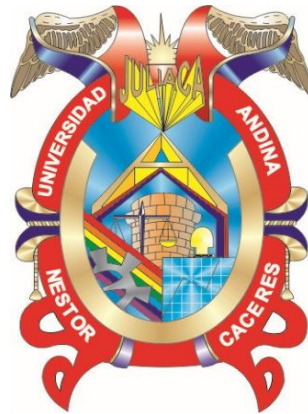




**UNIVERSIDAD ANDINA**  
**NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ**  
**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS**  
**INTERNACIONALES**



**RELACIÓN ENTRE LA ESTRATEGIA DE PRECIOS**  
**Y LA UTILIDAD DE LA PAPAYITA ANDINA**  
**ORGÁNICA DE SANDIA 2024**

TESIS PRESENTADA POR:

**Bach. MARLENY CALCINA ÁLVAREZ**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

JULIACA – PERÚ

2025



**UNIVERSIDAD ANDINA**

**NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**RELACIÓN ENTRE LA ESTRATEGIA DE PRECIOS  
Y LA UTILIDAD DE LA PAPAYITA ANDINA  
ORGÁNICA DE SANDÍA 2024**

**TESIS PRESENTADA POR:**

**Bach. MARLENY CALCINA ÁLVAREZ**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**APROBADA POR EL JURADO REVISOR:**

**PRESIDENTE**

:   
Dra. BERTHA BEJAR PARRA

**PRIMER MIEMBRO**

:   
Dr. JESUS MAMANI MAMANI

**SEGUNDO MIEMBRO**

:   
Dr. ALFREDO SAMUEL MACHACA CALDERON

**ASESOR DE TESIS**

:   
Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: ECONOMÍA SECTORIAL – P16**



UNIVERSIDAD ANDINA  
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

RESOLUCIÓN N° 069-2025-D-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 12 de mayo del 2025

**VISTOS:** El Oficio No 012-2025-DUI-FCCF-UANCV de fecha 12 de mayo del 2025, emitido por la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y El **Expediente N° CU – 2791** presentado por el (la) Bachiller: **CALCINA ALVAREZ MARLENY**, quien **solicita nominación de jurados, fecha y hora de sustentación**, para rendir el examen de sustentación y defensa de la tesis titulada: **RELACIÓN ENTRE LA ESTRATEGIA DE PRECIOS Y LA UTILIDAD DE LA PAPAYITA ANDINA ORGÁNICA DE SANDIA 2024** conducente para optar el Título profesional de **LICENCIADO EN ECONOMIA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**, que fue revisada por el Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Economía y Negocios Internacionales

**CONSIDERANDO:**

**Que**, de conformidad con el artículo 8º, numeral b) del Reglamento General de Grados y Títulos de la UANCV vigente, es procedente acceder a la petición del interesado.

**Que**, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

**Y estando**, la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y las atribuciones que confiere el artículo 28º del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

**SE RESUELVE:**

**ARTÍCULO PRIMERO: DECLARAR APTO** para la sustentación presencial del informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) el (la) bachiller: **CALCINA ALVAREZ MARLENY**, sorteo de jurado de la Tesis titulada: **RELACIÓN ENTRE LA ESTRATEGIA DE PRECIOS Y LA UTILIDAD DE LA PAPAYITA ANDINA ORGÁNICA DE SANDIA 2024**, para optar el Título profesional de **LICENCIADO EN ECONOMIA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES** en virtud de los considerandos expuestos.

**ARTÍCULO SEGUNDO: NOMINAR JURADOS** para la sustentación presencial y defensa de la tesis a los siguientes docentes ordinarios:

- |             |   |                                     |
|-------------|---|-------------------------------------|
| Presidente  | : | Dra. BERTHA BEJAR PARRA             |
| 1er Miembro | : | Dr. JESUS MAMANI MAMANI             |
| 2do Miembro | : | Dr. ALFREDO SAMUEL MACHACA CALDERON |
| Asesor      | : | Dra. YUDY HUACANI SUCASACA          |

**ARTÍCULO TERCERO. - PROGRAMAR FECHA Y HORA** de sustentación como se detalla:

- |       |   |                                |
|-------|---|--------------------------------|
| Lugar | : | Salón de Grados de la FCCF     |
| Fecha | : | MIÉRCOLES, 14 de mayo del 2025 |
| Hora  | : | 09:00 a.m.                     |

**ARTÍCULO CUARTO. - DISPONER** que la comisión de Grados y Títulos de la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

**DISTRIBUCIÓN:**

- Jurados (3)
- Interesados (1)
- Archivo (1)



UNIVERSIDAD ANDINA  
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

Dra. BERTHA BEJAR PARRA  
Decana (e) de la Facultad de Ca.  
Contables y Financieras



**RESOLUCIÓN N° 320 - 2024-DUI-FCCF-UANCV-J**

Juliaca, 05 de agosto del 2024

**Visto:** el Expediente N° 2024-CU-9690 de fecha 26 de julio del 2024, el cual solicita Revisión de Propuesta de Investigación y el **Anexo (02 o 03) “Ficha de Opinión de la Propuesta de Investigación”** que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de **Economía y Negocios Internacionales**.

**CONSIDERANDO:**

**Que,** las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

**Que,** el (la) Bach. **CALCINA ALVAREZ MARLENY**, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **RELACIÓN ENTRE LA ESTRATEGIA DE PRECIOS Y LA UTILIDAD DE LA PAPAYITA ANDINA ORGÁNICA DE SANDIA 2024**, conducente para optar el Título profesional de **LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**, y

**Que,** al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

**Que,** el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la propuesta de investigación.

**Que,** la Directora de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Economía y Negocios Internacionales, corroboro la propuesta del (a) ASESOR (a) Dra. **YUDY HUACANI SUCASACA**, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis) y,

**Estando,** la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras.

**SE RESUELVE:**

**ARTÍCULO PRIMERO:** APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN titulado: **RELACIÓN ENTRE LA ESTRATEGIA DE PRECIOS Y LA UTILIDAD DE LA PAPAYITA ANDINA ORGÁNICA DE SANDIA 2024**, presentado por el (la) Bachiller: **VARGAS CALCINA RONALD DENNIS**, en virtud de los considerados expuestos.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** RECONOCER como ASESOR(a) al (a): **Dra. YUDY HUACANI SUCASACA**

**ARTÍCULO TERCERO:** DISPONER que la Facultad, secretarías académicas y administrativas, queden encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

UNIVERSIDAD ANDINA  
“NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ”  
  
Dra. Yudy Huacani Sucasaca  
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN FCCF

**DISTRIBUCIÓN:**

- Interesados (1)
- Archivo (1)

**RESOLUCIÓN N° 519-2024-DUI-FCCF-UANCV-J**

Juliaca, 01 de octubre del 2024

**Visto:** el Expediente N° 2024-CU-13143 de fecha 17 de setiembre del 2024, del **Bach. CALCINA ALVAREZ MARLENY**, quien solicita Revisión de Informe Final de la Investigación (Borrador de Tesis) y el Anexo (04 o 05) "Ficha de Opinión del Informe Final de la Investigación" que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de **Economía y Negocios Internacionales**.

**CONSIDERANDO:**

**Que**, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

**Que**, el (la) Bach. **CALCINA ALVAREZ MARLENY**, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **RELACIÓN ENTRE LA ESTRATEGIA DE PRECIOS Y LA UTILIDAD DE LA PAPAYITA ANDINA ORGÁNICA DE SANDIA 2024**, asimismo fue aprobado para su ejecución de informe final (borrador de tesis) con **RESOLUCIÓN N°320-2024-DUI-FCCF-UANCV-J**, conducente para optar el Título profesional de **LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**, y

**Que**, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

**Que**, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable a la propuesta de investigación.

**Que**, la Directora de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Contabilidad, corroboro la propuesta del (a) **ASESOR (a) Dra. YUDY HUACANI SUCASACA**, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis) y,

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras.

**SE RESUELVE:**

**ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR Y AUTORIZAR EL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS)** para la REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN, del tema titulado: **RELACIÓN ENTRE LA ESTRATEGIA DE PRECIOS Y LA UTILIDAD DE LA PAPAYITA ANDINA ORGÁNICA DE SANDIA 2024**, presentado por el (la) Bachiller. **CALCINA ALVAREZ MARLENY**, para optar el Título profesional de **LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**, en virtud de los considerandos expuestos.

**ARTÍCULO SEGUNDO: RATIFICAR** como **ASESOR(a)** al: **Dra. YUDY HUACANI SUCASACA**

**ARTÍCULO TERCERO: DISPONER** que la Facultad, secretarías académicas y administrativas, queden encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

**DISTRIBUCIÓN:**

- Interesados (1)  
- Archivo (1)

UNIVERSIDAD ANDINA  
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

  
Dra. Yudy Huacani Sucasaca  
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE  
INVESTIGACIÓN FCCF



## RELACIÓN ENTRE LA ESTRATEGIA DE PRECIOS Y LA CALIDAD DE LA PAPA YITA ANDINA ORGÁNICA DE SANDÍA 2024

### INFORME DE ORIGINALIDAD

9%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	3%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
3	repositorio.uancv.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1%
5	ri.ues.edu.sv Fuente de Internet	<1%
6	repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	core.ac.uk Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.unid.edu.pe Fuente de Internet	<1%



### Metadatos Complementarios

RELACIÓN ENTRE LA ESTRATEGIA DE PRECIOS Y LA UTILIDAD DE LA PAPAYITA ANDINA ORGÁNICA DE SANDIA 2024	
<b>Datos de autor</b>	
Nombres y apellidos	MARLENY CALCINA ÁLVAREZ
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	48048903
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0009-0005-9384-7642">https://orcid.org/0009-0005-9384-7642</a>
<b>Datos de asesor</b>	
Nombres y apellidos	YUDY HUACANI SUCASACA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	40673820
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0009-0008-3275-5586">https://orcid.org/0009-0008-3275-5586</a>
<b>Datos del jurado</b>	
<b>Presidente del jurado</b>	
Nombres y apellidos	BERTHA BEJAR PARRA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02387777
<b>Miembro del jurado 1</b>	
Nombres y apellidos	JESUS MAMANI MAMANI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02425043
<b>Miembro del jurado 2</b>	
Nombres y apellidos	ALFREDO SAMUEL MACHACA CALDERON
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	29433035



<b>Datos de investigación</b>	
Línea de investigación	ECONOMÍA SECTORIAL– P16
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	<p>País: Perú</p> <p>Departamento: Puno Provincia: Sandía Distrito: Sandía</p> <p>Latitud: -14.32211 Longitud: -69.46628 <a href="https://maps.app.goo.gl/5JbSmazLmfB5t75N8">https://maps.app.goo.gl/5JbSmazLmfB5t75N8</a></p> 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Agosto 2024 - Octubre 2024
URL de disciplinas OCDE	<p><b>Ciencias sociales</b> <a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.00.00">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.00.00</a></p> <p><b>Economía</b> <a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.01">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.01</a></p>
<a href="https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html">https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html</a>	



UNIVERSIDAD ANDINA  
"NESTOR CERÓN VELÁSQUEZ"

Dr. J. JESÚS AGUILAR PINTO  
DIRECTOR DE LA UNIDAD DE  
INVESTIGACIÓN FCCF



### DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo MARLENY CALCINA ALVAREZ, identificado con DNI Nro. 48048903, en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional**
- Programa de Segunda Especialidad,**
- Programa de Maestría o Doctorado**



### ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

informo que he elaborado el/la  Tesis o  Trabajo de Investigación,  Trabajo Académico denominada:

### **RELACIÓN ENTRE LA ESTRATEGIA DE PRECIOS Y LA UTILIDAD DE LA PAPAYITA ANDINA ORGÁNICA DE SANDIA 2024**

Asesorado por: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

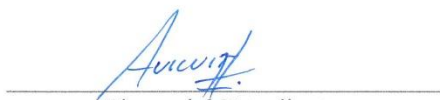
Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 14 de mayo del 2025

  
Firma del Asesor  
(obligatoria)

  
Firma del Estudiante  
(obligatoria)



Huella



## DEDICATORIA

Dedico este proyecto mi familia con el inmenso amor que siento por ellos, en primera instancia a mis padres JOSE LUIS CALCINA HUANCA Y GUILLERMINA ALVAREZ VALENCIA por todo su sacrificio y esfuerzo, por ser siempre mi fuente de motivación e inspiración para ser una mejor persona cada día.

A mis hermanos, por motivarme con palabras de aliento a seguir firme y seguir perseverando en todo mi proceso de formación.

Gracias a mi amado novio JESUS JOEL RODRIGUEZ CALCINA por sus consejos, amor y su paciencia para seguir avanzando. Por estar ahí incondicionalmente y hoy por hoy poder decir que somos un equipo y llegar juntos a la meta trazada y alcanzar esta dichosa victoria y llegar a ser un profesional de la patria.



## AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por permitirme llegar hasta este momento ya que todos mis logros son resultado de tu ayuda. Por fortalecer mi corazón y estar ahí conmigo en cada paso que doy, que caída es un aprendizaje más y no cesan mis ganas de decir que gracias a ti que esta meta esta cumplida.

Mi gratitud se extiende a mi UNIVERSIDAD UANCV por haberme permitido formarme en ella y que ha fomentado el desarrollo de un espíritu crítico esencial para el análisis profundo de los desafíos.

Con profunda estima extiendo mi más sincera gratitud a mi asesora de tesis Dra. YUDY HUACANI SUCASACA cuya observaciones y contractivos comentarios han sido cruciales para la consolidación de este trabajo.



## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	i
AGRADECIMIENTOS.....	ii
ÍNDICE .....	iii
ÍNDICE DE TABLAS.....	vi
ÍNDICE DE FIGURAS .....	viii
ÍNDICE DE ANEXOS .....	x
RESUMEN .....	xi
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN .....	xiii

## CAPÍTULO I

### ASPECTOS GENERALES

1.1 Descripción del problema .....	14
1.2 Formulación del problema .....	15
1.2.1 Problema general.....	15
1.2.2 Problemas específicos.....	15
1.3 Justificación .....	15
1.3.1 Justificación teórica.....	15
1.3.2 Justificación práctica .....	15
1.3.3 Justificación metodológica .....	16
1.4 Objetivos de la investigación .....	16



1.4.1	Objetivo general.....	16
1.4.2	Objetivos específicos.....	16
1.5	Hipótesis.....	17
1.5.1	Hipótesis general.....	17
1.5.2	Hipótesis específicas.....	17
1.6	Variables.....	17

## CAPÍTULO II

### FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1	Antecedentes.....	19
2.2	Bases teóricas.....	20
2.3	Definición de términos.....	24

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

3.1	Métodos de investigación.....	26
3.2	Diseño de la investigación.....	27
3.3	Población y muestra.....	28
3.4	Prueba de correlación.....	29
3.5	Prueba de hipótesis.....	29

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

4.1	Análisis de datos.....	31
4.2	Prueba de hipótesis.....	52



4.3 Diseminación de los hallazgos .....	54
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>56</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>57</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>58</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>61</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variable .....	18
Tabla 2. Género .....	31
Tabla 3. Edad.....	33
Tabla 4. Grado de instrucción .....	34
Tabla 5. Años de experiencia .....	35
Tabla 6. Ingresos mensuales .....	36
Tabla 7. ¿Acopia a precios bajos la papayita andina orgánica cada semana?	37
Tabla 8. ¿Tiene dificultades en recolectar la papayita andina orgánica en cada temporada? .....	38
Tabla 9. ¿Incrementan los precios según la localización de producción de la papayita andina orgánica? .....	39
Tabla 10. ¿Tiene asegurada la venta de papayita andina orgánica? .....	40
Tabla 11. ¿Sus clientes aceptan el precio de venta de la papayita andina orgánica?.....	41
Tabla 12. ¿Por estación de temporada de cosecha de papayita se rebajan los precios de la papayita andina orgánica? .....	42
Tabla 13. ¿Sus proveedores le rebajan el precio al momento de compra al por mayor de papayita andina orgánica? .....	44
Tabla 14. ¿Le rebaja el precio a sus clientes por la compra en cantidad de la papayita andina orgánica? .....	45
Tabla 15. ¿Está satisfecho con las cantidades vendidas de la papayita andina orgánica?.....	46
Tabla 16. ¿Tiene pedidos en cantidad para otros lugares de papayita andina orgánica?.....	47



Tabla 17. ¿Está conforme con los ingresos que le genera la papayita andina orgánica?.....	48
Tabla 18. ¿Tiene posibilidad de generar más ingresos con la papayita andina orgánica de expandirse su negocio?.....	50
Tabla 19. ¿Requiere de mayor inversión para obtener más ingresos e incrementar utilidades en la comercialización de la papayita andina orgánica?.....	51
Tabla 20. Prueba correlacional de la significancia de la estrategia de precios de acuerdo a la localización de compra con la utilidad .....	52
Tabla 21. Prueba correlacional de la significancia de la estrategia de precios de acuerdo a la localización de compra con la utilidad .....	53
Tabla 22. Prueba correlacional de la significancia de la estrategia de precios de acuerdo a la localización de compra con la utilidad .....	54



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Prueba correlacional ..... 29

Figura 2. Hipótesis ..... 30

Figura 3. Género ..... 32

Figura 4. Edad..... 33

Figura 5. Grado de instrucción ..... 34

Figura 6. Años de experiencia..... 35

Figura 7. Ingresos mensuales ..... 36

Figura 8. ¿Acopia a precios bajos la papayita andina orgánica cada semana? 37

Figura 9. ¿Incrementan los precios según la localización de producción de la papayita andina orgánica? ..... 38

Figura 10. ¿Incrementan los precios según la localización de producción de la papayita andina orgánica? ..... 39

Figura 11. ¿Tiene asegurada la venta de papayita andina orgánica?..... 40

Figura 12. ¿Sus clientes aceptan el precio de venta de la papayita andina orgánica?..... 41

Figura 13. ¿Por estación de temporada de cosecha de papayita se rebajan los precios de la papayita andina orgánica? ..... 43

Figura 14. ¿Sus proveedores le rebajan el precio al momento de compra al por mayor de papayita andina orgánica? ..... 44

Figura 15. ¿Le rebaja el precio a sus clientes por la compra en cantidad de la papayita andina orgánica? ..... 45

Figura 16. ¿Está satisfecho con las cantidades vendidas de la papayita andina orgánica?..... 46



Figura 17. ¿Tiene pedidos en cantidad para otros lugares de papayita andina orgánica?.....	47
Figura 18. ¿Está conforme con los ingresos que le genera la papayita andina orgánica?.....	49
Figura 19. ¿Tiene posibilidad de generar más ingresos con la papayita andina orgánica de expandirse su negocio? .....	50
Figura 20. ¿Requiere de mayor inversión para obtener más ingresos e incrementar utilidades en la comercialización de la papayita andina orgánica?.....	51



### ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia.....	62
Anexo 2. Encuesta .....	63
Anexo 3. Validez de instrumento.....	65
Anexo 4. Tratamiento de datos .....	68
Anexo 5. Panel de foto .....	70



## RESUMEN

La tesis tiene por propósito analizar si existe relación entre la estrategia de precios y la utilidad de la papayita andina orgánica de Sandia 2024. El diseño metodológico se fundamenta en la selección al azar de 20 productores de papayita de Sandia, cuya técnica es la encuesta y detalla 16 preguntas con alta confiabilidad Alpha de Cronbach de 0.85 desde lo cuantitativa y no experimental. Los resultados de correlación igual a 0.853 evidencian que si está relacionada significativamente la estrategia de precios de acuerdo a localización de compra con la utilidad de la papayita andina orgánica. La correlación igual a 0.729 comprueba que si se relaciona significativamente la estrategia de precios según el momento de la compra con la utilidad de la papayita andina orgánica. La correlación igual a 0.849 explica que la estrategia de precios según la cantidad adquirida se relaciona significativamente con la utilidad de la papayita andina orgánica. Se concluye que, para expandir mercado la papayita andina orgánica los productores de Sandia deben acceder a precios estratégicos para posicionarse en el mercado nacional e internacional, utilizando la diferenciación de cultivo orgánico, exclusivo y saludable de esta manera garantizar la utilidad y competitividad.

**Palabras clave:** Estrategia de precios, utilidad, papayita, compra.



## ABSTRACT

The purpose of the thesis is to analyze if there is a relationship between the pricing strategy and the utility of organic Andean papayita of Sandia 2024. The methodological design is based on the random selection of 20 producers of Sandia papayita, whose technique is the survey and details 16 questions with high reliability Cronbach's Alpha of 0.85 from the quantitative and non-experimental. The results of correlation equal to 0.853 show that the price strategy according to purchase location is significantly related to the utility of organic Andean papayita. The correlation equal to 0.729 proves that the price strategy according to the moment of purchase is significantly related to the utility of organic Andean papayita. The correlation equal to 0.849 explains that the pricing strategy according to the quantity purchased is significantly related to the utility of organic Andean papayita. It is concluded that, in order to expand the market for organic Andean papayita, Sandia producers must have access to strategic prices to position themselves in the national and international market, using the differentiation of organic, exclusive and healthy cultivation in order to guarantee their profitability and competitiveness.

**Key words:** Pricing strategy, profitability, organic Andean papayita, purchase.



## INTRODUCCIÓN

Existe gran interés desde el Ministerio de la Producción en apoyar a la producción y exportación de papayita andina orgánica (Ministerio de la Producción, 2022). En tanto, que los productores de las comunidades de Sandía en la Región Puno, se han beneficiado con los programas de gobierno en la exportación de papayita andina orientado al mercado exportador de Chile desde el 2022, por las propiedades de beneficio alimentario y medicinal que son bastante conocidos por las facilidades de digestión.

La papayita es utilizada para el consumo en una amplia gama como alimento, también se utiliza varias partes del árbol, desde la corteza, frutos, látex, semillas y raíces como medicina tradicional para mitigar enfermedades (Haber et al., 2022). Es una de las frutas con alto valor energético (Cao, 2023). Es lucrativa con propiedades nutricionales y comerciales (Kabir y Hossain, 2024).

La papayita andina orgánica en Sandía está siendo impulsada por los productores y actores de gobierno para comercializar al mercado externo, aprovechando las oportunidades de mercado. Un aspecto que recalcar es el rol de las cooperativas quienes acopian la papayita, dicha organización viene llevando a cabo la comercialización y transformación de productos alternativos (DRA, 2025). Sin embargo, el rol que cumple la estrategia de precios es vital para el desarrollo de la comercialización de papayita y su consecuente beneficio para los productores. En el mediano plazo es importante buscar financiamiento para mejorar la calidad de producción y comercialización de papaya en nuevos mercados.



## CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES

### 1.1 Descripción del problema

A nivel internacional la papayita andina orgánica es reconocida por sus propiedades alimenticias, medicinales, utilizado en la industria alimentaria (Jiao et al., 2022). La papayita andina o comúnmente denominada papayita sandina en nombre de la Provincia de Sandia (Ministerio de la Producción, 2022). Es conocida como papaya de montaña, es nativa de los Andes, crece entre 1,500 a 3,000 msnm cultivada por productores de Perú, Ecuador, Colombia y Bolivia.

Como la papayita andina es orgánica, los productores producen sin utilizar pesticidas, ni sintéticos, ni fertilizantes químicos. Sin embargo, están expuestos a factores de plagas y enfermedades como la mosca de fruta, afectando a su óptimo rendimiento. En la actualidad, esta problemática se combate con conocimientos de prácticas culturales.

Además de limitaciones en el cultivo orgánica desde escasa disponibilidad de insumos, manejo de suelo y certificación orgánica por las estrictas normas, se tiene dificultades en el manejo adecuado de estrategia de precios, problemas de comercialización y mercado que afectan a la utilidad del productor sandino.



## 1.2 Formulación del problema

### 1.2.1 Problema general

¿Cuál es la relación entre la estrategia de precios y la utilidad de la papayita andina orgánica de Sandia 2024?

### 1.2.2 Problemas específico

Se detalla a continuación:

- a) ¿Cuál es la relación entre la estrategia de precios de acuerdo a la localización de compra con la utilidad de la papayita andina orgánica?
- b) ¿De qué manera se relaciona la estrategia de precios según el momento de la compra con la utilidad de la papayita andina orgánica?
- c) ¿Cómo se relaciona la estrategia de precios según la cantidad adquirida con la utilidad de la papayita andina orgánica?

## 1.3 Justificación

### 1.3.1 Justificación teórica

Estudiar la conexión que existe entre la estrategia de precios y la utilidad es de gran aporte para la tesis y los productores sandinos. Las recomendaciones sirven para que los productores puedan establecer precios óptimos que aseguren ganancias, atraigan clientes, y se adapten a la competencia. Es una manera de diferenciar el producto en el mercado.

### 1.3.2 Justificación práctica

Siendo la papayita andina orgánica un producto con alto potencial pero



escasamente escrito en la literatura científica, la tesis pretende difundir los avances en relación a la estrategia de precios que es clave para garantizar la utilidad del productor y que su aplicación ayudaría a posicionar a los productores como producto exclusivo y saludable.

### **1.3.3 Justificación metodológica**

La revisión de los avances del diseño metodológico aporta en una tesis correlacional, cuyos datos de la encuesta fueron estimados en el programa SPSS, los cuales se explican en tablas y figuras que explican la realidad de avances respecto a estrategia de precios en un producto muy poco estudiado y con alto valor por ser orgánico.

## **1.4 Objetivos de la investigación**

### **1.4.1 Objetivo general**

Analizar cuál es la relación entre la estrategia de precios y la utilidad de la papayita andina orgánica de Sandia 2024.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

Se detalla a continuación:

- a) Identificar cuál es la relación entre la estrategia de precios de acuerdo a la localización de compra con la utilidad de la papayita andina orgánica.
- b) Analizar de qué manera se relaciona la estrategia de precios según el momento de la compra con la utilidad de la papayita andina orgánica.
- c) Explicar cómo se relaciona la estrategia de precios según la cantidad adquirida con la utilidad de la papayita andina orgánica.



## 1.5 Hipótesis

### 1.5.1 Hipótesis general

La estrategia de precios se relaciona significativamente con la utilidad de la papayita andina orgánica de Sandia 2024.

### 1.5.2 Hipótesis específicas

Se detalla a continuación:

- a) La estrategia de precios de acuerdo a la localización de compra se relaciona significativamente con la utilidad de la papayita andina orgánica.
- b) La estrategia de precios según el momento de la compra se relaciona significativamente con la utilidad de la papayita andina orgánica.
- c) La estrategia de precios según la cantidad adquirida se relaciona significativamente con la utilidad de la papayita andina orgánica.

## 1.6 Variables

### 1.6.1 Variable 1:

- ✓ Estrategia de precios

Las dimensiones que explican son:

- a) Estrategia de precios de acuerdo a la localización de compra
  - b) Estrategia de precios según el momento de compra
  - c) Estrategia de precios según la cantidad adquirida

### 1.6.2 Variable 2:

- ✓ Utilidad



## 1.6.3 Operacionalización de variables

Tabla 1. Operacionalización de variable

Variables	Concepto	Dimensiones	Indicadores	Medición
V. 1 Estrategia de precios	Es cuando la empresa fija un valor en el producto o servicio en el mercado (Kotler y Armstrong, 2012).	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estrategia de precios de acuerdo a la localización de compra</li> <li>✓ Estrategia de precios según el momento de compra</li> <li>✓ Estrategia de precios según la cantidad adquirida</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Acopio de papayita andina orgánica</li> <li>✓ Recolección de papayita orgánica por temporada</li> <li>✓ Localización de la producción</li> <li>✓ Aceptación del precio de venta de la papayita</li> <li>✓ Estación de temporada de cosecha de papayita</li> <li>✓ Rebaja de precio de papayita</li> <li>✓ Cantidades vendidas de papayita</li> <li>✓ Pedidos de papayita</li> </ul>	Escala <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Para nada</li> <li>✓ Muy poco</li> <li>✓ Algo</li> <li>✓ En gran parte</li> </ul>
V. 2 Utilidad	Son la diferencia de los ingresos y costos (Ross et al., 2010; Brihamy Ehrhardt, 2018).	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Generación de ganancias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ingresos que genera la papayita</li> <li>✓ Expansión del negocio</li> <li>✓ Incremento de utilidades</li> </ul>	Escala <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Para nada</li> <li>✓ Muy poco</li> <li>✓ Algo</li> <li>En gran parte</li> </ul>

*Nota:* Propia de la autora.



## CAPÍTULO II: FUNDAMENTOS TEÓRICOS

### 2.1 Antecedentes

#### 2.1.1 Internacional

Gong et al. (2025) demuestran que la estrategia de precios de es importante en las decisiones de inversión de la empresa sobre todo en la gestión de la sostenibilidad. Desde el diseño matemático se evidenció la influencia de la estrategia de precios y la inversión sostenible que maximiza la rentabilidad de la empresa.

Soto et al. (2021) en su estudio desarrolla comparaciones físicoquímicos de los frutos de la papaya de Costa Rica, destacando los chips fritos bajo ciertas temperaturas y tiempo con el propósito de garantizar una buena aceptación sensorial, con características deseables. Los hallazgos explican que la fritura de la papayita causa degradación del 40% y 60% del caroteno y criptoxantina.



## 2.1.2 Nacional

Reyes (2024) detalla que las empresas deben de estar pendiente del comportamiento del mercado, sobre todo de comprender las necesidades de los consumidores para ejecutar cambios en los precios. Las decisiones de cambios en el precio pueden afectar a la rentabilidad en el tiempo sea en el corto como largo plazo.

## 2.2 Bases teóricas

### 2.2.1 Estrategia de precios

Son una serie de decisiones basados en la fijación de precios cuyo propósito es la maximización de utilidades (Kotler y Armstrong, 2012; Nagle y Holden, 2010). Fijar precios permite ganar ventaja competitiva, eleva los ingresos y atrae clientes.

### 2.2.2 Tipos de estrategia de precios

#### 2.2.2.1 *Estrategia de precios de acuerdo a la localización de compra*

Es la estrategia segmentada en función a la localización de compra (Nagle y Holden, 2010). Esta práctica es muy común para una cantidad considerable de productos, y se conoce como "diferenciación de productos" (p. 275). La segmentación para bastantes productos es común por la reducción de costos por la distancia.

