

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
Facultad de Ciencias Empresariales
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES



LOS TÉRMINOS DE INTERCAMBIO Y SU RELACIÓN CON LAS
EXPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA PERUANO, PERIODO
2015-2021

TESIS

PRESENTADA POR:

Br. Frank Arturo Ferrebú Mejía

ASESOR:

Dr. David Acosta Hinojosa

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración de Negocios Internacionales

TACNA-PERÚ

2021

Agradecimientos

A mi asesor, agradeciendo sus conocimientos y dedicación, permitiendo lograr el desarrollo de esta investigación.

Dedicatoria

A mis padres y mis abuelos, quienes son las personas más importantes en mi vida, estando a mi lado en todo momento, brindandome las fuerzas necesarias para seguir adelante.

Así mismo a mi tía Mirtha, quien también es una persona importante en mi vida y contibuyo a este logro profesional, se que está feliz y orgullosa por este logro.

Tabla de contenido

Agradecimientos.....	ii
Dedicatoria	iii
Resumen	x
Abstract	xi
Introducción	1
CAPITULO I.....	4
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.1. Descripción de la realidad problemática	4
1.2. Delimitaciones de la investigación.....	5
1.3. Formulación del problema	5
1.3.1. Problema general	5
1.3.2. Problemas específicos	5
1.4. Objetivos de la investigación	6
1.4.1. Objetivo general	6
1.4.2. Objetivos específicos.....	6
1.5. Justificación e importancia de la investigación.....	7
1.5.1. Justificación.....	7
1.5.2. Importancia.....	7
1.6. Alcances y limitaciones en la investigación.....	8

1.6.1. Alcances	8
1.6.2. Limitaciones	8
CAPITULO II	9
MARCO TEÓRICO	9
2.1. Antecedentes relacionados con la investigación	9
2.1.1. Antecedentes Internacionales	9
2.1.2. Antecedentes Nacionales	10
2.1.3. Antecedentes Locales	11
2.2. Bases teórico – científicas	12
2.2.1. Precio de Venta Internacional	12
2.2.2. Exportaciones	15
2.3. Definición de términos básicos	19
3. ELABORACIÓN DE HIPÓTESIS, VARIABLES Y DEFINICIONES OPERACIONALES	21
3.1. Hipótesis general	21
3.2. Hipótesis específicas	21
3.3. Operacionalización de variables	23
CAPITULO III	25
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	25
3.1. Tipo de investigación	25
3.2. Nivel de investigación	25

3.3. Diseño de investigación	26
3.4. Población y muestra del estudio.....	26
3.4.1. Población.....	26
3.4.2. Muestra.....	27
3.5. Técnicas e instrumentos de investigación.....	27
3.5.1. Técnicas.....	27
3.5.2. Instrumentos.....	27
3.6. Ámbito de la investigación.....	27
3.7. Procesamiento y análisis de información.....	28
CAPITULO IV.....	29
ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	29
4.1. Evolución del volumen de producción de aceite de oliva en el mundo	29
4.2. Evolución de los precios internacionales de aceite de oliva	29
4.3. Evolución de las exportaciones de aceite de oliva	31
4.4. Evolución de la superficie cosechada de aceite de oliva.....	33
4.5. Evolución de las exportaciones de aceite de oliva por empresa.....	35
4.5. Evolución de los país de destino del aceite de oliva	36
4.6. Vías de transporte de las exportaciones de aceite de oliva.....	37
4.7. Evolución del tipo de cambio promedio.....	38
4.8. Evolución de los términos de intercambio	38
CAPITULO V.....	40

PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	40
5.2. Hipótesis específicas	41
5.2.1. Hipótesis precio de aceite de oliva y términos de intercambio.....	41
5.2.1. Hipótesis tipo de cambio y exportaciones de aceite.....	43
CONCLUSIONES	45
SUGERENCIAS	47
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49
APÉNDICE: Matriz de Consistencia	52

Lista de Tablas

Tabla 1. Ventaja y desventaja de la exportación directa.....	17
Tabla 2. Ventaja y desventaja de la importación directa	18
Tabla 3 Operacionalización de la variable 1	23
Tabla 4 Operacionalización de la variable 2.....	24
Tabla 5 Exportaciones de aceite de oliva por empresa (US\$/FOB)	36
Tabla 6 Evolución de los países de destino del aceite de oliva (US\$/FOB).....	37
Tabla 7 Vía de transporte de las exportaciones de aceite de oliva	37
Tabla 8 Correlación entre las exportaciones y los términos de intercambio	41
Tabla 9 Correlación entre las exportaciones y el precio	42
Tabla 10 Correlación entre las exportaciones y el tipo de cambio	43

Lista de Figuras

Figura 1 Volumen de aceite de oliva en el mundo (miles de toneladas)	29
Figura 2 Evolución mensual de los precios internacionales del aceite de oliva	30
Figura 3 Evolución anual de los precios del aceite de oliva	31
Figura 4 Evolución mensual de las exportaciones de aceite de oliva	32
Figura 5 Evolución anual de las exportaciones de olivo por regiones	33
Figura 6 Superficie Cosechada de Olivo por Regiones en los últimos 20 años	34
Figura 7 Promedio de producción quinquenal de aceituna por Regiones	35
Figura 8 Evolución del tipo de cambio promedio	38
Figura 9 Evolución de los términos de intercambio	39

Resumen

El objetivo principal del presente trabajo de investigación se centra en determinar cómo los términos de intercambio se relacionan con las exportaciones de aceite de olica peruano, periodo 2015 - 2021, la investigación es relevante debido a que servirá de base para formular políticas económicas, que contribuyan a fortalecer el sector exportador de aceite de olviva a granel. La investigación presenta una introducción dedicada a la contextualizar el tema de investigación a desarrollar, a través de la presentación un marco teórico, en el cual se expone teorías y conceptos, cuyo delineamiento han orientado la investigación. El presente estudio, se ha realizado con el levantamiento de información secundaria a través de la obtención de información de las páginas web oficiales del gobierno del Perú, de otro lado, para la comprobación de las hipótesis se ha utilizado el coeficiente de correlación de Pearson, dada la naturaleza de los objetivos de la investigación.

Palabras clave: Precio del aceite de oliva, exportaciones de aceite, términos de intercambio.

Abstract

The main objective of this research work is focused on determining how the terms of trade are related to exports of Peruvian olive oil, period 2015 - 2021, the research is relevant because it will serve as the basis for formulating economic policies that contribute to strengthen the export sector of olive oil in bulk. The research presents an introduction dedicated to the contextualization of the research topic to be developed, through the presentation of a theoretical framework, in which theories and concepts are exposed, the outlines of which have guided the research. The present study has been carried out with the gathering of secondary information through the obtaining of information from the official web pages of the Peruvian government, on the other hand, for the verification of the hypotheses the Pearson correlation coefficient has been used, given the nature of the research objectives.

Keywords: Olive price, oil exports, terms of trade.

Introducción

El presente trabajo de investigación tiene como título “Los términos de intercambio y su relación con las exportaciones de aceite de oliva peruano, periodo 2015 - 2021”, el problema principal analizado en la investigación responde a la siguiente pregunta de investigación ¿Cómo se relacionan los términos de intercambio con el nivel de exportaciones de aceite de oliva del Perú? Así mismo, el objetivo principal es determinar la relación entre el precio y el nivel de exportaciones de aceite de oliva.

La presente investigación está estructurada en cinco capítulos: Planteamiento del Problema, Marco Teórico, Hipótesis y variables, Metodología de la investigación, Discusión de Resultados, terminando con las Conclusiones y Recomendaciones, acompañada de una amplia fuente bibliográfica la misma que sustenta el desarrollo de esta investigación; así como los apéndices respectivos.

Capítulo I: Planteamiento del Problema, en este punto abarca la metodología empleada para el desarrollo de la tesis; incluyendo la descripción de la realidad problemática, delimitaciones, problemas, objetivos, justificación e importancia del trabajo, limitaciones; terminando con la viabilidad del estudio.

