interpretación:** Se observa un valor chi cuadrado de 32.089 superior al valor crítico de la tabla de 9.487, por lo que se procede a efectuar la comprobación de la segunda hipótesis específica de la indagación que establece que “Las exportaciones tradicionales se relacionan favorablemente con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022”.

#### **IV. DISCUSIÓN**

Según la información adquirida se puede resolver que, con respecto al objetivo general de la investigación, el 53% de los encuestados considera que existe relación significativa entre el mercado exterior con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022.

Referente a la primera finalidad específica se resuelve que el 56% de los encuestados considera que existe relación directa del Tratado de Libre Comercio con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EE. UU, 2022.

Respecto al segundo objetivo específico se establece que, el 53% de los encuestados manifiesta que existe relación significativa entre las negociaciones y el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EE. UU, 2022.

Respecto al tercer objetivo específico se establece que, el 53% de los encuestados considera que las exportaciones tradicionales se relacionan favorablemente con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EE. UU, 2022.

## **V. CONCLUSIONES**

1. Referente al objetivo general de la investigación se determina que, existe relación significativa entre el mercado exterior con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022.
2. Referente al primer objetivo específico de la indagación se determina que, existe relación directa del Tratado de Libre Comercio con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022.
3. Referente al segundo objetivo específico de la indagación se determina que, existe relación significativa entre las negociaciones y el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022.
4. Referente al tercer objetivo específico de la indagación se determina que, las exportaciones tradicionales se relacionan favorablemente con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022.

## **VI. RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda que las empresas agroexportadoras en crecimiento deben incorporar áreas de marketing o priorizar inversión en estudios de mercado, ya que permite expandir la comercialización de uva red globe a nivel nacional e internacional mediante. De igual manera se recomienda que el estudio de mercado a realizar, se concentre en la información y cuáles son las fuentes, elementos e investigación a emplear, también en las estrategias basadas en del producto internacional y finalmente en la promoción internacional.
2. Se recomienda que las empresas planteen diversas propuestas sobre el ciclo de vida de la uva red globe dentro del mercado americano, el tiempo que proyecte, y la percepción del cliente sobre el efecto made in, ya que esta estrategia ayudara a que el consumidor sienta mayor atracción por la calidad que le garantiza el país proveniente.
3. Se recomienda que las empresas agroexportadoras de Ica, realicen mayor inversión con respecto al incremento de publicidad, comunicación, ferias internacionales que le permita al representante conocer el mercado destino donde introducirán sus productos, de igual manera obtener información sobre la percepción que tiene su consumidor final sobre las uvas red globe.
4. Se recomienda que las empresas tengan un estudio de mercado con información veraz en su totalidad y procedentes de fuentes confiables, de igual manera que esta información sea manejada por personal capacitado, para obtener resultados confiables y no tener riesgo en inversiones dentro del mercado exterior.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almonacid y Barrera (2020) Factores que influyeron en el incremento de las exportaciones de uvas frescas de la región de Ica bajo el TLC Perú- China del periodo 2008-2019[Tesis Título Licenciado en Negocios Internacionales, Universidad peruana de Ciencias Aplicadas] <https://bit.ly/3CPP0ze>
- Ander, E. (2011) Aprender a investigar. Nociones básicas para la investigación social. 1ª ed. Editorial Brujas
- Arias F. (2012) El Proyecto de Investigación, Introducción a la metodología científica. 6a Edición. Editorial Episteme
- Arreaga, L. (2017) La producción y exportación de las principales frutas no tradicionales y su importancia en las exportaciones totales del Ecuador, periodo 2012-2016[Maestría en Economía, Universidad de Guayaquil-Ecuador] <https://bit.ly/3KEO96s>
- Ascencio, L. (2020) Análisis de Exportación de la Pitahaya Ecuatoriana Hacia Mercados Internacionales. [Título comercio exterior, Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil-Perú] <https://bit.ly/3wKlaqP>
- Castro, G. (2019) Análisis de la Oferta Exportable Ecuatoriana en el mercado de Chile en base al Acuerdo de Complementación Económica ACE N° 65 y la Competitividad en la Comunidad Andina CAN [Universidad Politécnica Estatal del Carchi-Ecuador] <https://bit.ly/3ejlZ4E>
- Chávez, Cieza, Ramos y Shuna (2020) Producción para la exportación de uva de mesa de la empresa Agrokasa S.A. al mercado de Estados Unidos, 2017 – 2019[Tesis Bachiller en Negocios Internacionales, Universidad Cesar Vallejo-Perú] <https://bit.ly/3q3p2kh>
- Coquis y Núñez (2019) influencia de la certificación GLOBALG. a.p en el desarrollo de los productores de uva para la exportación de la región Lambayeque 2016[Título de Licenciada en negocios Internacionales, Universidad Señor de Sipan, Pimente-Perú] <https://bit.ly/3KEqPFP>
- Córdova y Ruiz (2021) Los riesgos operacionales y su relación en la cadena logística de las exportaciones peruanas de uva fresca a Estados Unidos durante el período 2016-2020[Tesis título Licenciado en Negocios Internacionales, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas] <https://bit.ly/3TBaiqw>