#### 2.2.2.2 *Estrategia de precios según el momento de compra*

Es cuando el cliente adquiere el producto en diferentes momentos a distintos precios (Nagle y Holden, 2010). El precio es sensible a temporadas u horarios (p. 277). Este tipo de estrategia es conocida como fijación de precios



por prioridades. Se caracteriza por los descuentos se espera la oportunidad de compra.

### 2.2.2.3 *Estrategia de precios según la cantidad adquirida*

Es cuando se fijan precios con descuentos pro cantidad adquirida (Nagle y Holden, 2010). Se presenta descuento por volumen, descuento por pedido, descuento por etapas y precios dobles (p. 282).

a. Por volumen

Es la que descuenta por compras a grandes volúmenes y son sensible al precio.

b. Por pedido

Se eleva los precios por envíos de pedido o tamaño, son habituales por la cantidad de compra (p. 283).

c. Por etapas

O descuento por bloque se distingue por pedido de cantidad adquirida (p. 284).

d. Por doble precio

Se cobra tarifas independientes cuando se adquiere un único producto (p. 285).

### 2.2.3 **Cambios en precio**

Es la adecuación de precios con recortes o aumentos (Kotler y Armstrong, 2012). Es recorte cuando la empresa toma como posibilidad recortar precio, por el exceso de capacidad o bien por la reducción de demanda o por exceso de competencia con lo cual se eleva las ventas (p. 353). Excepcionalmente, se reduce precio cuando se pretende dominar mercado mediante costos bajos. Es



aumento de precio cuando existe un incremento de costos, inflación o incremento de clientes por demanda excesiva el que reduce los márgenes de utilidad.

## 2.2.4 Estrategia de precios y utilidad

Tienen estrecha relación puesto que la estrategia de precios es la clave para maximizar las ganancias (Kotler y Armstrong, 2012). Mediante una adecuada estrategia de precios se puede cubrir costos y obtener utilidades desde la óptica de la sostenibilidad. Se atrae clientes dada la adecuada estrategia de precios se puede elevar la demanda y así incrementar las utilidades. Al ajustar precios también se debe tomar en cuenta la segmentación de mercado. Así mismo, establecer precios competitivos y evitar pérdidas (Brihamy Ehrhardt, 2018).

## 2.2.5 Utilidad

Es el indicador financiero mas importante de rentabilidad, que se estima luego de restar los ingresos y costos (Ross et al., 2010; Brihamy Ehrhardt, 2018; Brealey y Myers, 2020; Gitman y Zutter, 2012).

## 2.2.6 Tipos de utilidad

Existe tres tipos de utilidad, bruta, operativa y neta (Ross et al., 2010; Brihamy Ehrhardt, 2018; Brealey y Myers, 2020; Gitman y Zutter, 2012).

### a. Utilidad Bruta

Es la estimación de los ingresos menos costos de ventas que incluyen costos de fabricación, mano de obra y otros (Brihamy Ehrhardt, 2018; Brealey y Myers, 2020).

$$Utilidad Bruta = Ingreso por ventas - Costo de ventas$$

### b. Utilidad Operativa



Es el saldo de la utilidad bruta menos los gastos operativos como los salarios, alquileres, etc. (Brihamy Ehrhardt, 2018; Brealey y Myers, 2020).

$$Utilidad Operativa = Ingreso por ventas - Gasto operativo$$

c. Utilidad neta

Es el saldo de la utilidad operativa menos los impuestos y otros (Brihamy Ehrhardt, 2018; Brealey y Myers, 2020).

$$Utilidad Neta = Utilidad Operativa - Impuestos y otros$$

## 2.2.7 Importancia de la utilidad

Es identificar si la empresa es rentable o no, sirve para tomar decisiones en aspectos de inversión, estimación de costos, ingresos, precios (Brihamy Ehrhardt, 2018; Brealey y Myers, 2020). Ayuda evaluar la eficiencia de la administración de recursos, puede atraer inversionistas como facilitar acceso a crédito.

## 2.2.8 Papayita andina orgánica

Es la fruta de los Andes, con alto contenido de enzimas digestivas y vitaminas, su producción ni implica prácticas de pesticidas ni químicos (DRA, 2025). En la feria semanal de Sandia se comercializa la papayita andina orgánica por los mismos productores. Muchos de los cuales expende como fruta, otros procesados y otros como producto de exportación.



Vista de papayita andina orgánica que se expende en ferias.



Vista del procesamiento de papayita andina orgánica.

## 2.3 Definición de términos

### a. Estrategia de precios

Es fijar el valor de un producto o servicio en el mercado con criterios en costos, competencia, demanda y percepción del cliente con el



propósito de lograr competitividad y posicionamiento (Kotler y Armstrong, 2012).

## **b. Utilidad**

Es la ganancia que deriva luego de la restar los ingresos y costos.

Es un indicadores sumamente relevante de la rentabilidad (Brihamy Ehrhardt, 2018; Brealey y Myers, 2020).



## CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

### 3.1 Métodos de investigación

#### 3.2.1 Método estadístico

Es la presentación de datos el cual requiere de técnica desde el diseño y organización de información con un lenguaje comprensible (Medina et al., 2023). La información procesada de aspectos en precios y utilidad en la papayita andina orgánica tuvo que recurrir aquellas personas dedicadas a la venta en la localidad de Sandia.

#### 3.1.2 Método hipotético deductivo

Es la eficiencia que muestra la evaluación de la hipótesis dada una prueba con o sin experimento desde el razonamiento de una conjetura general (Medina et al., 2023). La autenticidad de la información recolectada partió desde una premisa global para estudiar a una realidad local de la estrategia de precios en la papayita andina orgánica.



## 3.2 Diseño de la investigación

### 3.2.1 Enfoque cuantitativo

Se sostiene en la recolección de información sólida y medible el cual se apoya en la aprobación o rechazo de ideas propuestas como conjetura (Medina et al., 2023). Los precios son un punto crítico en las ventas de todo producto y de ella depende la utilidad en este caso se ha recolectado base de información que ha permitido vincular esa asociación mediante instrumentos estadísticos medibles.

### 3.2.2 Diseño no experimental

Es la postura del investigador para llevar a cabo un análisis de investigación en el que no es necesaria los experimentos sino la descripción, correlación o explicación de relaciones (Medina et al., 2023). Existe escasas investigación que profundicen el análisis de los precios y la utilidad y es más es menor el estudio de productos orgánicos como lo es la papayita.

### 3.2.3 Alcance correlacional

Medir estadísticamente la dirección de las relaciones entre unidades de estudio lleva a realizar pruebas de inferencias (Medina et al., 2023). Por las características de las unidades de estudio se ha demostrado que la estrategia de precios si tiene una asociación importante en el crecimiento de las utilidades inferencia que aporta a la toma de decisiones a quienes vienen comercializando la papayita andina.

### 3.2.4 Diseño transversal

Posee un solo punto de información en el tiempo por medio de



herramientas de investigación, cuya prioridad se da por el menor tiempo y por los reducidos costos en el proceso de diseño metodológico como resultados (Medina et al., 2023). Este diseño permitió en el estudio contar con información para probar la hipótesis.

### **3.2.5 Investigación aplicada**

Es la generación de conocimiento cuyos hallazgos buscan resolver situaciones problemáticas desde el conocimiento existente (CONCYTEC, 2025; Medina et al., 2023). La literatura de precios y su respectiva estrategia ha sido estudiada por décadas y con esta investigación se pretende demostrar su vinculación las utilidades en un producto escasamente estudiado en el mercado.

## **3.3 Población y muestra**

### **3.3.1 Población**

Comprende una población finita por las unidades comunes y menor cantidad de elementos (Medina et al., 2023). Se identificó a la cantidad de 20 productores de papayita andina orgánica, cuya labor es producir y comercializar en la localidad del Distrito de Sandia en ferias semanales periódicamente solo se toma en cuenta a esta población que participa en la feria.

### **3.3.2 Muestra**

Es la selección de elementos que explican a la totalidad de un grupo (Medina et al., 2023). Para especificar la muestra se seleccionó al grupo de 20 productores que expenden papayita andina orgánica al azar en la localidad de Sandia en las ferias semanales que por rutina se encuentra cada semana, solo

se toma como muestra a esta población que frecuenta a la feria estrictamente, con muestreo aleatorio simple de tipo probabilístico.

### 3.4 Confiabilidad

Se hizo la prueba Alpha de Cronbach altamente confiable de 0.83. En total el cuestionario consta de 16 preguntas que pasaron por la prueba de confiabilidad.

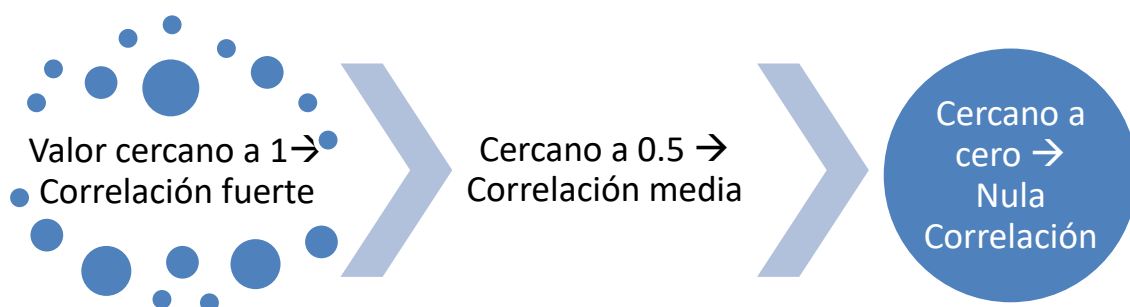
### 3.5 Validación

El instrumento tuvo revisión y opinión de dos expertos.

### 3.6 Prueba de correlación

La prueba elegida para probar la conjetura de la investigación es el test Kendall cuyos valores determinan la fuerza de la correlación.

Figura 1. Prueba correlacional



Fuente: Gibbons y Chakraborti (2010).

### 3.7 Prueba de hipótesis

La inferencia opta por dos posturas por un lado la aprobación y por otro lado el rechazo. La aprobación de la hipótesis nula ( $H_0$ ) se da siempre y cuando



la probabilidad obtenida resulta mayor al 5%. En cuanto a la aprobación de la hipótesis alterna ( $H_A$ ) la probabilidad resulta ser menor al 5% (figura 2).

Figura 2. Hipótesis

$H_o$	$p > 0.05$	$H_o: \text{Correlación} = 0$
$H_A$	$p < 0.05$	$H_A: \text{Correlación} \neq 0$

Fuente: Gibbons y Chakraborti (2010).



## CAPÍTULO IV: RESULTADOS

### 4.1 Análisis de datos

#### 4.1.1 Descripción de información

El Distrito de Sandia produce frutas desde la papayita andina, piña, plátano, papaya, naranja, mandarina, granadilla, lima y Chitimoya, principalmente (DRA, 2025).

Existe gran participación de los productores para incursionar en la producción y comercialización de papayita andina por ser rentable y la asesoría que viene brindando a los productores el Ministerio de la Producción.

Los productores de papayita andina orgánica encuestados en la localidad de Sandia en el 70 por ciento fueron al género femenino y el 30 por ciento al género masculino (tabla 2).

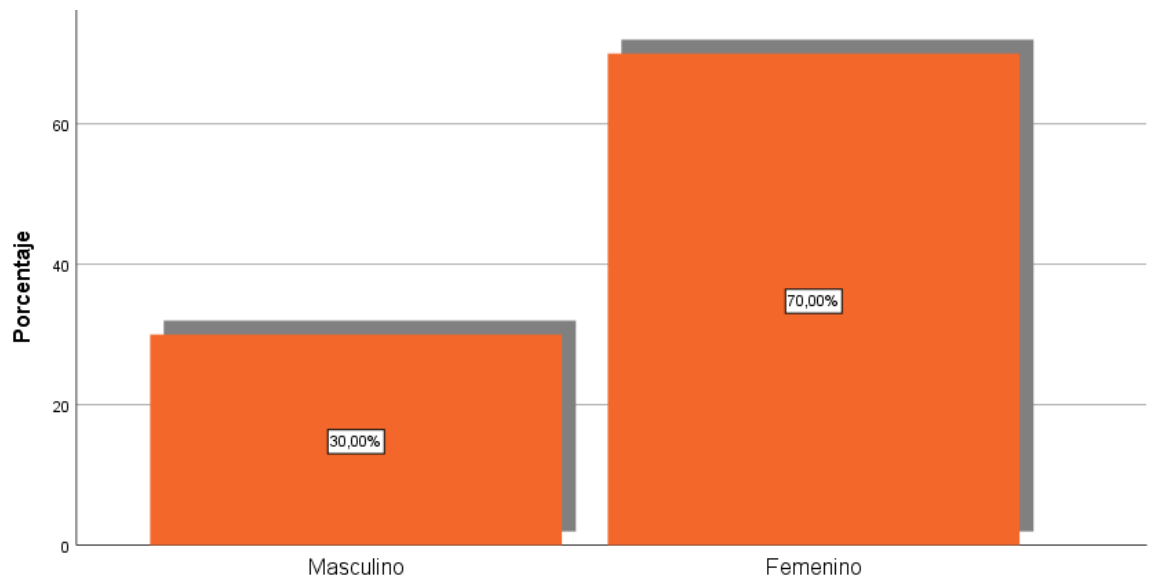
Tabla 2. Género

	F	%	% Acum.
Masculino	6	30,0	30,0
Femenino	14	70,0	100,0
Total	20	100,0	

*Nota:* Referencia encuestas.



Figura 3. Género



Fuente: Referencia encuestas.

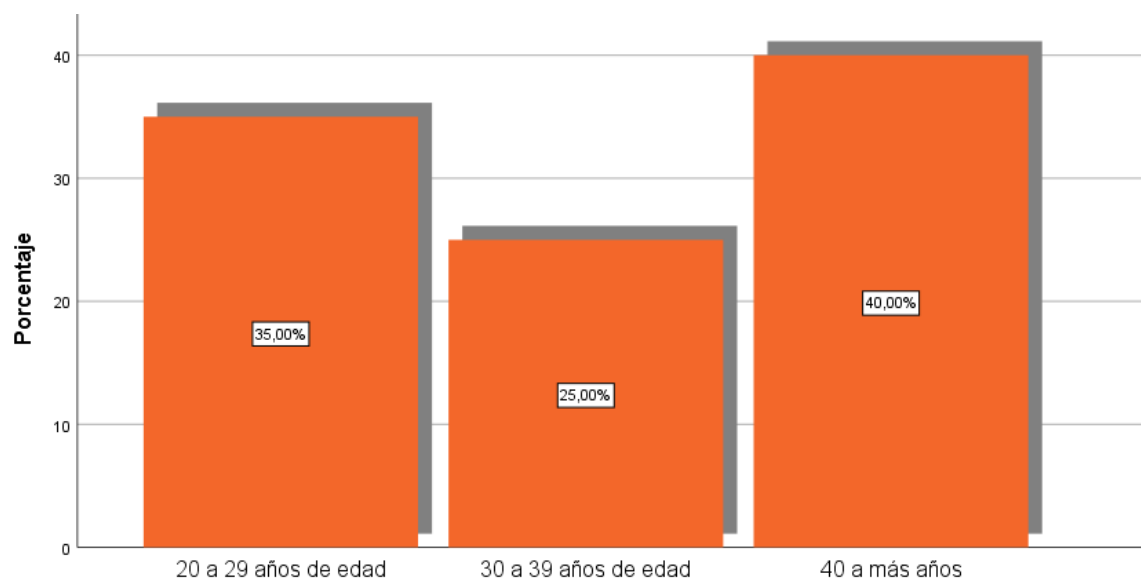
La edad de los productores en el 40 por ciento se encuentra entre las edades de 40 a más años, entre 30 a 39 años el 25 por ciento y entre 20 a 29 años el 35 por ciento (tabla 3).