Capítulo II: Marco Teórico, abarca desde los antecedentes, marco legal, marco teórico con sus respectivas conceptualizaciones relacionadas con el precio internacional del aceite de oliva y nivel de exportaciones del mismo del Perú, es necesario precisar que el material procedente de investigaciones previas, quienes con sus aportes han enriquecido la investigación; además las variables son de interés, permitiendo clarificar desde el punto de vista teórico conceptual a cada una de ellas, culminando con la formulación de las hipótesis.

Capítulo III: Metodología de la investigación, comprende desde el tipo, nivel, método, diseño; así como la información secundaria obtenida a través de la revisión de páginas web de organismos públicos del Perú, así mismo, es una investigación básica o pura y relacional; de diseño no experimental y longitudinal.

Capítulo IV: Discusión de Resultados, se trabajó con la información secundaria; con los cuales se realizaron la parte estadística y gráfica; además se interpretaron los resultados obtenidos, facilitando una mayor comprensión.

Capítulo V: Comprobación de hipótesis, para lo cual se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson con la finalidad de verificar las hipótesis de la presente investigación, así mismo, se ha utilizado la escala de ratio o razón dada la naturaleza de las variables estudiadas, de otro lado, se analizó la parte teórico conceptual y normatividad existente relacionada con las variables,

las conclusiones se realizaron de acuerdo a la formulación de las hipótesis y en cuanto a las recomendaciones se puede apreciar que son viables y prácticas.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

En los últimos años Perú ha crecido exponencialmente en lo que exportaciones se refiere. En particular la exportación de aceite de oliva virge al año 2020 ascendió a 2.5 TM en volumen, lo que equivale a 4.8 millones de dolares, el precio promedio de exportacion fue de US\$ 2. De otro lado el Perú importó un total de 837 mil kilos en el mismo año, lo que representa 3.8 millones de dolares, a un precio promedio de US\$ 4.8 por kilo. Los principales importadores son Hipermercado Totus con el 25%, Supermercado Peruano el 19% y Cencosud retail Perú SA con el 18% y Alicorp SAA participa con el 10%.

La producción de aceite de oliva que produce el Perú, es exportada principalmente a los mercado de España con el 64.6%, Australia 10,7% principalmente, y las principales empresas exportadoras son: Oasis Foods SAC, Descals Industrias Alimentaria SAC, Agroindustrias Gonzaleas EIRL E industrias Olibu SAC.

El aceite de oliva, es un producto que en los últimos años ha tenido un crecimiento importante en el consumo del mercado nacional, dado que es percibido como saludable y también es usado para el tratamiento de la belleza, el consumo per capita de aceite de oliva en el Perú al 2020 es 13.27 litros por persona por año, una cantidad un 13,9% superior respecto al año 2019. El incremento más significativo se produce en el aceite de oliva extravirgen con una variación de 18.5% en términos de evolución.

Finalmente, es necesario estudiar este producto, dado que es muy demandado principalmente por el mercado mundial. Así mismo, es necesario analizar que variables explican su comportamiento, con la finalidad de que los productos de este producto puedan diseñar estrategias que permitan crear un mayor valor para sus empresas. De otro lado, servirá para tener en cuenta la evolución de los hábitos de consumo respecto a este producto.

1.2. Delimitaciones de la investigación

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿Qué relación existe entre los términos de intercambio y el nivel de exportaciones de aceite de oliva peruano, periodo 2015-2021?

1.3.2. Problemas específicos

- ¿Qué relación existe entre el precio del aceite de oliva y el nivel de exportaciones, periodo 2015-2021?

- ¿Qué relación existe entre el tipo de cambio y el nivel de exportaciones, periodo 2015-2021?

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

Determinar la relación existe entre los términos de intercambio y el nivel de exportaciones de aceite de oliva peruano, periodo 2015-2021.

1.4.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación existe entre el precio del aceite de oliva y el nivel de exportaciones, periodo 2015-2021.

- Determinar la relación existe entre el tipo de cambio y el nivel de exportaciones, periodo 2015-2021.

1.5. Justificación e importancia de la investigación

1.5.1. Justificación

Desde hace dos décadas, las exportaciones peruanas han crecido a un ritmo acumulado que supera el 55%. Esta situación enmarca las exportaciones tradicionales que han crecido sobre todo por sus mayores precios de venta, los cuales están en función del comportamiento del mercado mundial, así mismo, es necesario precisar que estos productos no generan valor agregado para el país y de otro lado, se encuentran las exportaciones no tradicionales, donde se encuentra el aceite de oliva, que pertenece al sector agroindustrial, y dada sus características generará un valor agregado importante.

Dado estos aspectos relevantes es importante estudiar las variables que se relacionan con su crecimiento, con el propósito de tomar mejores decisiones por parte de los empresarios dedicados a este rubro.

1.5.2. Importancia

La importancia de la investigación se centra principalmente en los actores de comercio exterior, ya que podrán tener información valiosa sobre el mercado de aceite de oliva, tanto fortalezas y limitaciones al momento de incursionar a este. Es un mercado que

sigue en constante alza y muy atractivo para mypes del sector agroindustrial.

Se espera contribuir con este estudio a la comprensión de la relación que existe entre los precios de venta internacional del aceite de oliva y el nivel de exportaciones.

1.6. Alcances y limitaciones en la investigación

1.6.1. Alcances

El alcance del presente estudio esta centrado en relacionar los términos de intercambio y las exportaciones de aceite de oliva del Perú, principalmente producido en la región sur del Perú, prioritariamente la región de Tacna. Los resultados servirán para el diseño de estrategias de las empresas que lo producen, así como para el sector público, con la finalidad de diseñar estrategias que favorezcan el desarrollo de este sector.

1.6.2. Limitaciones

Se corre el riesgo de que la información sobre el tema en particular no se encuentre disponible en las instituciones privadas y públicas a las cuales se accederá.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes relacionados con la investigación

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Al respecto Alaez, Fernandez y Garcia (2002) en su artículo titulado “Precios relativos y exportaciones manufactureras españolas: ¿explotan las empresas industriales una cadena de valor multinacional?” presentado en la Universidad de Chile, analiza las exportaciones manufactureras españolas a Europa. Se utiliza la técnica de datos de panel para probar la Hipotesis para comprobar si existen diferencias entre las exportaciones de las ramas manufactureras en relación con su elasticidad a las variaciones de corto plazo en el índice de tipo de cambio.

Conclusion:

El resultado es que las exportaciones manufactureras de las empresas locales son más elásticas a las variaciones de los precios, estas ramas han reducido su participación en las exportaciones

totales en el período considerado. Además, las ramas manufactureras controladas por empresas de propiedad extranjera se han mostrado menos sensibles al índice de tipo de cambio efectivo real de la peseta, pero han aumentado su participación en el valor global de las exportaciones.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Rojas Anderson (2016) en su tesis titulada “La demanda externa de quinua y su incidencia en el nivel de exportaciones agropecuarias no tradicionales peruanas, periodo: 2004-2014” con el motivo de obtener el grado académico de Economía, presentado a la Universidad estatal de Trujillo.

El estudio tiene como propósito evaluar el comportamiento de las exportaciones internacionales de quinua y su impacto en las exportaciones agropecuarias, años 2004-2014. El estudio es no experimental, se obtuvo la información secundaria a través de los organismos públicos para su posterior interpretación y tratamiento y la obtención de resultados durante el tiempo de análisis.

Conclusion:

La demanda internacional de quinua tiene un impacto en el volumen de exportaciones del rubro agropecuario del país.

2.1.3. Antecedentes Locales

Mamani, Ivette (2020) en su tesis titulada “Las exportaciones de productos no tradicionales y su influencia en el crecimiento económico del Perú, período 2014 – 2019” presentada a la UPT para obtener el grado académico de Contador Público.

El estudio se titula “Las exportaciones de productos no tradicionales y su influencia en el crecimiento económico del Perú, período 2014 – 2019”, cuyo propósito busca determinar el grado de impacto de la exportación de productos no tradicionales en la evolución del producto bruto interno, para los años 2014-2019, para lo cual se definió la hipótesis: La exportación de productos no tradicionales influye en el producto bruto interno, años 2014-2019. El nivel de investigación es causal, es no experimental y longitudinal. Se utilizó regresión lineal para comprobar las hipótesis.