- Herrero, C. (1997) La investigación en análisis documental. Escuela Universitaria de Biblioteconomía y Documentación. Universidad de Murcia. <https://bit.ly/3CU9QNZ>
- Martínez, R. (2004), Legislación del comercio exterior. México: McGraw Hill
- Ministerio de agricultura y riego (2019) La uva peruana: Una oportunidad en el mercado mundial. <https://bit.ly/3cHIFLF>
- Monje, C. (2011) Metodología de la investigación Cuantitativa, Cualitativa (Guía didáctica) Universidad Sur Colombiana. <https://bit.ly/3R8jyAt>
- Münch y Ángeles (2012) Métodos y técnicas de investigación. 4ª Ed. Editorial Trillas
- Niño, Sernaqué y Zúñiga (2021) COVID-19 y su impacto en la exportación de uva de mesa del sector no tradicional proveniente de la región Piura. [Universidad Nacional de Piura] <https://bit.ly/3AE9Qit>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J. y Romero, H. (2018) Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de tesis. 5a Ed. Colombia: ediciones U
- Valderrama, S. (2014) Pasos para elaborar proyectos de investigación científica: cuantitativa, cualitativa y mixta. ·3ªEd. Editorial San Marcos

## VIII. ANEXOS

### Anexo N°1. Instrumento de recolección de información

#### CUESTIONARIO

Señor Gerente y/o Directivo buenos días, el propósito del cuestionario es recopilar datos sobre los mercados extranjeros e incremento de envíos de uvas red globe. Por favor, tenga la amabilidad de contestar las preguntas y marcar con una (X) la respuesta que considera correcta.

#### I.- Datos generales

**Sexo:** Masculino (    )      Femenino (    )

**Edad:** Entre 18 a 24 años (    )

Entre 25 a 31 años (    )

Entre 32 a 45 años (    )

Más de 45 años (    )

#### II.- Instrucciones

A continuación, se presentará una serie de preguntas, el cual tendrá que responder según la escala de medición de Likert, teniendo en consideración lo siguiente:

Escala de medición de Likert				
1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

MERCADO EXTERIOR	1	2	3	4	5
<b>DIMENSIÓN: TRATADO DE LIBRE COMERCIO</b>					
1. El aumento del comercio exterior es beneficiado con la exoneración de tasas con EE.UU					
2. La producción y comercialización mundial es beneficiada con el TLC con los EEUU.					
<b>DIMENSIÓN: TRANSACCIONES</b>					
3. La comercialización Perú-EEUU es favorecida con la política comercial de libre mercado.					

4. Un requisito obligatorio para exportar uvas hacia el mercado de EEUU es la propiedad intelectual.					
5. El incremento de la agro exportación de uva ha sido aventajado por el acuerdo binacional entre Perú -EEUU					
6. El mercado estadounidense es muy estricto en su negociación, siendo riguroso en lo que respecta a documentación y certificaciones					
<b>DIMENSIÓN: ENVIOS TRADICIONALES</b>					
7. La Producción de Uvas en el sector de Agro Exportación cumple con los requerimientos del Mercado Estadounidense					
8. Es indispensable el certificado de origen para para exportar al mercado estadounidense					
9. La agroexportadora cumple con los requerimientos Sanitarias y Fitosanitarias requeridas por SENASA.					
10. Las agroexportadoras cumple con los requerimientos de medidas sanitarias y fitosanitarias demandadas por el Servicio de Inspección de Sanidad Agropecuaria (APHIS) en EE. UU					
11. La agroexportadora cumple con el Etiquetado Nutricional que requiere el mercado estadounidense					
12. Las agroexportadoras de uvas solo utilizan plaguicidas registrados por SENASA y requeridas por APHIS.					
<b>INCREMENTO DE ENVÍOS DE UVAS RED GLOBE</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>DIMENSIÓN: LOGISTICA INTERNACIONAL</b>					
13. El manejo correcto de la tramitación aduanal es relevante para ser confiable con el comprador.					
14. Las formas de pago internacionales no son un riesgo para la empresa.					