Tabla 3. Edad

	F	%	% Acum.
20 a 29 años	7	35,0	35,0
30 a 39 años	5	25,0	60,0
40 a más años	8	40,0	100,0
Total	20	100,0	

*Nota:* Referencia encuestas.

Figura 4. Edad



Fuente: Referencia encuestas.

El 50 por ciento de los encuestados tienen grado de instrucción secundario, 10 por ciento tiene educación superior, 20 por ciento estudios primarios y 20 por ciento sin estudios (tabla 4).

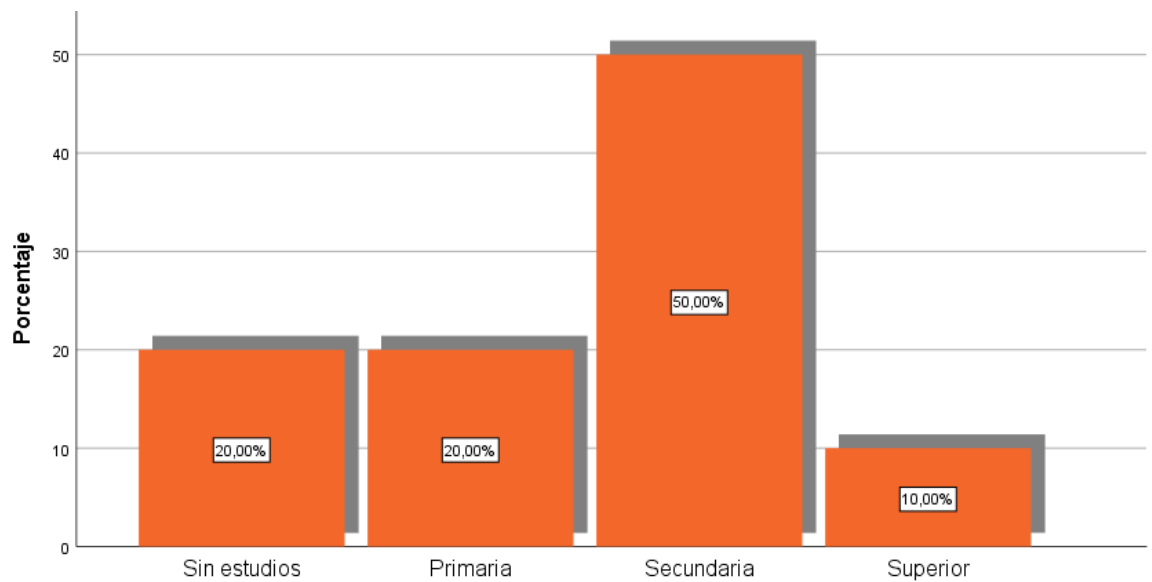


Tabla 4. Grado de instrucción

	F	%	% Acum.
Sin estudios	4	20,0	20,0
Primaria	4	20,0	40,0
Secundaria	10	50,0	90,0
Superior	2	10,0	100,0
Total	20	100,0	

Nota: Referencia encuestas.

Figura 5. Grado de instrucción



Fuente: Referencia encuestas.

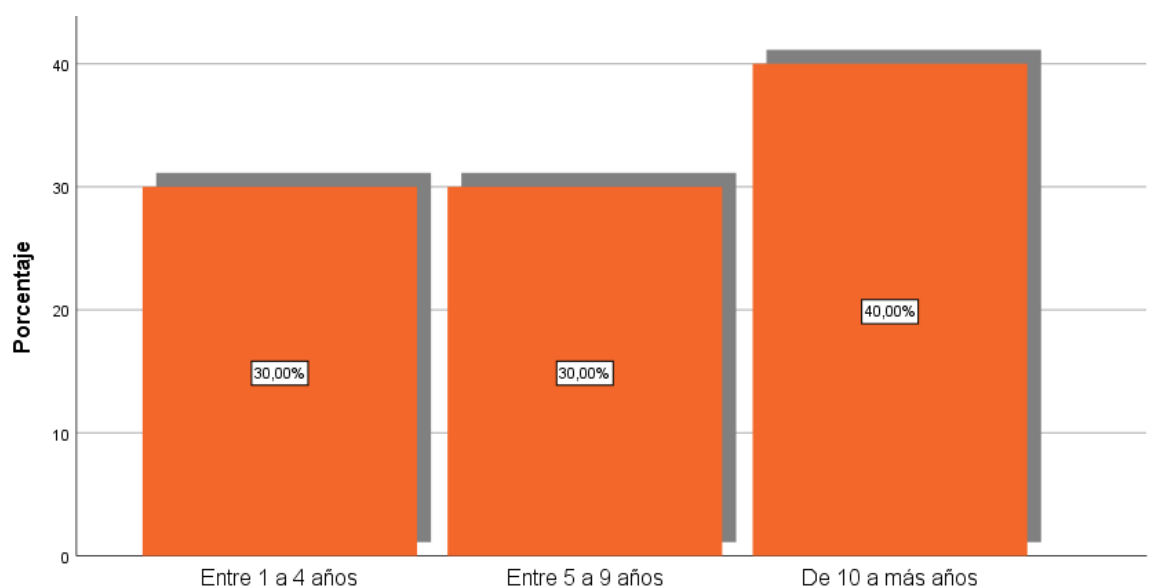
El 30% tiene entre uno a cuatro años de experiencia en la producción de papayita andina. Entre cinco a nueve años tiene experiencial el 30% de los productores. De diez a más año el cuarenta por ciento (tabla 5).

Tabla 5. Años de experiencia

	F	%	% Acum.
Entre 1 a 4 años	6	30,0	30,0
Entre 5 a 9 años	6	30,0	60,0
De 10 a más años	8	40,0	100,0
Total	20	100,0	

*Nota:* Referencia encuestas.

Figura 6. Años de experiencia



Fuente: Referencia encuestas.

El 45 por ciento de los productores perciben ingresos menos de S/ 1,130. Entre S/ 1,130 a S/ 2,000 perciben el 30 por ciento. Entre S/ 2,000 a S/ 5,000 perciben el 25% (tabla 6).

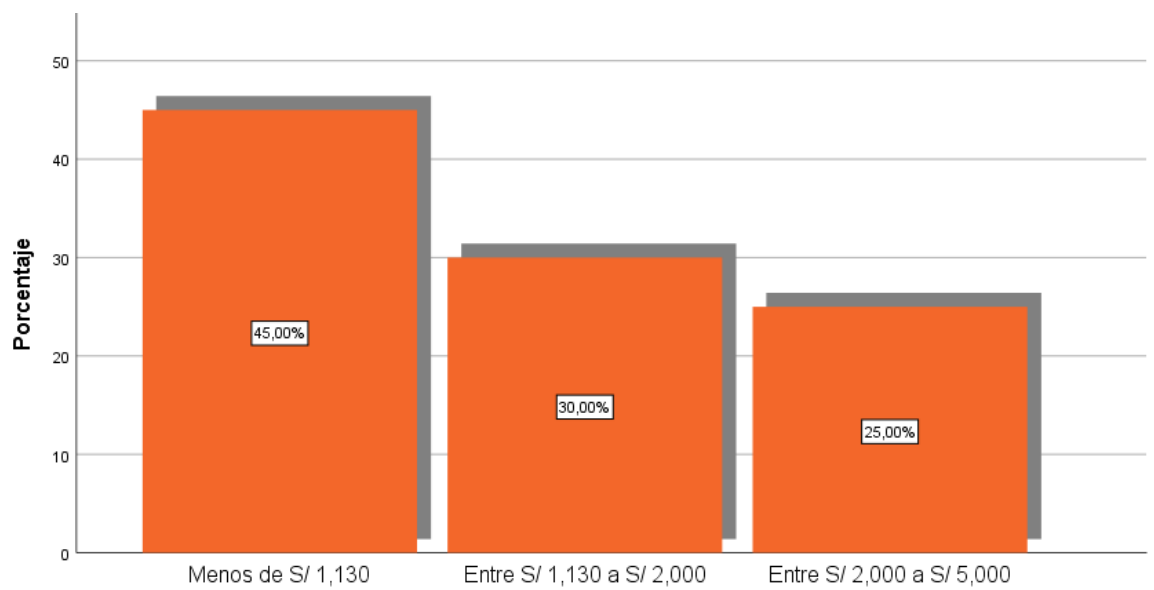


Tabla 6. Ingresos mensuales

	F	%	% Acum.
Menos de S/ 1,130	9	45,0	45,0
Entre S/ 1,130 a S/ 2,000	6	30,0	75,0
Entre S/ 2,000 a S/ 5,000	5	25,0	100,0
Total	20	100,0	

Nota: Referencia encuestas.

Figura 7. Ingresos mensuales



Fuente: Referencia encuestas

### 4.1.2 Estrategia de precios

#### 4.1.1.1 De acuerdo a localización de compra

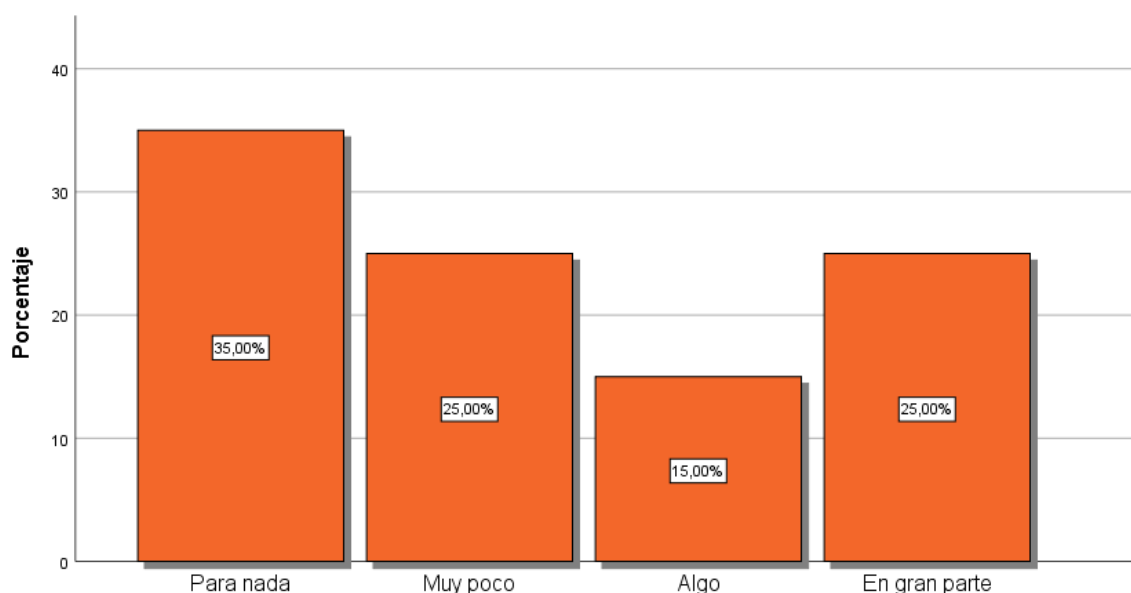
El 25 por ciento de los productores indican que en gran parte acopian a precios bajos la papayita andina cada semana., 15 por ciento algo, 25 por ciento muy poco y para nada el 35 por ciento (tabla 7).

Tabla 7. ¿Acopia a precios bajos la papayita andina orgánica cada semana?

	fo	%
Para nada	2	35
Muy poco	5	25
Algo	3	15
En gran parte	5	25
Total	20	100

*Nota:* Referencia encuestas.

Figura 8. ¿Acopia a precios bajos la papayita andina orgánica cada semana?



Fuente: Referencia encuestas.

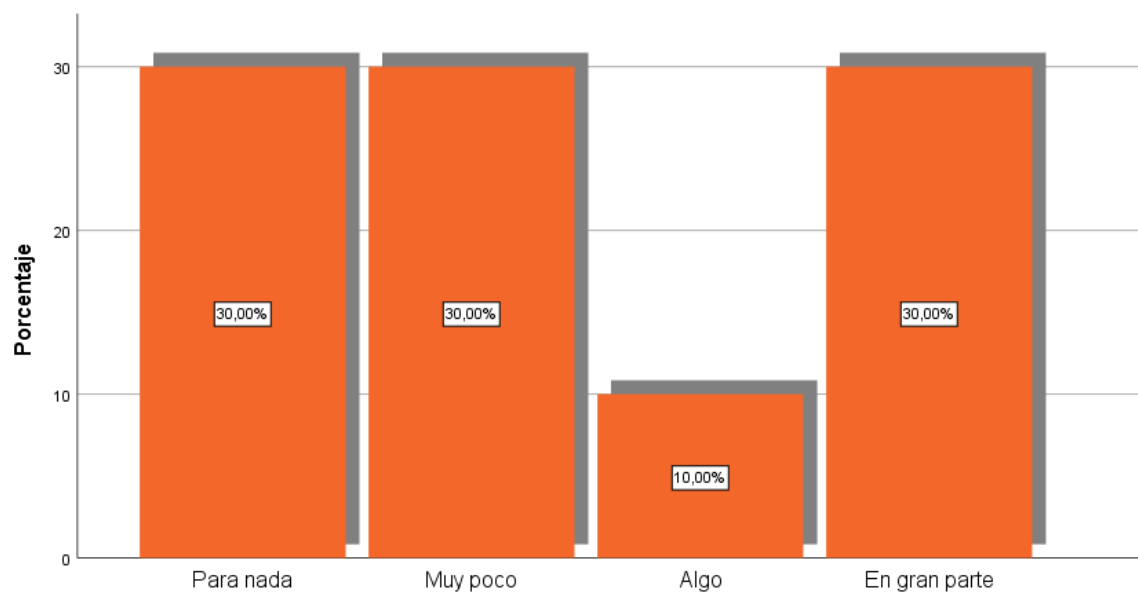
El 30 por ciento de los productores en gran parte tiene dificultades en recolectar la papayita andina orgánica en cada temporada, 10 por ciento, 30 por ciento muy poco y para nada el 30 por ciento (tabla 8).

Tabla 8. ¿Tiene dificultades en recolectar la papayita andina orgánica en cada temporada?

	fo	%
Para nada	6	30
Muy poco	6	30
Algo	2	10
En gran parte	6	30
Total	20	100

*Nota:* Referencia encuestas.

Figura 9. ¿Incrementan los precios según la localización de producción de la papayita andina orgánica?



Fuente: Referencia encuestas.