Conclusion:

Se concluyó que las exportación de productos no tradicionales influyen en el producto bruto interno, para los años años 2014-2019.

2.2. Bases teórico – científicas

2.2.1. Precio de Venta Internacional

2.2.1.1. Definición

El precio es "la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio" (Kotler & Armstrong, Fundamentos del Marketing, 2003).

A nivel global las empresas o firmas pueden elegir el grado de rendimiento deseado, por ejemplo, ser líderes en precios. Los bienes más estandarizados son más afectados a la evolución de los precios, caso contrario representan los productos orientados a la creación de valor. (Kurtz, 2012)

2.2.1.2. Teoría económica del precio

La Teoría de los precios analiza la formación de los precios relativos de consumo final. Esto se refiere a la cantidad de dinero que posee cada persona por sus remuneraciones y transferencias del Estado, después de haber cumplido con sus respectivos impuestos.

Los primeros aportes inician con Adam Smith (1723-1790), a quien se considera el primer economista, siendo en realidad un filósofo escocés que revolucionó las ideas de la época con su libro “La riqueza de la nación”, publicado en 1776. Allí analiza los principales problemas de la época y formula una serie de herramientas económicas para su entendimiento y posible solución.

Desarrolló el concepto de precio relativo para indicar el número de unidades que hay que dar de un bien a cambio de otro bien, en función del esfuerzo humano necesario. Así, el costo relativo de una actividad establece el precio de la misma; éste se mantenía constante a menos que cambiara la tecnología de producción, con lo cual, de mejorarse ésta, el patrón de precio relativo cambiaría. (Cadena Lozano, 2011).

2.2.1.3. Teoría Financiera del Precio (TF)

Desde el punto de vista del estudio de las finanzas, la administración financiera toma con mayor mayor énfasis los postulados de la teoría económica y los adapta a dos propósitos importantes: la maximización del beneficio y la maximización de los ingresos. Este enfoque financiero también lo toman como referencia los estudiosos del marketing.

2.2.1.4. Teoría sobre Índices de Precios

El cálculo de un índice de precios, tiene en cuenta ciertas propiedades estadísticas deseables que se deben cumplir:

- Proporcionalidad: los precios se desvían en la misma proporción.
- Conmensurabilidad: El índice debe ser inamovible ante variaciones en las unidades de medida.
- Tiempo inverso: Si los precios de dos periodos son intercambiados, la variación del segundo periodo debe ser el recíproco.
- Monotonicidad: Si, en el periodo corriente, uno o más precios aumentan y ninguno disminuye, el índice debe aumentar.
- Transitividad o Circularidad: El producto de los cambios del índice entre el periodo 1 y el periodo 2, multiplicado por la variación entre el periodo 2 y el periodo 3 debe ser igual a la variación del índice entre el periodo 1 y el periodo 3.
- Reversión de factores: Un índice de precios multiplicado por su correspondiente índice de cantidades debe ser igual al indicador de los valores de los dos periodos que se están comparando.

(Banco Central de Reserva del Perú, s.f.)

2.2.2. Exportaciones

La exportación es una técnica de bajo riesgo para entrar a los mercados extranjeros. Las empresas exportan producto por varias razones. Aquellas cuyos productos se encuentran en etapa de madurez de su ciclo de vida pueden desarrollarse en los mercados internacionales. (Zambrana Ramirez, 1995)

La exportación es simplemente la salida de un producto de un determinado país con destino a otro, atravesando las diferentes fronteras o mares que separan las naciones. Pero si se busca un concepto mas técnico, la exportación, según la Aduana Colombiana, es considerada como la salida de mercancías del territorio aduanero nacional hacia una nación extranjera o hacia una zona franca industrial de bienes y/o servicios, para permanecer en ella de forma definitiva. (Castro Figueroa A. , 2008).

2.2.2.1.Importancia

La importancia de las exportaciones reside en el efecto que tienen sobre el crecimiento económico, la productividad y el empleo del país en cuestión.

Primero, las exportaciones son uno de los componentes de Producto Interno Bruto (PIB); el aumento de las exportaciones, todo

lo demás constante, induce un incremento en el PIB, es decir, implica crecimiento económico.

Segundo, las exportaciones tienen una incidencia positiva en la productividad, al favorecer la recolocación de recursos hacia actividades más productivas. Es decir, cuando un país exporta aquellos servicios y bienes en los que muestra una ventaja en la producción, las mayores ganancias por ventas en el extranjero de estos bienes y servicios atraen recursos productivos (trabajadores, inversiones, maquinaria y equipo, investigación, etc.). Esta reasignación de recursos, provoca una mayor productividad de la economía en su conjunto, y esto a su vez, induce un mayor crecimiento económico. (Bernard & Jensen, 1999)

2.2.2.2. Tipos de Exportación

a. Exportación Indirecta.

Vienen a ser las ventas a consumidores locales, que posteriormente exportan los bienes. En este escenario, es otro agente comercial que toma la decisión de que producto puede exportarse en el mercado internacional, analizando la situación a través de investigaciones de mercado y la gestión de exportación.

Este tipo de exportación es manejado por firmas micro empresas que están preparadas para internacionalizarse de forma directa, pero su canal principal esta determinado por un intermediario. (MIDAGRI, s.f.)

Tabla 1

Ventajas y Desventajas de la exportación indirecta.

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> - Forma muy eficiente de acceder a mercados internacionales sin tener que pasar por la complicación de la exportación directa. - No requiere gran inversión - Presenta menos riesgos para la pequeña empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Limita las relaciones de la empresa con los consumidores y usuarios finales. - En algunos casos es difícil encontrar intermediarios con conocimientos adecuados para una buena colocación de los productos. - Contribuye al alza del precio de venta final, ya que no hay ningún control del productor.

Nota: Minagri

b. Exportación Directa

El exportador debe gerenciar todo el proceso de internacionalización como: tributos o aranceles al comercio exterior, medio de transporte, empaque, documentación, orientado al mercado meta, hasta la recuperación de la venta. (MIDAGRI, s.f.)

Tabla 2

Ventajas y Desventajas de la exportación directa

Ventajas	Desventajas
- Mayor control en el proceso de internacionalización.	- Es considerado un riesgo para las pequeñas empresas.
- Relación directa con el mercado exterior y con los clientes finales del producto, teniendo una retroalimentación de primera mano.	- Requiere mayor inversión.
- Al tener menos intermediarios se puede lograr un precio más competitivo.	- Es necesario poseer conocimientos en ciertas áreas como, ventas, marketing, cultura, idiomas y estilos de negociación para lograr relaciones fructíferas con los potenciales clientes.

Nota: Minagri

2.3. Definición de términos básicos

- Broker: Agente que intermedia una operación entre el demandante y ofertante de un determinado. El bróker representa al ofertante. (GEDESCO, s.f.)

- Costo: Valor que se da a un consumo de factores de producción dentro de la realización de un bien o un servicio como actividad económica. Dentro de este deterioro o utilización de factores que suponen la creación de costos se incluyen el pago a trabajadores, gastos derivados de la actividad económica como servicios de marketing o la compra de mercaderías. (ECONOMIPEDIA, s.f.)

- Demanda: Valor que manifiesta la intención de compra de una demandante, la curva de demanda nos muestra las cantidades de un producto que los individuos están dispuestos a comprar en función de su precio. (Cultural S.A. , 1999)

- Términos de Intercambio: Relación (cociente) que existe entre los precios de los productos de exportación y los precios de los productos de importación, es decir, al precio relativo de las exportaciones en términos de las importaciones. (Tovar & Chuy)

- Producto: La producción es la actividad económica que se encarga de transformar los insumos para convertirlos en productos. (ECONOMIPEDIA, s.f.)

- Oferta: Son las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado.. (Fisher & Espejo)

- Mercado: Conjunto de demanda por parte de clientes potenciales de un producto o servicio, en teoría económica un mercado implica un conjunto de condiciones y fuerzas que determinan los precios. (Pope)

- Marketing: es un proceso social y administrativo por el que individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros. (Kotler, Fundamentos del Marketing, 2003)

3. ELABORACIÓN DE HIPÓTESIS, VARIABLES Y DEFINICIONES OPERACIONALES

3.1. Hipótesis general

Ho: No existe una relación entre los términos de intercambio y el nivel de exportaciones de aceite de oliva peruano, años 2015-2021.