15. Cree usted que la empresa maneja buenas formas de pago con el comprador mundial.					
16. La agroexportadora utiliza los incoterms convenientes para cada exportación					
<b>DIMENSIÓN: COLOCACION</b>					
17. Cree usted que la venta directa permite que el consumidor conozca la marca peruana.					
18. Al vender de forma directa, el comprador se identifica fácilmente con la uva peruana					
19. Cree usted que la venta indirecta ayudaría a aumentar la exportación de uva a la agroexportadora					
20. Las ferias internacionales influyen para internacionalizar la agroexportadora.					
21. Las negociaciones con diferentes países son una buena forma de internacionalizar la uva.					
<b>DIMENSIÓN: DEMANDA</b>					
22. El Mercado Estadounidense, consume la mayor cantidad de Exportaciones de Uvas Red Globe					
23. Las Importaciones de Uvas de orígenes peruanas, es liderada por EE.UU.					
24. Los hábitos de consumo saludable, generada por la pandemia Covid 19, incremento las importaciones de uva hacia EE.UU					

*Matriz de consistencia*

**Título:** Gestión del conocimiento y calidad en las empresas agroexportadoras de uva red globe de la provincia de Ica hacia China 2022-2023.

<b>Pregunta general</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Hipótesis general</b>	<b>Variables</b>	<b>Metodología</b>
¿En qué medida el mercado exterior se relaciona con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022?	Determinar la relación entre el mercado exterior con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022	Existe relación significativa entre el mercado exterior con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022	<b>Variable (X):</b> Mercado exterior <b>Dimensiones:</b> - Tratado de libre comercio - Transacciones - Envíos tradicionales <b>Indicadores</b> - Integración económica. - Barreras arancelarias. - Política comercial. - Acuerdos comerciales. - Certificados de origen. - Requisitos fitosanitarios y sanitarios - Etiquetado	<b>Tipo:</b> Aplicada <b>Nivel:</b> Descriptivo correlacional transversal <b>Diseño:</b> No experimental. <b>Población:</b> 86 gerentes y/o directivos de agroexportadoras. <b>Muestra:</b> 71 gerentes y/o directivos de agroexportadoras. <b>Técnica de recolección:</b> Encuesta <b>Instrumento de recolección:</b> Cuestionario
<b>Preguntas específicas</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipótesis específicas</b>		
PE1: ¿Cómo se relaciona el Tratado de Libre Comercio con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la	OE1: Exponer la relación del Tratado de Libre Comercio con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la	HE1: Existe relación directa del Tratado de Libre Comercio con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la		

provincia de Ica hacia EEUU, 2022?	provincia de Ica hacia EEUU, 2022.	provincia de Ica hacia EEUU, 2022.	<b>Variable (Y):</b> Incremento de envíos de uva red globe
PE2: ¿De qué manera las negociaciones se relacionan con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022?	OE2: Analizar las negociaciones y su relación con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022.	HE2: Existe relación significativa entre las negociaciones y el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022.	<b>Dimensiones:</b> - Logística internacional - Colocación - Demanda
PE3: ¿En qué medida las exportaciones tradicionales se relacionan con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022?	OE3: Describir la relación de las exportaciones tradicionales el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022.	HE3: Las exportaciones tradicionales se relacionan favorablemente con el incremento de envíos de uvas red globe de las empresas agroexportadoras de la provincia de Ica hacia EEUU, 2022.	<b>Indicadores</b> - Diligencia aduanal - Maneras internacionales de pagos - Incoterms - Ventas directas - Ventas indirectas - Internacionalización - Consumo del mercado estadounidense

Nota. Elaboración propia (2022)