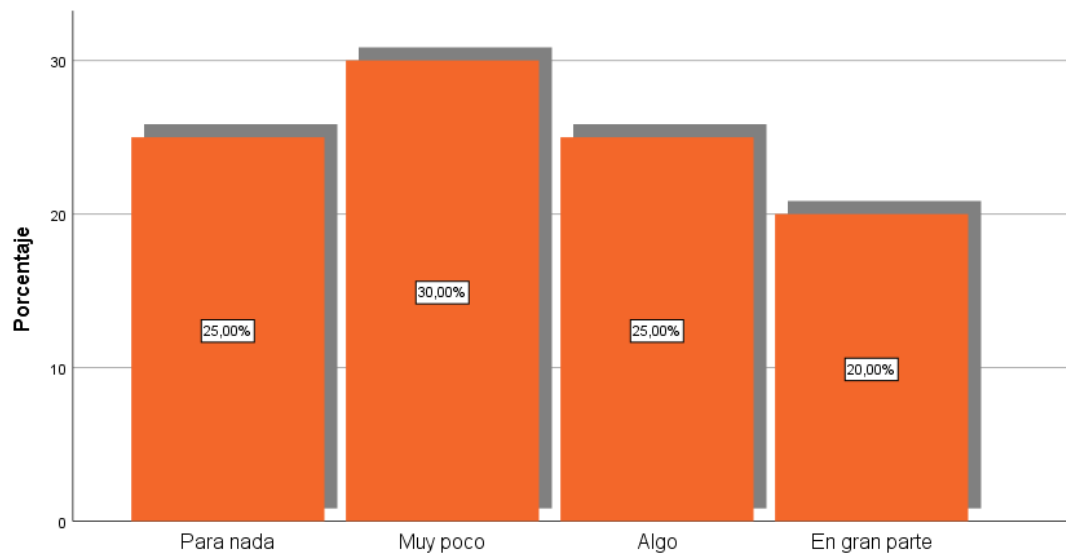
El 20 por ciento de los productores incrementan precios según la localización de producción de la papayita andina orgánica, 25 por ciento algo, 30 por ciento muy poco y 25 por ciento para nada (tabla 9).

Tabla 9. ¿Incrementan los precios según la localización de producción de la papayita andina orgánica?

	fo	%
Para nada	5	25
Muy poco	6	30
Algo	5	25
En gran parte	4	20
Total	20	100

*Nota:* Referencia encuestas.

Figura 10. ¿Incrementan los precios según la localización de producción de la papayita andina orgánica?



Fuente: Referencia encuestas.

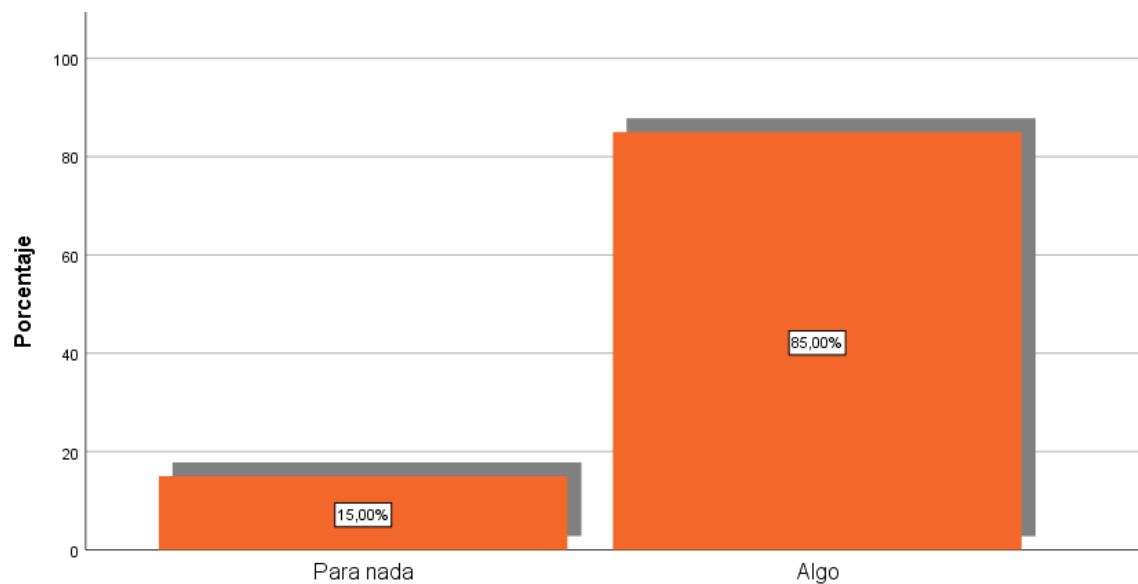
El 85 por ciento de los productores algo tiene asegurada la venta de papayita andina orgánica, 15 por ciento no tiene asegurada la venta (tabla 10).

Tabla 10. ¿Tiene asegurada la venta de papayita andina orgánica?

	fo	%
Para nada	3	15
Algo	17	85
Total	20	100

*Nota:* Referencia encuestas.

Figura 11. ¿Tiene asegurada la venta de papayita andina orgánica?



Fuente: Referencia encuestas.

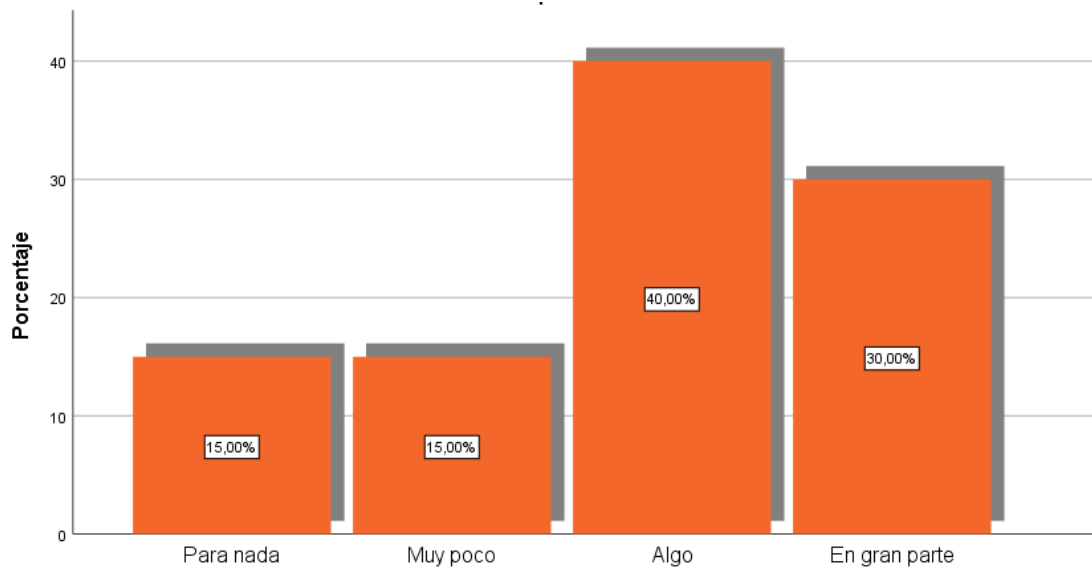
El 30 por ciento de los productores en gran parte tiene clientes que aceptan el precio de venta de la papayita andina orgánica, 40 por ciento algo, 15 por ciento muy poco y 15 por ciento para nada (tabla 11).

Tabla 11. ¿Sus clientes aceptan el precio de venta de la papayita andina orgánica?

	fo	%
Para nada	3	15
Muy poco	3	15
Algo	8	40
En gran parte	8	30
Total	20	100

*Nota:* Referencia encuestas.

Figura 12. ¿Sus clientes aceptan el precio de venta de la papayita andina orgánica?



Fuente: Referencia encuestas.

## 4.1.1.2 Según el momento de compra

El 5 por ciento de los productores por estación de temporada de cosecha de papayita rebajan precios, el 60 por ciento algo, 10 por ciento muy poco y el 25 por ciento para nada (tabla 12). Por las afirmaciones de los productores no es usual la rebaja de precios.

Tabla 12. ¿Por estación de temporada de cosecha de papayita se rebajan los precios de la papayita andina orgánica?

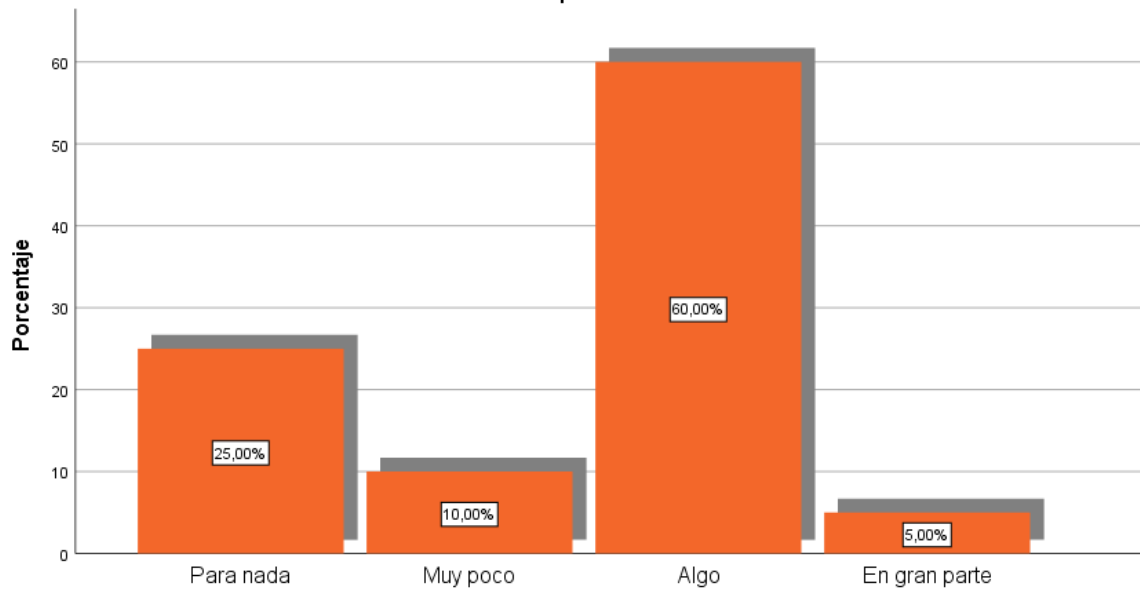
	fo	%
Para nada	5	25
Muy poco	2	10
Algo	12	60
En gran parte	1	5
Total	20	100

*Nota:* Referencia encuestas.



Vista de producción de papayita andina orgánica en Sandía.

Figura 13. ¿Por estación de temporada de cosecha de papayita se rebajan los precios de la papayita andina orgánica?



Fuente: Referencia encuestas.

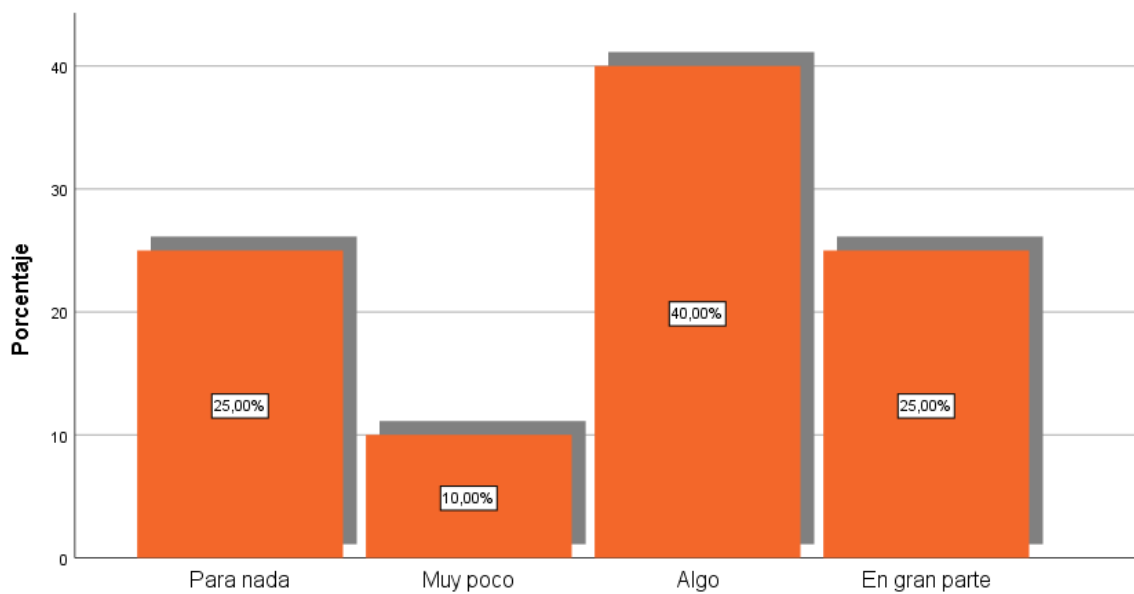
El 25 por ciento de los productores en gran parte rebajan el precio en el momento de compra al por mayor de la papayita andina orgánica, 40 por ciento le rebaja algo, 10 por ciento muy poco y 25 por ciento no le rebajan nada (tabla 13).

Tabla 13. ¿Rebaja el precio a sus compradores leales al momento de compra al por mayor de papayita andina orgánica?

	fo	%
Para nada	7	25
Muy poco	2	10
Algo	8	40
En gran parte	5	25
Total	20	100

*Nota:* Referencia encuestas.

Figura 14. ¿Rebaja el precio a sus compradores leales al momento de compra al por mayor de papayita andina orgánica?



Fuente: Referencia encuestas.

### 4.1.1.3 Según la cantidad adquirida

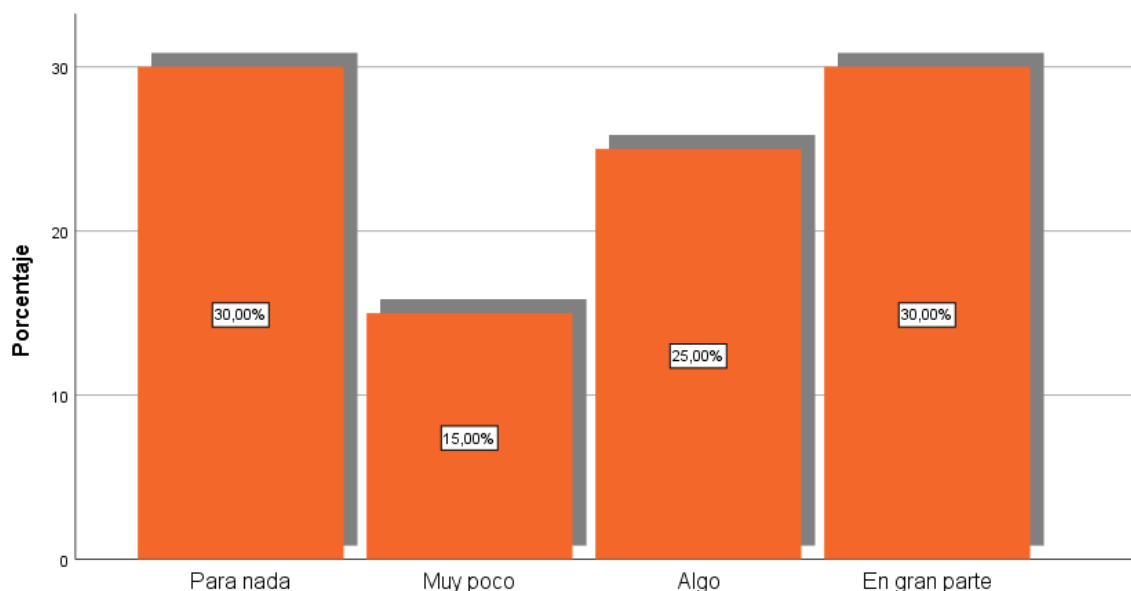
El 30 por ciento de los productores en gran parte rebajan el precio a sus clientes en general por la compra en cantidad de la papayita andina, 26 por ciento algo, 15 por ciento muy poco y no le rebajan el 30 por ciento (tabla 14).