H1: Existe una relación significativa entre los términos de intercambio y el nivel de exportaciones de aceite de oliva peruano, años 2015-2021.

3.2. Hipótesis específicas

Primera Hipótesis

Ho: No existe relación entre el precio del aceite de oliva y el nivel de exportaciones, periodo 2015-2021.

H1: Existe relación entre el precio del aceite de oliva y las exportaciones, periodo 2015-2021.

Segunda Hipótesis

Ho: No existe relación entre el tipo de cambio y las exportaciones, periodo 2015-2021.

H1: Existe relación entre el tipo de cambio y las exportaciones, periodo 2015-2021.

3.3. Operacionalización de variables

Tabla 3

Operacionalización de la variable 1

Variable 1	Definición	Indicadores	Escala de medición
Precio Internacional	<p>“La cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio" (Kotler & Armstrong, 2003)</p>	<p>Precio FOB promedio de venta de aceite de oliva.</p>	Ratio

Tabla 4*Operacionalización de la variable 2*

Variable 2	Definición	Escala de medición
Exportaciones	“La exportación es una técnica de bajo riesgo para entrar a los mercados extranjeros. Las empresas exportan producto por varias razones. Aquellas cuyos productos se encuentran en etapa de madurez de su ciclo de vida pueden desarrollarse en los mercados internacionales.”. (Zambrana Colman, 1995)	Ratio
Terminos de Intercambio	Relación entre los precios internacionales de exportación e importación. (Banco Central de Reserva del Perú, s.f.)	
Tipo de cambio	Relación entre la moneda local respecto a las monedas internacionales (Banco Central de Reserva del Perú, s.f.).	

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

El estudio se caracteriza por ser básica o pura, dado que no se manipularán las variables en estudio, se centrará teniendo como base un marco teórico existente, generando así nuevos conocimientos.

3.2. Nivel de investigación

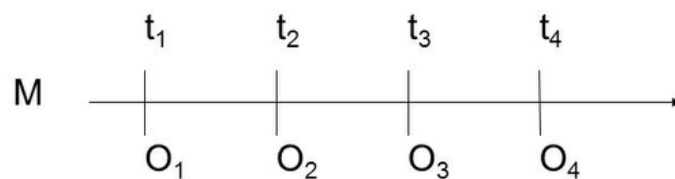
El nivel del estudio es de tipo relacional, dado a que se dará a conocer si los precios de venta internacional del aceite de oliva tienen relación con las exportaciones de este producto.

3.3. Diseño de investigación

Se considera no experimental, debido a que las variables en estudio no sufren ninguna modificación.

Se considera longitudinal, ya que los datos están considerados en el tiempo, años 2015-2021, por ende, se realiza un estudio de serie de tiempo.

No Experimental – Longitudinal



Donde:

M = Representa la muestra o grupos de sujetos a ser estudiados.

t_1 a t_4 = Representa momentos en que se hacen las observaciones.

O_1 a O_4 = Vienen a ser observaciones hechas en las variables de estudio

3.4. Población y muestra del estudio

3.4.1. Población

La población a utilizar está determinada por series de tiempo mensual expresadas en miles de las exportaciones peruanas de aceite de oliva, años 2015-2021.

3.4.2. Muestra

Se tomó en consideración para el estudio las exportaciones peruanas de aceite de oliva durante el periodo 2015-2021.

3.5. Técnicas e instrumentos de investigación

3.5.1. Técnicas

El estudio empleó información secundaria. según Sabino (1992) “Los datos secundarios, son registros escritos que proceden también de un contacto con la práctica, pero que ya han sido recogidos y muchas veces procesados por otros investigadores.”

3.5.2. Instrumentos

El instrumento a utilizar en el estudio es el análisis de contenido, se tomó la base de datos del BCRP, así como también de la base de datos de Veritrade.

3.6. Ámbito de la investigación

El radio espacial lo constituye el Perú, en el cual abarca todo el nivel de las exportaciones de aceite de oliva del país.

3.7. Procesamiento y análisis de información

El estudio tomó como referencia información del BCRP y de la base de datos de Veritrade en relación a las exportaciones de granda en series de tiempo con periodicidad mensual serán trabajados mediante una base de datos en el Software Estadísticos IBM SPSS 23.

La escala de medición que se utilizó para las dos variables es ratio, por lo cual se utilizará los siguientes métodos estadísticos: análisis explicativos, gráficos de dispersión, la correlación de Pearson para la comprobación de la Hipótesis planteadas en la presente investigación.

CAPITULO IV

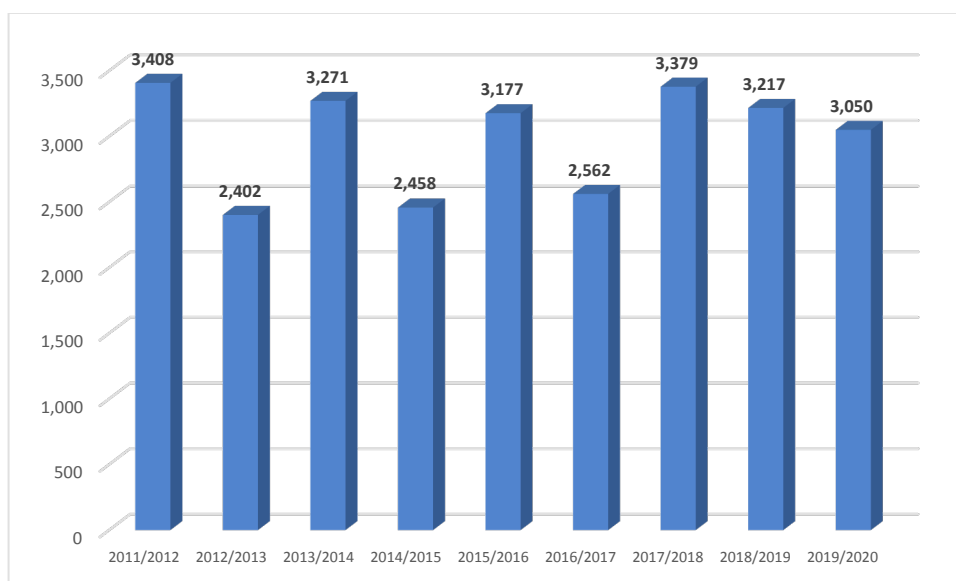
ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Evolución del volumen de producción de aceite de oliva en el mundo

La figura 1, nos muestra la evolución del volumen de aceite de oliva en el mundo en miles de toneladas, en ese sentido podemos indicar que la producción promedio mundial es del orden de 3.000 toneladas.

Figura 1

Volumen de aceite de oliva en el mundo (miles de toneladas)



Nota: Tomado de Statista.

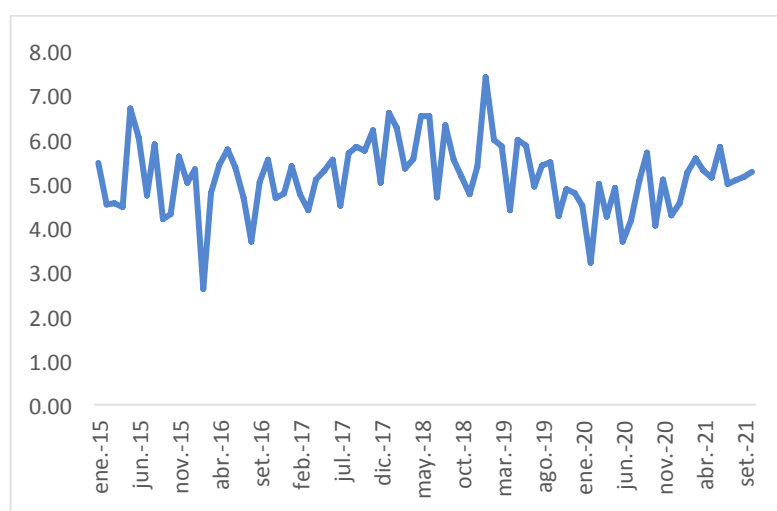
4.2. Evolución de los precios internacionales de aceite de oliva

La figura 2, nos da a conocer la evolución de los precios internacionales del aceite de oliva, durante el periodo enero del 2015 al mes de octubre del 2021.