Tabla 14. ¿Le rebaja el precio a sus clientes en general por la compra en cantidad de la papayita andina orgánica?

	fo	%
Para nada	6	30
Muy poco	3	15
Algo	5	25
En gran parte	6	30
Total	20	100

Nota: Referencia encuestas.

Figura 15. ¿Le rebaja el precio a sus clientes por la compra en cantidad de la papayita andina orgánica?



Fuente: Referencia encuestas.

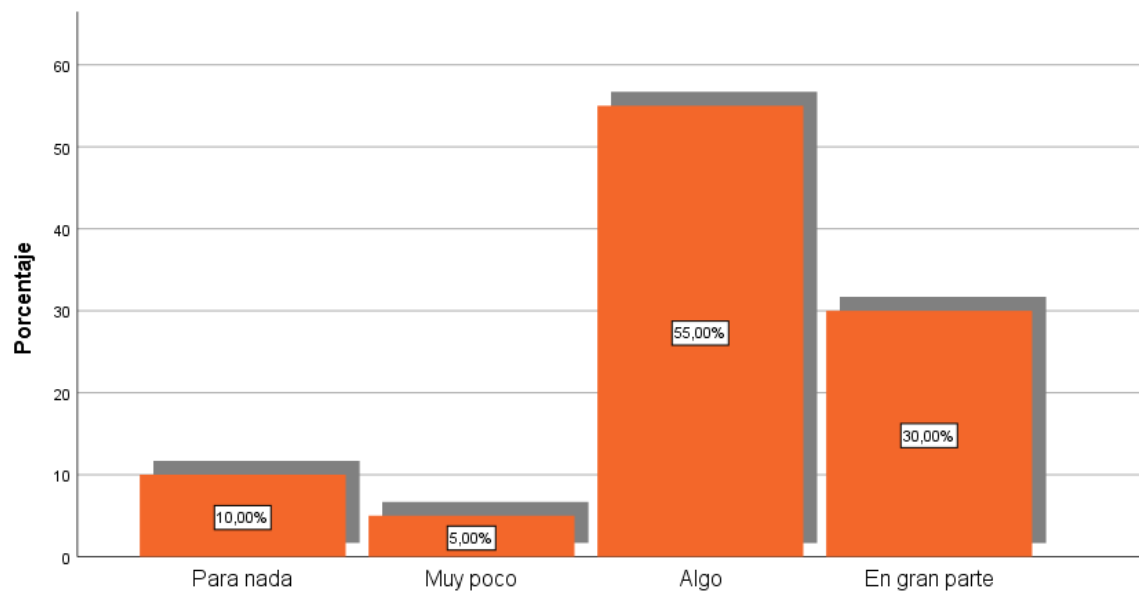
Acerca de las cantidades vendidas de papayita andina, el 30 por ciento de los productores afirma que está satisfecho con dicha venta, el 55 por ciento está algo satisfecho, 5 por ciento muy poco satisfecho y no se encuentra satisfecho el 10 por ciento (tabla 15).

Tabla 15. ¿Está satisfecho con las cantidades vendidas de papayita andina orgánica?

	fo	%
Para nada	2	10
Muy poco	1	5
Algo	11	55
En gran parte	6	30
Total	20	100

*Nota:* Referencia encuestas.

Figura 16. ¿Está satisfecho con las cantidades vendidas de la papayita andina orgánica?



Fuente: Referencia encuestas.

El 55 por ciento de los productores en gran parte tienen pedidos en cantidad para exportación de papayita andina, 35 por ciento algunas veces tienen pedidos y el 10 por ciento no tiene pedidos de exportación de papayita (tabla 16). Existen productores con experiencia en la exportación de papayita los que son técnicamente seleccionados y organizados.

Tabla 16. ¿Tiene pedidos en cantidad para exportación de papayita andina orgánica?

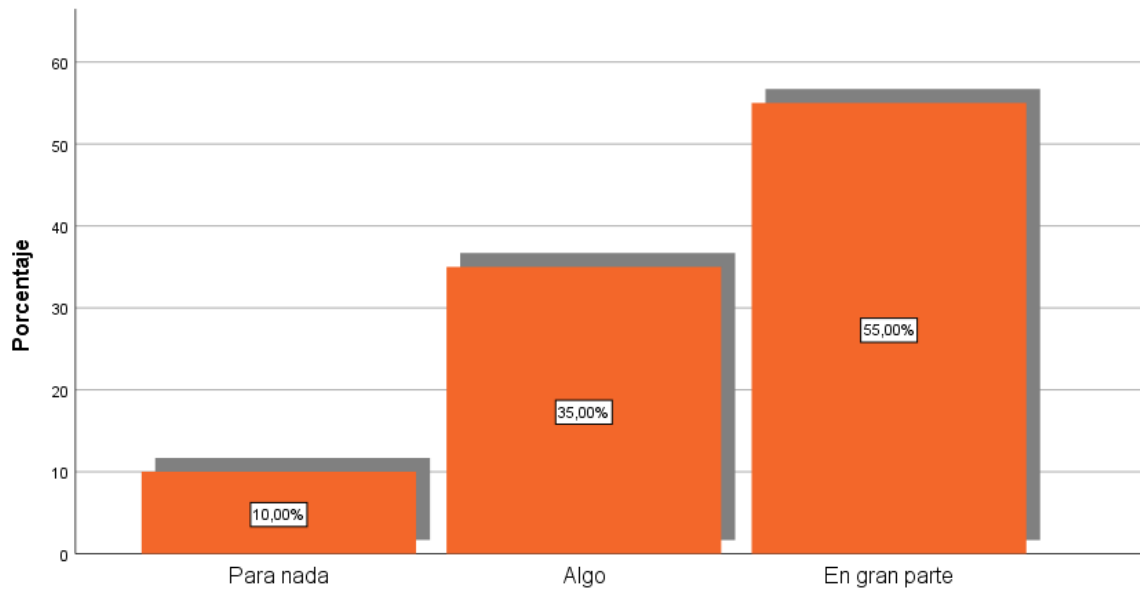
	fo	%
Para nada	2	10
Algo	7	35
En gran parte	11	55
Total	20	100

*Nota:* Referencia encuestas.



Vista fotográfica de pedidos de exportación.

Figura 17. ¿Tiene pedidos en cantidad para exportación de papayita andina orgánica?



Fuente: Referencia encuestas.

#### 4.1.2 Utilidad

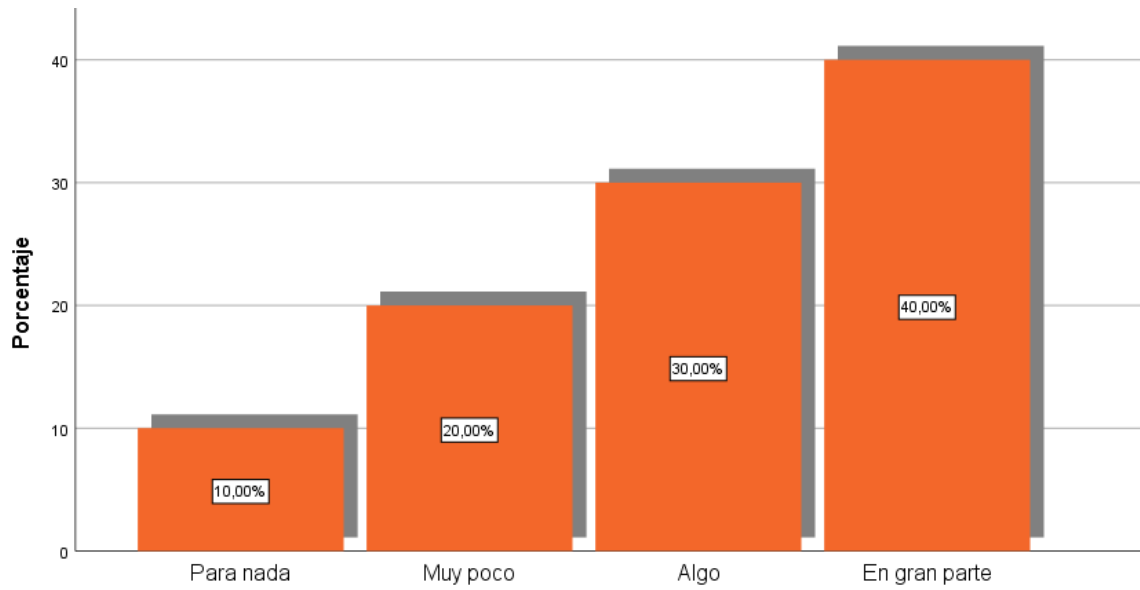
El 40 por ciento de los productores está conforme con los ingresos que le genera la papayita andina, 30 por ciento algo conformes, 20 por ciento muy poco conformes y 10 por ciento nada conformes (tabla 17).

Tabla 17. ¿Está conforme con los ingresos que le genera la papayita andina orgánica?

	fo	%
Para nada	2	10
Muy poco	4	20
Algo	6	30
En gran parte	8	40
Total	20	100

Nota: Referencia encuestas.

Figura 18. ¿Está conforme con los ingresos que le genera la papayita andina orgánica?



Fuente: Referencia encuestas.

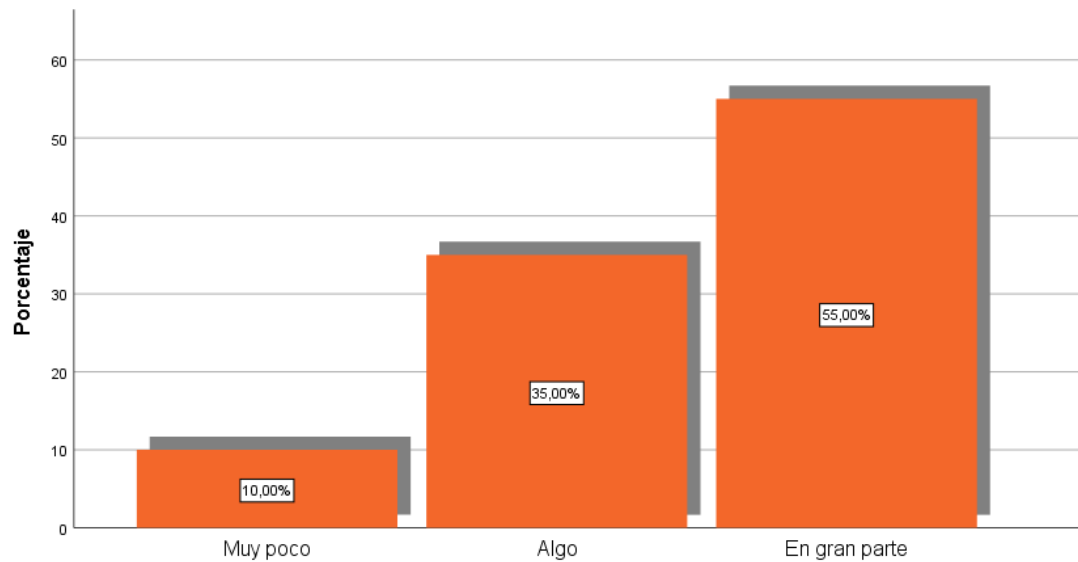
El 55 por ciento de los productores tiene posibilidad de generar más ingresos con la papayita andina de expandirse el negocio, el 35 por ciento piensa que es poca la posibilidad de generar ingresos y el 10 por ciento indica que no existe posibilidad de generar más ingresos (tabla 18).

Tabla 18. ¿Tiene posibilidad de generar más ingresos con la papayita andina orgánica de expandirse su negocio?

	fo	%
Para nada	2	10
Muy poco	7	35
Algo	11	55
Total	20	100

*Nota:* Referencia encuestas.

Figura 19. ¿Tiene posibilidad de generar más ingresos con la papayita andina orgánica de expandirse su negocio?



Fuente: Referencia encuestas.



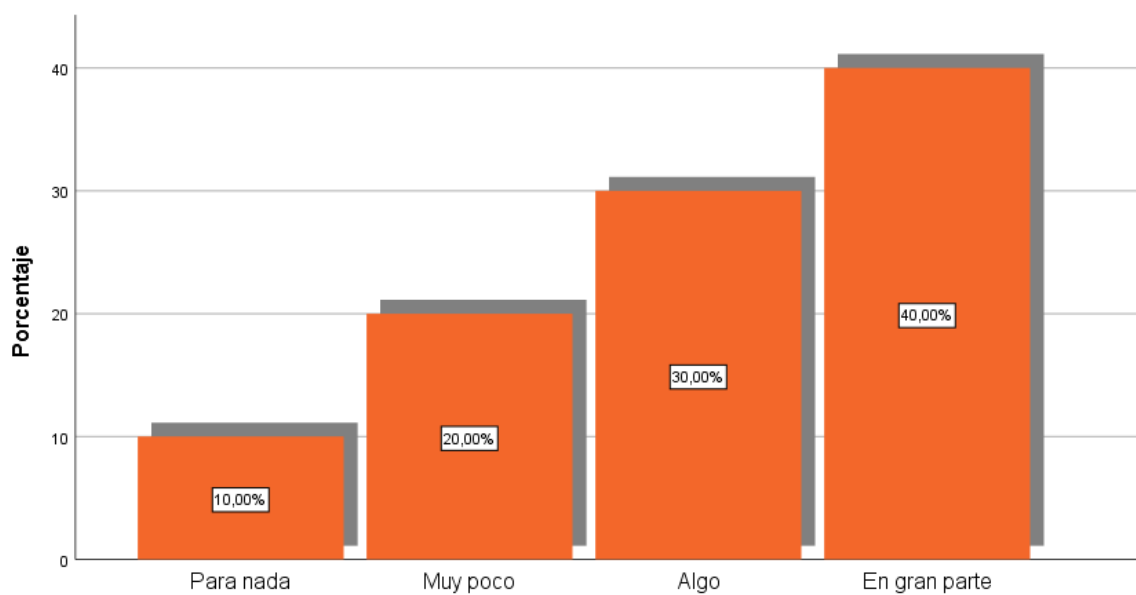
El 50 por ciento de los productores perciben que se requiere de mayor inversión para obtener más ingresos e incrementar utilidades en la comercialización de la papayita andina, el 35 por ciento muy poco creen de incrementar mas inversión y el 15 por ciento no tienen la intención de invertir más (tabla 19).

Tabla 19. ¿Requiere de mayor inversión para obtener más ingresos e incrementar utilidades en la comercialización de la papayita andina orgánica?

	fo	%
Para nada	3	15
Muy poco	7	35
Algo	10	50
Total	20	100

Nota: Referencia encuestas.