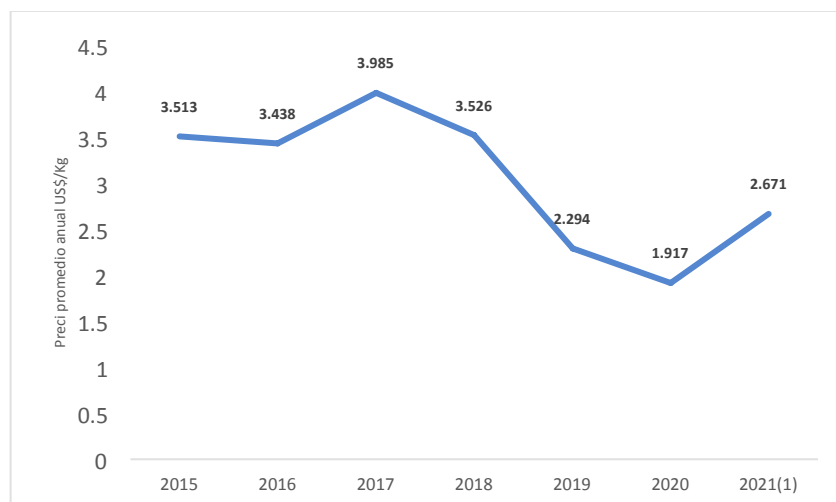
Al respecto, podemos indicar que los precios denotan una gran volatilidad, es decir, una gran variabilidad de los mismos, es necesario destacar que la pandemia sanitaria mundial, también afectó este producto, en el mes de marzo del año 2020, sin embargo, se recuperó rápidamente. Es necesario precisar que en el Perú el consumo per cápita es de 1.4 kilos, así mismo, el precio se define en el mercado internacional, dada la interacción de la oferta y la demanda del producto.

Figura 2

Evolución mensual de los precios internacionales del aceite de oliva

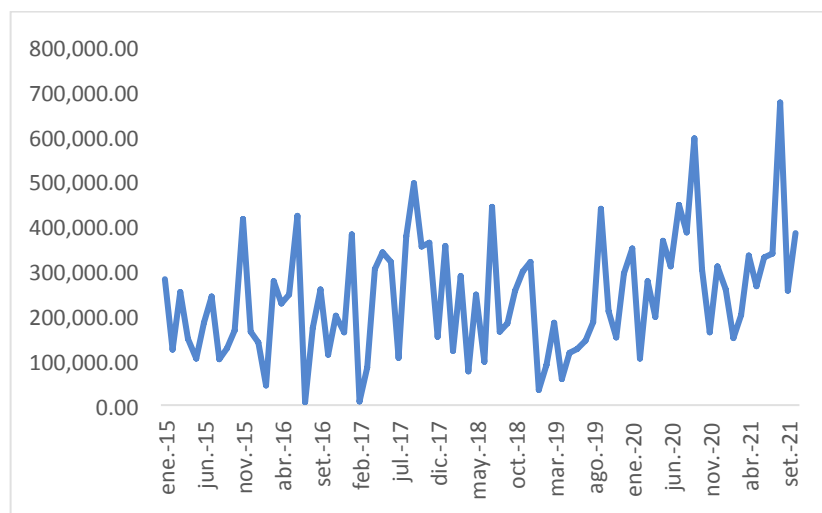


La figura 3, nos muestra la evolución de los precios del aceite de oliva en el mercado internacional para el periodo 2015 a octubre del año 2021. Para el año 2020, dada la pandemia sanitaria mundial los precios cayeron a 1.91 US\$/Kg., precio más bajo en la serie de datos analizada, sin embargo, para el presente año se observa un repunte los precios, llegando a ser para el mes de octubre de este año de 2.67 US\$/Kg.

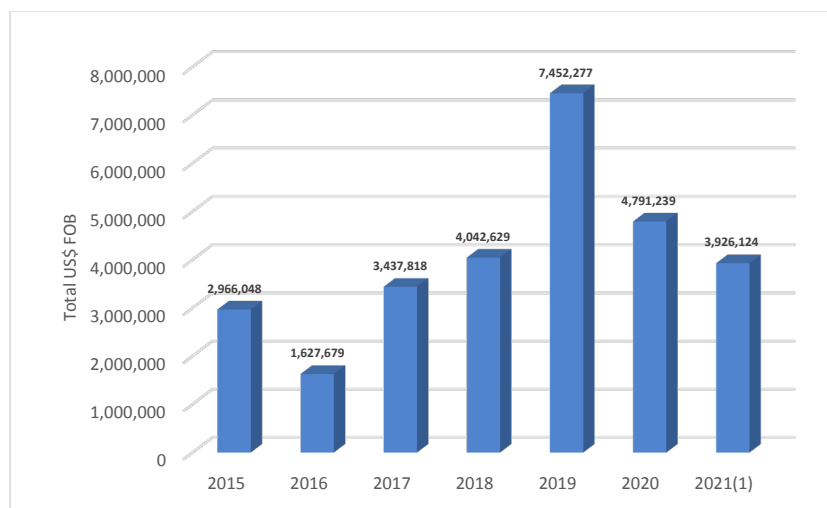
Figura 3*Evolución anual de los precios del aceite de oliva***4.3. Evolución de las exportaciones de aceite de oliva**

La figura 4, nos indica el volumen de exportaciones mensual, entre los años 2015 al 2021 de aceite de oliva, al respecto podemos mencionar que del mes de octubre del presente año, respecto al mismo mes del año interior, las exportaciones se han incrementado en un 27,16%.

Tan igual que los precios del producto, el volumen de exportaciones de aceite muestra una gran variabilidad, la cual obedece principalmente a la producción de su insumo principal, es decir, la aceituna.

Figura 4*Evolución mensual de las exportaciones de aceite de oliva*

En la figura 5, se aprecia la evolución de las exportaciones anual de aceite de oliva, al respecto podemos indicar que han venido creciendo desde el año 2015 hasta el año 2019, sine embargo el 2020, tuvo una caída importante debido a la pandemia sanitaria, la cual afectó todas las economías del mundo. Al presente año, podemos apreciar una ligera recuperación, llegando a ser al mes de octubre 3.926,124 US\$/FOB.

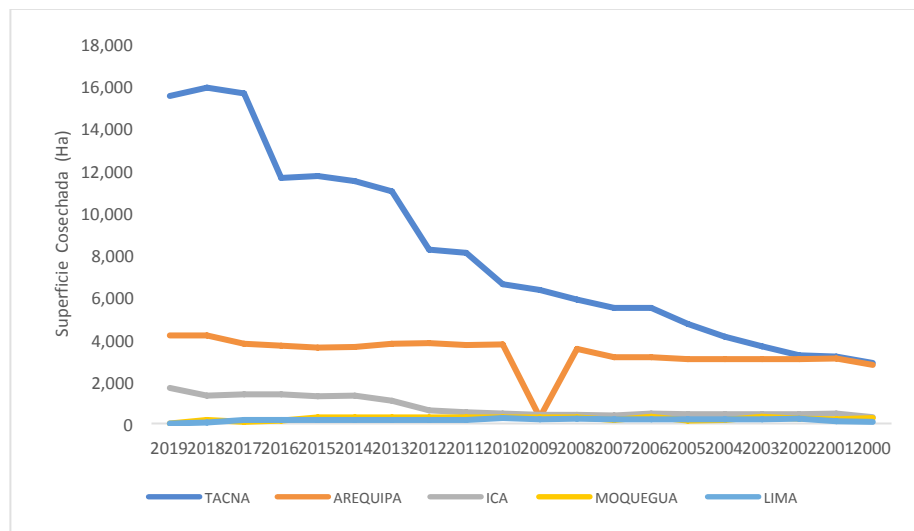
Figura 5*Evolución anual de las exportaciones de olivo por regiones*

4.4. Evolución de la superficie cosechada de aceite de oliva

La figura 6, nos proporciona información de la superficie cosechada de olivo por regiones en el país durante las últimas dos décadas, al respecto podemos indicar que la producción de la región de Tacna se ha incrementado exponencialmente, seguido de la región de Arequipa. Tacna es la región que más produce aceituna, insumo principal para la elaboración de aceite de oliva, tanto para consumo local, como internacional.

Figura 6

Superficie Cosechada de Olivo por Regiones en los últimos 20 años

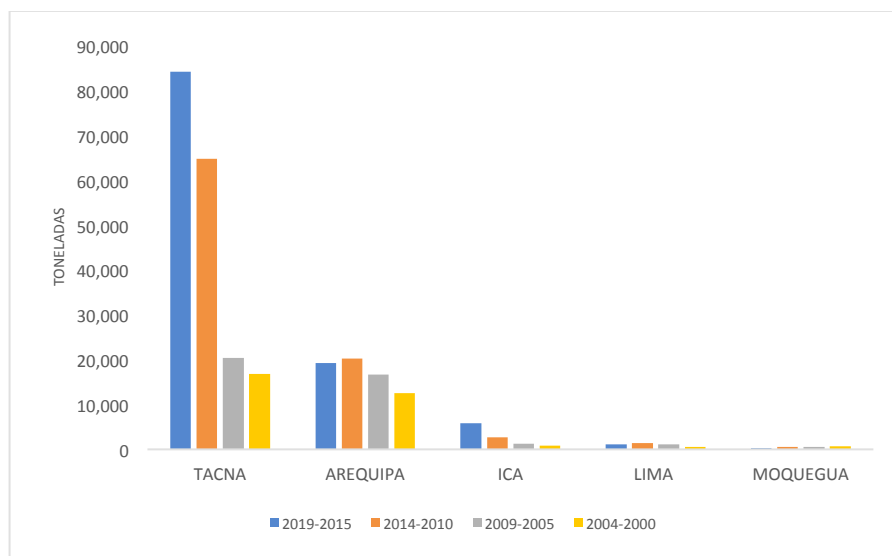


Nota: Tomado de MINAGRI –PERÚ

Respecto a la producción promedio quinquenal de aceituna por regiones del país, podemos indicar que para el quinquenio 2019 – 2015, la región de Tacna ocupa el primer lugar, con un total de producción promedio de 85.000 toneladas, seguido de la región de Arequipa con 19.000 toneladas e Ica con 6,000 toneladas.

Figura 7

Promedio de producción quinquenal de aceituna por Regiones



Nota: Tomado de MINAGRI –PERÚ

4.5. Evolución de las exportaciones de aceite de oliva por empresa

La tabla 5, nos da a conocer las principales empresas exportadores del aceite de oliva de nuestro país, en ese sentido podemos indicar que la empresa Oasis Foods SAC, es la principal exportadora durante el periodo de estudio 2015 al 2021, con un total de 2.125.786 US\$/FOB (al mes de octubre), monto muy superior al año anterior, lo cual representa del total exportado en lo que va del presente año el 54.14%, seguido de la empresa Agroindustrias Gonzales EIRL con un total de 498.928 US\$/FOB y en tercer lugar la empresa Descals Industrias Alimentaria SAC, con una participación del 5.9%.

Tabla 5*Exportaciones de aceite de oliva por empresa (US\$/FOB)*

Empresas	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021(1)
Oasis Foods SAC	1,107,047	1,067,492	2,395,322	2,456,881	2,963,286	1,492,816	2,125,786
Descals Industrias Alimentarias SAC	686,994	164,614	554,405	669,059	1,362,013	1,081,776	232,637
Agroindustrias Gonzalez EIRL	419,348	305,679	399,226	424,416	1,106,543	660,014	498,928
Industrias Olivepack SAC	0	36,288	0	0	0	0	0
Oliveperú Industrial SAC	237,138	0	0	0	0	0	0
Productos Encurtidos SA	0	0	48,530	0	0	0	0
Viviendas Lima SAC	0	0	0	339,672	0	0	0
Novex Agroindustrias SA	0	0	0	0	777,384	0	0
Industrias Olibu SAC	0	0	0	0	0	504,241	0
Agroindustrias Montoya SAC	0	0	0	0	0	0	261,526
Otros	515,521	53,606	40,335	152,601	1,243,051	1,052,392	807,247
	2,966,048	1,627,679	3,437,818	4,042,629	7,452,277	4,791,239	3,926,124

(1) Hasta Octubre

4.5. Evolución de los país de destino del aceite de oliva

La tabla 6, nos indica los principales países del mundo que demandan el aceite de oliva del Perú a octubre del presente año, en primer lugar tenemos a España con un total de 1.113,036 US\$/FOB, seguido de Australia con un total de 1.016,944 US\$/FOB. Estos dos países han demandado el producto peruana por lo menos los últimos tres años, sin embargo, España viene importando el producto durante todo el periodo de análisis.

Tabla 6*Evolución de los países de destino del aceite de oliva (US\$/FOB)*

Empresas	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021(1)
España	508,216	562,299	554,405	375,230	4,464,843	3,093,698	1,113,036
Australia	0	0	0	0	806,338	513,778	1,016,944
Portugal	451,776	0	1,603,794	0	0	121,115	722,424
Zona franca Perú	0	0	0	0	0	457,037	394,435
Estados Unidos	925,680	0	796,991	2,648,049	0	0	310,715
Chile	0	0	0	229,843	209,502	184,446	0
Ecuador	341,337	426,074	399,226	439,456	313,994	286,764	0
Italia	553,339	303,309	0	278,789	1,359,771	0	0
Otros	185,700	335,997	83,402	71,262	297,829	134,401	368,570
	2,966,048	1,627,679	3,437,818	4,042,629	7,452,277	4,791,239	3,926,124

(1) Hasta Octubre

4.6. Vías de transporte de las exportaciones de aceite de oliva

La tabla 7, nos indica el medio de transporte por el cual se realizan las exportaciones del aceite de oliva, al respecto podemos indicar que la principal vía lo constituye en medio marítimo preponderantemente. Al mes de octubre del presente año, el medio marítimo represente el 57%, mientras que la diferencia se transporta por vía terrestre.

Tabla 7*Vía de transporte de las exportaciones de aceite de oliva*

Vía de transporte	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021(1)
Marítimo	1,515,664	1,276,265	2,457,819	2,855,933	4,274,029	3,109,418	2,224,640
Carretero	1,434,432	345,519	979,999	1,186,692	3,178,242	1,651,662	1,692,731
Aéreo	15,952	5,895	0	4	6	13	8,753
Otras vías						30,146	
	2,966,048	1,627,679	3,437,818	4,042,629	7,452,277	4,791,239	3,926,124

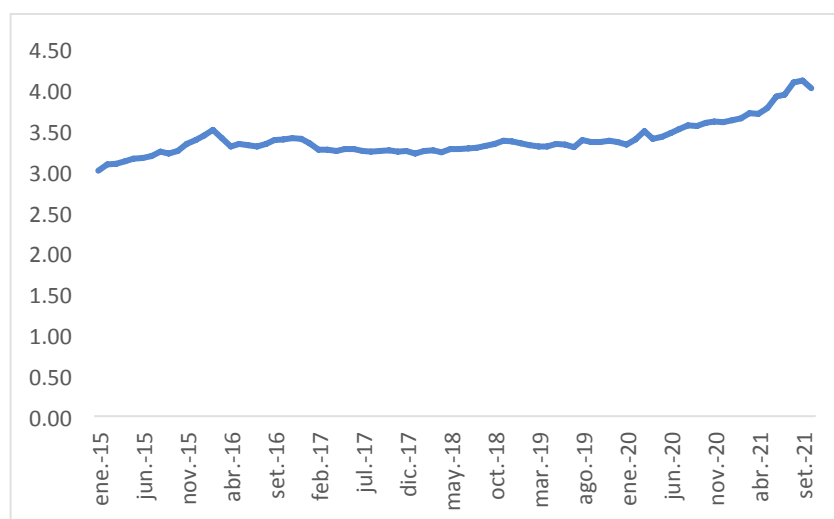
(1) Hasta Octubre

4.7. Evolución del tipo de cambio promedio

En la figura 8 se aprecia la evolución del tipo de cambio promedio, al respecto podemos mencionar que este importante indicador de la economía ha venido teniendo una tendencia alcista, es decir, una depreciación del sol respecto al dólar, lo cual favorece el nivel de exportaciones de los productos transables del país.