Figura 20. ¿Requiere de mayor inversión para obtener más ingresos e incrementar utilidades en la comercialización de la papayita andina orgánica?



Fuente: Referencia encuestas.



## 4.2 Prueba de hipótesis

### 4.2.1 Prueba H1:

Se pone en prueba la siguiente conjetura: “Si está relacionada significativamente la estrategia de precios de acuerdo a localización de compra con la utilidad de la papayita andina orgánica”.

La prueba de correlación de 0.853 es positiva, estadísticamente explica que si está relacionada significativamente la estrategia de precios de acuerdo a localización de compra con la utilidad de la papayita andina orgánica (tabla 20). Mientras se utilice estratégicamente los precios dada la localización de compra también se mejorarán las utilidades.

Tabla 20. Prueba correlacional de la significancia de la estrategia de precios de acuerdo a la localización de compra con la utilidad

		Estrategia de precios de acuerdo a la localización de compra		Utilidad
Rho de Spearman	Estrategia de precios de acuerdo a la localización de compra	Coeficiente	1,000	,853**
		Sig.		,000
		N	20	20
	Utilidad	Coeficiente	,853**	1,000
		Sig.	,000	.
		N	20	20

Nota: Referencia encuestas.



### 4.2.2 Prueba H2:

Se pone en prueba la siguiente conjetura: "Si se relaciona significativamente la estrategia de precios según el momento de la compra con la utilidad de la papayita andina orgánica".

La prueba de correlación de 0.729 es positiva, estadísticamente evidencia que si se relaciona significativamente la estrategia de precios según el momento de la compra con la utilidad de la papayita andina orgánica (tabla 21). Mientras se logre utilizar estratégicamente los precios según el momento de compra existirá mejores posibilidades de obtener mejores ganancias.

Tabla 21. Prueba correlacional de la significancia de la estrategia de precios según el momento de la compra con la utilidad

		Estrategia de precios según el momento de la compra		Utilidad	
Rho de Spearman	Estrategia de precios según el momento de la compra	Coeficiente	1,000		,729**
		Sig.			,000
		N	20		20
	Utilidad	Coeficiente	,729**		1,000
		Sig.	,000		.
		N	20		20

Nota: Referencia encuestas.

### 4.2.3 Prueba H3:

Se pone en prueba la siguiente conjetura: "La estrategia de precios según la cantidad adquirida se relaciona significativamente con la utilidad de la papayita andina orgánica".



La prueba de correlación de 0.849 es positiva, estadísticamente demuestra que la estrategia de precios según la cantidad adquirida se relaciona significativamente con la utilidad de la papayita andina orgánica. Mientras se negocien estratégicamente los precios según la cantidad adquirida entonces existe mayor posibilidad de obtener mejores utilidades (tabla 22).

Tabla 22. Prueba correlacional de la significancia de la estrategia de precios según la cantidad adquirida con la utilidad

		Estrategia de precios según la cantidad adquirida		Utilidad	
Rho de Spearman	Estrategia de precios según la cantidad adquirida	Parámetro de correlación	1,000		,849**
		Sig.			,000
		N	20		20
	Utilidad	Parámetro de correlación	,849**		1,000
		Sig.	,000		.
		N	20		20

*Nota:* Referencia encuestas.

### 4.3 Diseminación de los hallazgos

Según La Asociación de Productores de Papayita Andina Orgánica (2015), la papayita andina es una fruta con propiedades medicinales. Tuvo sus primeros inicios en su comercialización desde el 2013 habiéndose comercializado un total de 200,000 Kg. Se ha venido incrementando su producción por iniciativa del Gobierno Regional de Puno., mediante la intervención de plan de negocio de la papayita andina. Yang et al. (2025) en su estudio explican que hoy en día las empresas deben replantear sus estrategias de precios para elevar la satisfacción del cliente, lo que lleva a alinear los precios estratégicamente. Sugieren que una estrategia de

precios mejora la sostenibilidad de la empresa fortaleciendo su posicionamiento en el mercado. Por ser un producto con alta demanda en el mercado nacional e internacional, la papayita andina orgánica de sandía tiene gran potencial de crecimiento que beneficia a los productores. Fortalecer es el reto para un crecimiento sostenible.



Producción y comercialización de la papayita andina orgánica en Sandía.



## CONCLUSIONES

**PRIMERA.** – La estadística de prueba demuestra que si existe relación significativa entre la estrategia de precios y la utilidad de la papayita andina orgánica de Sandía 2024.

**SEGUNDA.** – El coeficiente  $Rho = 0.853$  es positiva, evidencia que si está relacionada significativamente la estrategia de precios de acuerdo a localización de compra con la utilidad de la papayita andina orgánica. Dada la localización de compra esta varia afectando directamente a la utilidad.

**TERCERA.** – Estadísticamente,  $Rho = 0.729$  presenta un valor positivo, la cual explica que si se relaciona significativamente la estrategia de precios según el momento de la compra con la utilidad de la papayita andina orgánica. Dado el momento de compra a fecha directamente a la utilidad.

**CUARTA.** – El coeficiente  $Rho = 0.849$  presenta un valor positivo evidenciando que la estrategia de precios según la cantidad adquirida se relaciona significativamente con la utilidad de la papayita andina orgánica. Se debe tomar en consideración que la cantidad adquirida en términos de volúmenes determina la utilidad.



## RECOMENDACIONES

**PRIMERA.** – A los productores de Sandía de papayita andina orgánica utilizar la estrategia de precios ya que está estrechamente relacionada con la utilidad. Diferenciar su producto por ser cultivo orgánico con certificaciones, manejo sostenible y menor uso de químicos. Posicionar a la papayita andina en el mercado internacional con estrategias de precios que justifique un precio mayor por ser producto exclusivo.

**SEGUNDA.** – A los productores de Sandía de papayita andina orgánica atraer clientes fijando precios para clientes localizados en el ámbito nacional o internacional. Realizar estudio de estrategia de precios de acuerdo a localización de compra para tomar decisiones en el corto plazo y así obtener mayores márgenes de ganancia.

**TERCERA.** – A los productores de Sandía de papayita andina orgánica utilizar la estrategia de precios por segmento de población. Realizar estudio de mercado para identificar la estrategia de precios según el momento de compra. Expandir la producción para cubrir el mercado internacional con productos saludables, valorado por su valor orgánico.

**CUARTA.** – A los productores de Sandía de papayita andina orgánica acceder a nichos de mercado exportador. Invertir en estudios de mercado para ingresar a supermercados y tiendas especializadas de productos ecológicos. Realizar estudios de mercado de estrategia de precios según la cantidad adquirida para tomar decisiones de mejora



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asociación de Productores de Papaya Andina Orgánica (2015). Sierra Exportadora: Productores de papaya orgánica en Puno general ventas por S/ 450,000. <https://archivo.gestion.pe/economia/sierra-exportadora-productores-papaya-organica-puno-generan-ventas-s-450000-2133742>
- Briham, E. F. y Ehrhardt, M. C. (2018). *Finanzas corporativas. Enfoque central*. 1ª edición. Cengage LEarning.
- Brealey, R. A. y Myers, S. C. (2020). *Principios de finanzas corporativas*. Decimoterceraedición.
- Cao, Y., Zhou, Y., Agar, O. T., Barrow, C., Dunshea, F., & Suleria, H. A. R. (2023). A Comprehensive Review on Papaya Phytochemistry Profile, Bioaccessibility, Pharmacological Effects and Future Trends of Papaya Phytochemicals. *Food Reviews International*, 40(8), 2147–2166. <https://doi.org/10.1080/87559129.2023.2255892>
- CONCYTEC (2024). Reglamento de calificación, clasificación y registro de los investigadores del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica – Reglamento RENACYT.
- Dirección Estadística Agraria e informática – DRA (2025). Serie histórica de ejecución y perspectivas de la información agrícola. [https://agropuno.gob.pe/Archivos/DEAI/agricola/sh\\_prov\\_sandia.pdf](https://agropuno.gob.pe/Archivos/DEAI/agricola/sh_prov_sandia.pdf)
- Gibbons, J. D. y Chakraborti, S. (2010). *Nonparametric Statistical Inference*. Fifth Edition. Chapman and Hall/CRC



- Gitman, L. J. y Zutter, Ch. J. (2012). *Principios de administración financiera*. Decimosegunda edición. Pearson.
- Gong, D. C., Chen, P. S., Kuo, C. J., Kao, C. W., & Meng, H. M. (2025). Pricing strategies incorporating sustainability management decisions. *International Journal of Systems Science: Operations & Logistics*, 12(1).  
<https://doi.org/10.1080/23302674.2025.2458175>
- Haber, R. A., Garcia, R. D., Hernandez, J. N., Jamieson, S., Mondal, A., & Bishayee, A. (2022). Papaya (*Carica papaya* L.) for cancer prevention: Progress and promise. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 63(30), 10499–10519.  
<https://doi.org/10.1080/10408398.2022.2079607>
- Jiao, M., Liu, C., Prieto, M. A., Lu, X., Wu, W., Sun, J., ... Li, N. (2022). Biological Functions and Utilization of Different Part of the Papaya: A Review. *Food Reviews International*, 39(9), 6781–6804.  
<https://doi.org/10.1080/87559129.2022.2124415>
- Kabir, Md. Y., & Hossain, S. K. (2024). Botanical extracts improve postharvest quality and extend the shelf life of papaya (*Carica papaya* L. cv. Shahi). *New Zealand Journal of Crop and Horticultural Science*, 1–17.  
<https://doi.org/10.1080/01140671.2024.2348137>
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2012). *Marketing*. Decimocuarta edición. Pearson Educación.
- Medina et al. (2023). *Metodología de investigación: Técnicas e instrumentos de investigación*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=922884>



Ministerio de la Producción (2022). Produce. Iniciamos la exportación de papayita andina de Sandía con destino a Chile.

<https://www.gob.pe/institucion/produce/noticias/665099-produce-iniciamos-la-exportacion-de-papayita-andina-de-sandia-con-destino-a-chile>

Nagle, T. T. y Holden, R. K. (2010). *Estrategia y tácticas de precios. Una guía para tomar decisiones rentables*. Tercera edición, Pearson Prentice Hall.

Reyes, G. (2024). Fijación estratégica de precios: pautas clave para asegurar la rentabilidad empresarial. <https://blogs.gestion.pe/conexion-esan/2024/05/fijacion-estrategica-de-precios-pautas-clave-para-asegurar-la-rentabilidad-empresarial.html>

Ross et al. (2010). *Finanzas corporativas*. McGraw Hill.

Soto, M., Brenes, M., Jiménez, N., Cortés, C., Umaña, G., & Pérez, A. M. (2021). Selection of optimal ripening stage of papaya fruit (*Carica papaya* L.) and vacuum frying conditions for chips making. *CyTA - Journal of Food*, 19(1), 273–286. <https://doi.org/10.1080/19476337.2021.1893823>

Yang, J., Guo, H., & Wei, S. (2025). How Pricing and Promotion Strategies Influence Customer Satisfaction in Sustainable Fashion. *International Journal of Electronic Commerce*, 29(2), 210–234. <https://doi.org/10.1080/10864415.2025.2471675>



# ANEXOS



### Anexo 1. Matriz de consistencia

Tesis: Relación entre la estrategia de precios y la utilidad de la papayita andina orgánica de Sandía 2024

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<b>PROBLEMA GENERAL</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>HIPOTESIS GENERAL</b>	<u>Variable 1:</u>	<b>Diseño</b> - No experimental - Cuantitativo
¿Cuál es la relación entre la estrategia de precios y la utilidad de la papayita andina orgánica de Sandía 2024?	Analizar cuál es la relación entre la estrategia de precios y la utilidad de la papayita andina orgánica de Sandía 2024	La estrategia de precios se relaciona significativamente con la utilidad de la papayita andina orgánica de Sandía 2024	Estrategia de precios	<b>Tipo</b> - Aplicada
<b>PROBLEMAS ESPECIFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b>	<u>Variable 2</u>	<b>Nivel</b> - Correlacional
1) ¿Cuál es la relación entre la estrategia de precios de acuerdo a la localización de compra con la utilidad de la papayita andina orgánica?	1) Identificar cuál es la relación entre la estrategia de precios de acuerdo a localización de compra con la utilidad de la papayita andina orgánica.	1) La estrategia de precios de acuerdo a la localización de compra se relaciona significativamente con compra con la utilidad de la papayita andina orgánica.	Utilidad	<b>Métodos</b> - Hipotético - Deductivo - Estadístico
2) ¿De qué manera se relaciona la estrategia de precios según el momento de la compra con la utilidad de la papayita andina orgánica?	2) Analizar de qué manera se relaciona la estrategia de precios según el momento de la compra con la utilidad de la papayita andina orgánica.	2) La estrategia de precio según el momento de compra se relaciona significativamente con la utilidad de la papayita andina orgánica.		<b>Población</b> 20 comerciantes
3) ¿Cómo se relaciona la estrategia de precios según la cantidad adquirida se relación con la utilidad de la papayita andina orgánica?	3) Explicar cómo se relaciona la estrategia de precios según la cantidad adquirida se relación con la utilidad de la papayita andina orgánica.	3) La estrategia de precios según la cantidad adquirida se relaciona significativamente con la utilidad de la papayita andina orgánica		<b>Muestra</b> 20 comerciantes
				<b>Test de correlación de Spearman</b>



### Anexo 2. INSTRUMENTO

#### Encuesta

Tesis: Relación entre la estrategia de precios y la utilidad de la papayita andina orgánica de Sandía 2024

Día: ...../...../.....

Lugar:..... N°:.....

#### I. Información general

1. Género
  - a. Femenino (.....)
  - b. Masculino (.....)
2. Edad
  - a. De 20 a 29 años de edad (.....)
  - b. De 30 a 39 años de edad (.....)
  - c. De 40 a más años (.....)
3. Grado de instrucción
  - a. Sin estudios (.....)
  - b. Primaria (.....)
  - c. Secundaria (.....)
  - d. Superior (.....)
4. Años de experiencia
  - a. Entre 1 a 4 años (.....)
  - b. Entre 5 a 9 años (.....)
  - c. De 10 a más años (.....)
5. Ingresos mensuales
  - d. Menos S/ 1,130 soles (.....)
  - e. Entre S/ 1,130 a S/ 2,000 soles (.....)
  - f. Entre S/ 2,000 a S/ 5,000 soles (.....)

La escala Likert que se presenta a continuación es la que se utiliza para las preguntas a responder.

Para nada = 1    Muy poco = 2    Algo = 3    En gran parte = 4

Marque con un aspa la siguiente encuesta:

#### Variable 1:

#### Estrategia de precios

¿Cómo evaluaría las siguientes categorías?	Para nada	Muy poco	Algo	En gran parte
<b>Dimensión 1: Estrategia de precios de acuerdo a la localización de compra</b>				
1) ¿Acopia a precios bajos la papayita andina orgánica cada semana?				
2) ¿Tiene dificultades en recolectar la papayita andina orgánica en cada temporada?				
3) ¿Incrementan los precios según la localización de producción de la papayita andina orgánica?				