Figura 8

Evolución del tipo de cambio promedio



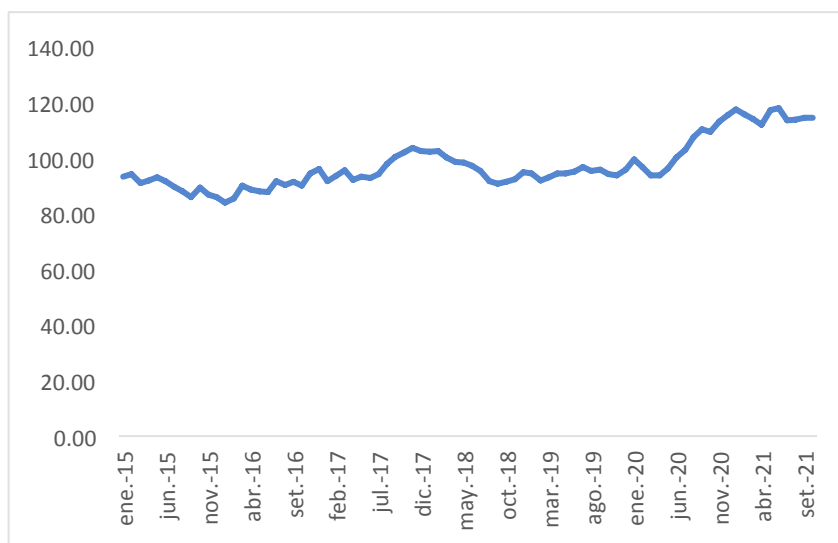
4.8. Evolución de los términos de intercambio

La figura 9, nos muestra la evolución de los términos de intercambio, el cual representa la evolución de los precios de exportación versus los precios de importación. Al respecto, podemos indicar que estos han tenido una tendencia creciente, sin embargo, es necesario precisar que a medida que este

indicador se eleva beneficia al país exportador, dando a conocer que la capacidad adquisitiva de las exportaciones es mayor.

Figura 9

Evolución de los términos de intercambio



CAPITULO V

PRUEBA DE HIPÓTESIS.

En el presente punto se desarrolló la comprobación de las hipótesis, dado que lo que se busca, es establecer el grado de relacion entre las variables de estudio, se tomó la decisión de utilizar el coeficiente de correlación de Pearson, el cual mide el grado de asociación y el sentido de la relación planteada en las hipótesis. Es pertinente precisar que la escala de las variables son de tipo ratio o paramétricas.

5.1. Hipótesis general

Ho: No existe una relación significativa entre los términos de intercambio y el nivel de exportaciones de aceite de oliva peruano, periodo 2015-2021.

H1: Existe una relación significativa entre los términos de intercambio y el nivel de exportaciones de aceite de oliva peruano, periodo 2015-2021.

Tabla 8*Correlación entre las exportaciones y los términos de intercambio*

		Exportaciones	Términos Intercambio
Exportaciones	Correlación de Pearson	1	,365**
	Sig. (bilateral)		0.001
	N	82	82
Términos Intercambio	Correlación de Pearson	,365**	1
	Sig. (bilateral)	0.001	
	N	82	82

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

De los resultados obtenidos en la tabla 8, podemos indicar que entre las variables estudiadas exportaciones de aceite de oliva y términos de intercambio existe una relación positiva, es decir, que a medida que estos últimos se incrementan benefician el nivel de exportaciones. De otro lado, el nivel de significancia de la prueba es de 0.001, el cual es menor al nivel de significancia bilateral del 0.005, en consecuencia, podemos indicar que existe una relación estadísticamente significativa, así mismo, el coeficiente nos indica que dicha relación es baja del 36,5%, entre las variables estudiadas.

5.2. Hipótesis específicas

5.2.1. Hipótesis precio de aceite de oliva y términos de intercambio.

Ho: No existe relación entre el precio del aceite de oliva y el nivel de exportaciones, periodo 2015-2021.

H1: Existe relación entre el precio del aceite de oliva y el nivel de exportaciones, periodo 2015-2021.

Tabla 9

Correlación entre las exportaciones y el precio

		Exportaciones	Precio
Exportaciones	Correlación de Pearson	1	0.504**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	82	82
Precio	Correlación de Pearson	0.504**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	82	82

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

De los resultados obtenidos en la tabla 9, podemos indicar que entre las variables estudiadas exportaciones de aceite de oliva y el precio del mismo existe una relación positiva, es decir, que a medida que estos últimos se incrementan benefician el nivel de exportaciones. De otro lado, el nivel de significancia de la prueba es de 0.000, el cual es menor al nivel de significancia bilateral del 0.005, en consecuencia, podemos indicar que existe una relación estadísticamente significativa, así mismo, el coeficiente nos indica que dicha relación es baja del 36,5%, entre las variables estudiadas.

5.2.1. Hipótesis tipo de cambio y exportaciones de aceite.

Ho: No existe relación entre el tipo de cambio y el nivel de exportaciones, periodo 2015-2021.

H1: Existe relación entre el tipo de cambio y el nivel de exportaciones, periodo 2015-2021.

Tabla 10

Correlación entre las exportaciones y el tipo de cambio

		Exportaciones	Tipo Cambio
Exportaciones	Correlación de Pearson	1	,312**
	Sig. (bilateral)		0.004
	N	82	82
Tipo Cambio	Correlación de Pearson	,312**	1
	Sig. (bilateral)	0.004	
	N	82	82

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

De los resultados obtenidos en la tabla 8, podemos indicar que entre las variables estudiadas exportaciones de aceite de oliva y tipo de cambio existe una relación positiva, es decir, que a medida que estos últimos se incrementan benefician el nivel de exportaciones. De otro lado, el nivel de significancia de la prueba es de 0.004, el cual es menor al nivel de

significancia bilateral del 0.005, en consecuencia, podemos indicar que existe una relacion estadísticamente significativa, así mismo, el coeficiente nos indica que dicha relación es baja del 31,2%, entre las variables estudiadas.

CONCLUSIONES

PRIMERA: Los precios internacionales del aceite de oliva denotan una gran volatilidad, es decir, una gran variabilidad de los mismos, es necesario destacar que la pandemia sanitaria, también afectó a este producto, en el mes de marzo del año 2020, sin embargo, se recuperó rápidamente, así mismo, el precio se define en el mercado internacional, dada la interacción de la oferta y la demanda del producto.

SEGUNDA: La evolución anual de las exportaciones de aceite de oliva, han venido creciendo desde el año 2015 hasta el año 2019, sin embargo el 2020, tuvo una caída importante debido a la pandemia sanitaria mundial, lo cual afectó todas las economías del mundo. Al presente año, podemos apreciar una ligera recuperación, llegando a ser al mes de octubre 3.926,124 US\$/FOB.

TERCERA: La superficie cosechada de olivo por regiones en el país durante las últimas dos décadas, nos indica que la producción de la región de Tacna se ha incrementado exponencialmente, seguido de la región de Arequipa. Tacna es la región que más produce aceituna, insumo principal para la elaboración de aceite de oliva, tanto para consumo local, como internacional, es por eso

que la mayor exportación la realizan las empresas ubicadas en esta región del país.

CUARTA: Los principales países del mundo que demandan el aceite de oliva del Perú, en primer lugar tenemos a España con un total de 1.113,036 US\$/FOB, seguido de Australia con un total de 1.016,944 US\$/FOB. Estos dos países han demandado el producto peruano por lo menos los últimos tres años, sin embargo, España viene importando el producto durante todo el periodo de análisis, siendo el principal medio de transporte el marítimo (57%), seguido del terrestre.

QUINTA: Se ha determinado de las prueba de hipótesis que las exportaciones de aceite de oliva tiene una relación positiva con los términos de intercambio, es decir, que a medida que estos últimos se incrementan benefician el nivel de exportaciones de aceite de oliva, así mismo, el precio tiene una relación positiva, con el nivel de exportaciones, es decir, que a medida que estos últimos se incrementan benefician el nivel de exportaciones.

SUGERENCIAS

- PRIMERA: Dado que las exportaciones de aceite de oliva, se efectúa a granel, podemos indicar que se esta perdiendo la posibilidad de incrementar el valor agregado al producto, lo cual genera efectos colaterales a la economía, por lo que se debe evaluar la posibilidad de exportar producto envasado con una marca propia, que le permita a las empresas exportadoras posicionarla.
- SEGUNDA: El aceite de oliva en los mercado desarrollados es considerado un producto importante en la mesa de los consumidores, por lo que su demanda es creciente, el gobierno debe propender a apoyar el incremento de hectareas de olivo, a fin de incrementar el nivel de exportaciones de aceite de oliva, asi mismo, los consumidores locales deben cambiar sus hábitos de consumo respecto a este tipo de aceite, el cual es saludable.
- TERCERA: Al ser la región de Tacna una de las principales zonas de produccion de olivo del país, se debe desarrollar politicas públicas orientadas a incrementar la ampliación de fronteras agrícolas para este cultivo con el uso de tecnologías que optimicen el uso del recurso hidrico o ayudarlos a incrementar su productividad, a través del uso de técnicas modernas de producción o cosecha.

CUARTA: El exportador peruano con ayuda del gobierno del Perú debe apoyar la búsqueda de nuevos mercados internacionales, a fin de que las exportaciones de este producto pueda venderse en todo el mundo que demanda este producto por sus características o bondades que favorecen la salud de los consumidores tanto locales como internacionales.

QUINTA: El gobierno debe manejar políticas cambiarias que promuevan las exportaciones de productos no tradicionales, cuidando de no perjudicar la economía interna, dado que un incremento de los términos de intercambio favorecen en términos de precios al exportador peruano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarez, E. (2018). *Precios de venta internacional de la palta fresca y a exportacion peruana, años 2010-2016*. Lima: Universidad Cesar Vallejo.
- Arambulo, M., & Mamani, I. (2020). *Las exportaciones de productos no tradicionales y su influencia en el crecimiento económico del Perú, período 2014 – 2019*. Tacna: Universidad Privada de Tacna.
- Atkin, D., Khandelwal, A., & Osman, A. (2014). *Exporting and Firm Performance: Evidence from a Randomized Trial*. Cambridge: National Bureau of Economic Research.
- Banco Central de Reserva del Perú. (s.f.). <https://www.bcrp.gob.pe/>.
- Bernard, A., & Jensen, B. (1999). *Exporting and productivity*. Cambridge: National Bureau of Economic Research.
- Cadena Lozano, J. (2011). *La teoria economica y financiera del precio: dos enfoques complementarios*. Bogotá: Criterio Libre.
- Castro Figueroa, A. (2008). *Manual de Exportaciones, la exportacion en Colombia*. Bogota: Universidad de Rosario.
- Castro Figueroa, A. (2008). *Manual de Exportaciones: La exportación en Colombia*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- CONAVALSÍ. (s.f.). <https://www.conavalsi.com>.
- Cultural S.A. . (1999). *Diccionario de Marketing*. España.
- ECONOMIPEDIA. (s.f.). <https://economipedia.com>.
- Fisher, L., & Espejo, J. (s.f.). *Mercadotecnia*.

Flores Gonzalez, M. (2007). *La proteccion juridica para el cacao fino y de aroma del Ecuador*. Quito: Corporacion Editora Nacional.

Galdos Arias, I., & Velarde Rimac, D. (2019). *Influencia de exportación y precio del café peruano en las exportaciones totales agricolas del Perú en los años 2008 - 2018*. Lima: Universidad San Ignacion de Loyola.

GEDESCO. (s.f.). <https://www.gedescos.es>.

Gonzalez, M. F. (2007). *La Proteccion Juridica para el cacao fino y de aroma del Ecuador*. Quito: Corporacion Editora Nacional.

Kotler, P. (2003). *Fundamentos del Marketing*.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos del Marketing*. PEARSON.

Kurtz, D. (2012). *Marketing Contemporáneo*. México D.F. : CENGAGE Learning.

Mamani Choque, R., & Plata Mollinedo, R. (2019). *Los Términos de Intercambio y su Influencia en la Exportación de Aceituna en Tacna, Periodo 2016-2018*. Tacna: Universidad Privada de Tacna.

MIDAGRI. (s.f.). <https://www.midagri.gob.pe>.

Pope, J. (s.f.). *Investigacion de Mercados, Guia Maestra para el Profesional*. Norma.

Ramirez Nieto, M., & Cepeda Velasques, M. (2018). *Incidencia del precio internacional del café sobre la producción del mismo, estudio de*. Colombia: Creative Commons.

Ramirez, C. Z. (1995). *Administracion del Comercio Internacional*. Costa Rica: EUNED.

Santamaria Echevarria, J. (2018). *Efectos del precio internacional del crudo sobre el mercado bursátil colombiano*. Colombia: Universidad de los Andes.

Tovar , P., & Chuy, A. (s.f.). Terminos de Intercambio y ciclos Economicos 1950-1998. (B. C. Peru, Ed.) *Estudios Economicos*.

Villegas, J. P. (2016). *Exportaciones tradicionales peruanas y precios internacionales 2008 - 2014*. Lima: Universidad Cesar Vallejo.

Zambrana Ramirez, C. (1995). *Administración del comercio internacional*. Universidad Estatal a Distancia.

APÉNDICE: Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título de investigación: Los términos de intercambio y su relación con las exportaciones de aceite de oliva peruano, periodo 2015-2021

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Indicadores
<p>Problema general ¿Qué relación existe entre los términos de intercambio y el nivel de exportaciones de aceite de oliva peruano, periodo 2015-2021?</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación existe entre los términos de intercambio y el nivel de exportaciones de aceite de oliva peruano, periodo 2015-2021.</p>	<p>Hipótesis general Existe una relación significativa entre los términos de intercambio y el nivel de exportaciones de aceite de oliva peruano, periodo 2015-2021.</p>	<p>V.1. Precio del aceite de oliva Tipo de cambio</p>	<p>Evolución internacional del precio del aceite de oliva Evolución de la moneda local respecto a la moneda extranjera</p>
<p>Problemas específicos - ¿Qué relación existe entre el precio del aceite de oliva y el nivel de exportaciones, periodo 2015-2021? - ¿Qué relación existe entre el tipo de cambio y el nivel de exportaciones, periodo 2015-2021?</p>	<p>Objetivos específicos - Determinar la relación existe entre el precio del aceite de oliva y el nivel de exportaciones, periodo 2015-2021. - Determinar la relación existe entre el tipo de cambio y el nivel de exportaciones, periodo 2015-2021.</p>	<p>Hipótesis específicas Existe relación entre el precio del aceite de oliva y el nivel de exportaciones, periodo 2015-2021. Existe relación entre el tipo de cambio y el nivel de exportaciones, periodo 2015-2021.</p>	<p>V.2. Exportaciones de aceite de oliva Términos de intercambio</p>	<p>Volumen de exportaciones de aceite de oliva Índice de intercambio</p>
Método y Diseño		Población y Muestra		Técnicas e Instrumentos
<p>Tipo de Investigación:</p>	<p>Descriptiva y básica</p>	<p>Población:</p>	<p>Evolución del precio del aceite de oliva, periodo 2015-2021.</p>	<p>Método: Descriptivo, relacional</p>
<p>Nivel de investigación:</p>	<p>Relacional</p>	<p>Muestra:</p>	<p>Series de tiempo 2015-2021</p>	<p>Técnica: Análisis de contenido</p>
<p>Diseño de investigación:</p>	<p>No experimental, longitudinal</p>			<p>Tratamiento estadístico: Coeficiente de correlación de Rho Spearman</p>