4. ¿Tiene asegurada la venta de papayita andina orgánica?				
5. ¿Sus clientes aceptan el precio de venta de la papayita andina orgánica?				
<b>Dimensión 2: Estrategia de precios según el momento de compra</b>				
6. ¿Por estación de temporada de cosecha de papayita se rebajan los precios de la papayita andina orgánica?				
7. ¿Rebaja el precio a sus compradores leales al momento de compra al por mayor de papayita andina orgánica?				
<b>Dimensión 3: Estrategia de precios según la cantidad adquirida</b>				
8. ¿Le rebaja el precio a sus clientes en general por la compra en cantidad de la papayita andina orgánica?				
9. ¿Está satisfecho con las cantidades vendidas de la papayita andina orgánica?				
10. ¿Tiene pedidos en cantidad para exportación de papayita andina orgánica?				

### Variable 2:

#### Utilidad

¿Cómo evaluaría las siguientes categorías?	Para nada	Muy poco	Algo	En gran parte
11. ¿Está conforme con los ingresos que le genera la papayita andina orgánica?				
12. ¿Tiene posibilidad de generar más ingresos con la papayita andina orgánica de expandirse su negocio?				
13. ¿Requiere de mayor inversión para obtener más ingresos e incrementar utilidades en la comercialización de la papayita andina orgánica?				

Gracias por su colaboración



### Anexo 3. Datos

N	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	edad	gi	g	exper	ingresos
1	2	2	4	4	3	3	3	1	1	1	3	4	4	1	1	1	1	1
2	1	1	1	4	4	1	4	4	4	3	1	2	1	1	2	2	2	2
3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	1	1	2	3	1
4	4	4	1	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	1	1	2	2	1
5	4	3	1	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	1	4	2	2	1
6	3	4	1	1	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	1	2	2	3
7	2	2	2	2	3	3	2	2	4	4	4	4	4	3	3	1	2	3
8	4	2	2	3	2	3	3	4	3	4	4	4	4	1	3	1	3	3
9	4	3	3	3	1	2	3	3	3	4	3	4	4	2	3	1	3	1
10	4	1	2	4	1	3	1	3	3	4	2	3	2	2	3	1	3	2
11	3	1	2	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	2	3	1	3	2
12	1	1	3	3	2	3	3	1	3	4	3	3	2	1	3	2	3	2
13	1	1	4	2	4	1	1	1	3	4	2	3	3	2	3	2	1	2
14	1	4	3	4	2	1	1	1	2	3	3	4	3	3	3	2	2	2
15	2	2	2	3	3	1	1	1	3	4	2	3	2	3	3	2	3	3
16	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	1	1
17	1	2	4	4	3	3	2	2	1	1	3	4	4	3	2	2	1	1
18	1	1	1	4	1	1	1	1	3	3	1	2	1	2	2	2	1	1
19	2	2	2	3	3	4	3	2	3	4	2	3	2	3	2	2	3	3
20	1	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	2	1	1



### Anexo 4. Tratamiento de datos

Sin titulo2.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 18 de 18 variables

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	edad	gi	g	experiencia	ingresos		
1	Muy poco	Muy poco	En gran pa...	En gran pa...	Algo	Algo	Algo	Para nada	Para nada	Para nada	Algo	En gran pa...	En gran pa...	20 a 29 añ...	Sin estudios	Masculino	Entre 1 a 4...	Meno		
2	Para nada	Para nada	Para nada	En gran pa...	En gran pa...	Para nada	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	Algo	Para nada	Muy poco	Para nada	20 a 29 añ...	Primaria	Femenino	Entre 5 a 9...	Entre	
3	Algo	En gran pa...	En gran pa...	Algo	En gran pa...	Algo	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	Algo	En gran pa...	En gran pa...	Algo	Algo	20 a 29 añ...	Sin estudios	Femenino	De 10 a m...	Meno	
4	En gran pa...	En gran pa...	Para nada	Algo	En gran pa...	Algo	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	Algo	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	20 a 29 añ...	Sin estudios	Femenino	Entre 5 a 9...	Meno	
5	En gran pa...	Algo	Para nada	Para nada	En gran pa...	Algo	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	20 a 29 añ...	Superior	Femenino	Entre 5 a 9...	Meno	
6	Algo	En gran pa...	Para nada	Para nada	En gran pa...	Algo	Algo	Algo	En gran pa...	Algo	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	40 a más a...	Sin estudios	Femenino	Entre 5 a 9...	Entre	
7	Muy poco	Muy poco	Muy poco	Muy poco	Algo	Algo	Muy poco	Muy poco	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	40 a más a...	Secundaria	Masculino	Entre 5 a 9...	Entre	
8	En gran pa...	Muy poco	Muy poco	Algo	Muy poco	Algo	Algo	En gran pa...	Algo	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	20 a 29 añ...	Secundaria	Masculino	De 10 a m...	Meno	
9	En gran pa...	Algo	Algo	Algo	Para nada	Muy poco	Algo	Algo	En gran pa...	Algo	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	30 a 39 añ...	Secundaria	Masculino	De 10 a m...	Meno	
10	En gran pa...	Para nada	Muy poco	En gran pa...	En gran pa...	Algo	Para nada	Algo	En gran pa...	Muy poco	Algo	Muy poco	Algo	Muy poco	30 a 39 añ...	Secundaria	Masculino	De 10 a m...	Entre	
11	Algo	Para nada	Muy poco	Algo	Algo	Muy poco	En gran pa...	Algo	En gran pa...	Algo	Algo	Algo	Algo	Algo	30 a 39 añ...	Secundaria	Masculino	De 10 a m...	Entre	
12	Para nada	Para nada	Algo	Algo	Muy poco	Algo	Algo	Para nada	Algo	En gran pa...	Algo	Algo	Muy poco	Algo	Muy poco	20 a 29 añ...	Secundaria	Femenino	De 10 a m...	Entre
13	Para nada	Para nada	En gran pa...	Muy poco	En gran pa...	Para nada	Para nada	Para nada	Algo	En gran pa...	Muy poco	Algo	Algo	Algo	30 a 39 añ...	Secundaria	Femenino	Entre 5 a 4...	Entre	
14	Para nada	En gran pa...	Algo	En gran pa...	Algo	Para nada	Para nada	Para nada	Muy poco	Algo	En gran pa...	Algo	En gran pa...	Algo	40 a más a...	Secundaria	Femenino	Entre 5 a 9...	Entre	
15	Muy poco	Muy poco	Muy poco	Algo	Algo	Para nada	Para nada	Para nada	Algo	En gran pa...	Muy poco	Algo	Muy poco	Algo	40 a más a...	Secundaria	Femenino	De 10 a m...	Entre	
16	Muy poco	En gran pa...	Algo	En gran pa...	Algo	Algo	Algo	Algo	Algo	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	40 a más a...	Secundaria	Femenino	Entre 1 a 4...	Meno	
17	Para nada	Muy poco	En gran pa...	En gran pa...	Algo	Algo	Muy poco	Muy poco	Para nada	Para nada	Algo	En gran pa...	En gran pa...	En gran pa...	40 a más a...	Primaria	Femenino	Entre 1 a 4...	Meno	
18	Para nada	Para nada	Para nada	En gran pa...	Para nada	Para nada	Para nada	Para nada	Algo	Algo	Para nada	Muy poco	Muy poco	Algo	30 a 39 añ...	Primaria	Femenino	Entre 1 a 4...	Meno	
19	Muy poco	Muy poco	Muy poco	Algo	Algo	En gran pa...	Algo	Muy poco	Algo	En gran pa...	Muy poco	Algo	Muy poco	Algo	40 a más a...	Primaria	Femenino	De 10 a m...	Entre	
20	Para nada	En gran pa...	Algo	En gran pa...	Algo	Algo	Algo	Algo	Algo	En gran pa...	En gran pa...	Algo	Algo	40 a más a...	Superior	Femenino	Entre 1 a 4...	Meno		

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

BOU - IPS En 7 horas 06:32 2/04/2025

Sin titulo2.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

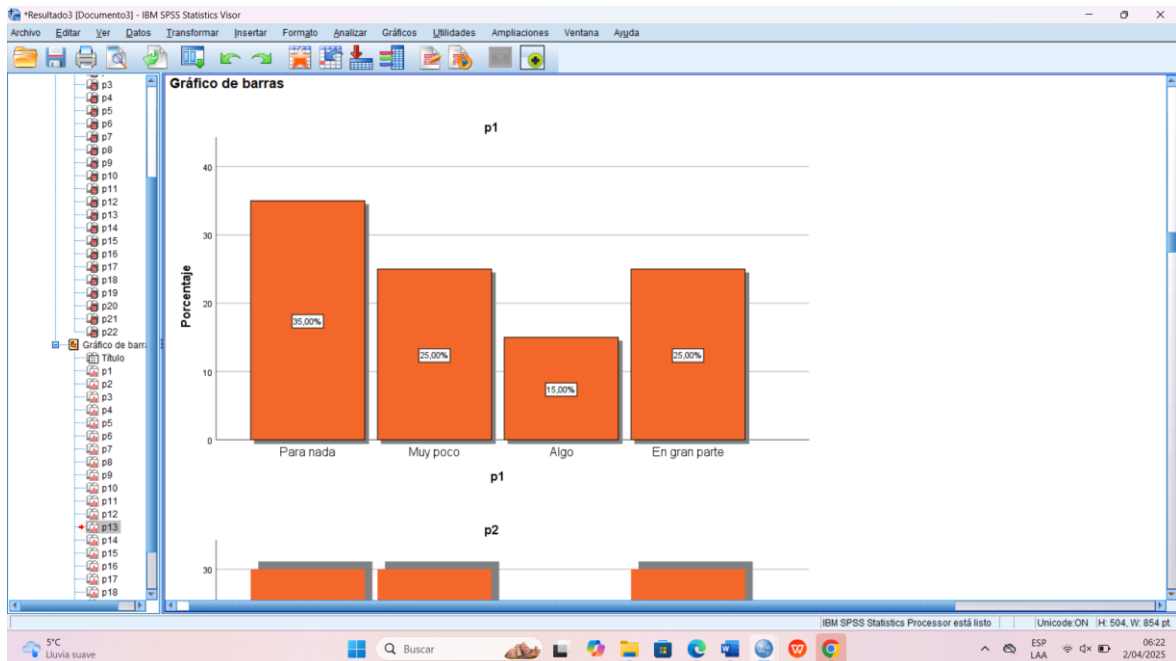
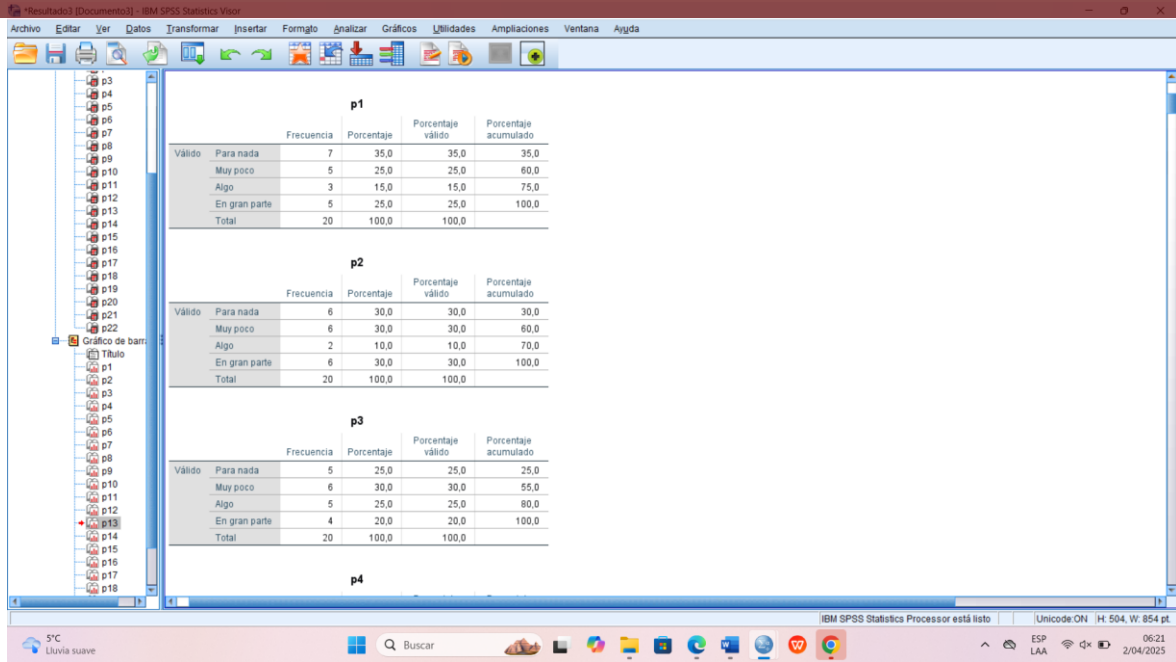
Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	p1	Númerico	8	0		{1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
2	p2	Númerico	8	0		{1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
3	p3	Númerico	8	0		{1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	p4	Númerico	8	0		{1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
5	p5	Númerico	8	0		{1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
6	p6	Númerico	8	0		{1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
7	p7	Númerico	8	0		{1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
8	p8	Númerico	8	0		{1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
9	p9	Númerico	8	0		{1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
10	p10	Númerico	8	0		{1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
11	p11	Númerico	8	0		{1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
12	p12	Númerico	8	0		{1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
13	p13	Númerico	8	0		{1, Para nad...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
14	edad	Númerico	8	0		{1, 20 a 29 ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
15	gi	Númerico	8	0		{1, Sin estu...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
16	g	Númerico	8	0		{1, Masculi...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
17	experiencia	Númerico	8	0		{1, Entre 1 ...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
18	ingresos	Númerico	8	0		{1, Menos d...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

BOU - IPS En 7 horas 06:32 2/04/2025





Anexo 5. VALIDEZ DE INSTRUMENTO

Validación de instrumento

Opinión de experto

I. DATOS DEL EXPERTO

- 1. Apellidos y Nombres: *Mamani Mamani Jesús*
- 2. Cargo e institución donde labora: *Docente UANCV*
- 3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: *Ecuación*
- 4. Autor del instrumento: *MARLENY COLINA ALVAREZ*

II. PUNTOS DE VALIDACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		0 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en base a la realidad local					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la mejora de las unidades de estudio					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: *Favorable para Ejecución*

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 9.8%

Lugar y fecha: *15*, *10/1/2025*

*[Firma]*

.....

Firma del experto  
DNI N°: *52421023* Cel.: .....



Validación de instrumento

Opinión de experto

I. DATOS DEL EXPERTO

- 1. Apellidos y Nombres: *Hoacumi Purasaca Yudy*
- 2. Cargo e institución donde labora: *Docente UANCV*
- 3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: *Encuesta*
- 4. Autor del instrumento: *Marilyn Colina Alvarez*

II. PUNTOS DE VALIDACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		0 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en base a la realidad local					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la mejora de las unidades de estudio					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: *Se recomienda ejecución de tesis*

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 9.8%

Lugar y fecha: *Tubiza, 18.1.10.2024*

*[Firma manuscrita]*

Firma del experto  
DNI N°: *40623820* Cel.: *989-574722*

Anexo 6. Panel de foto



Vista de la papayita andina orgánica.



Procesamiento de derivados de papayita andina orgánica



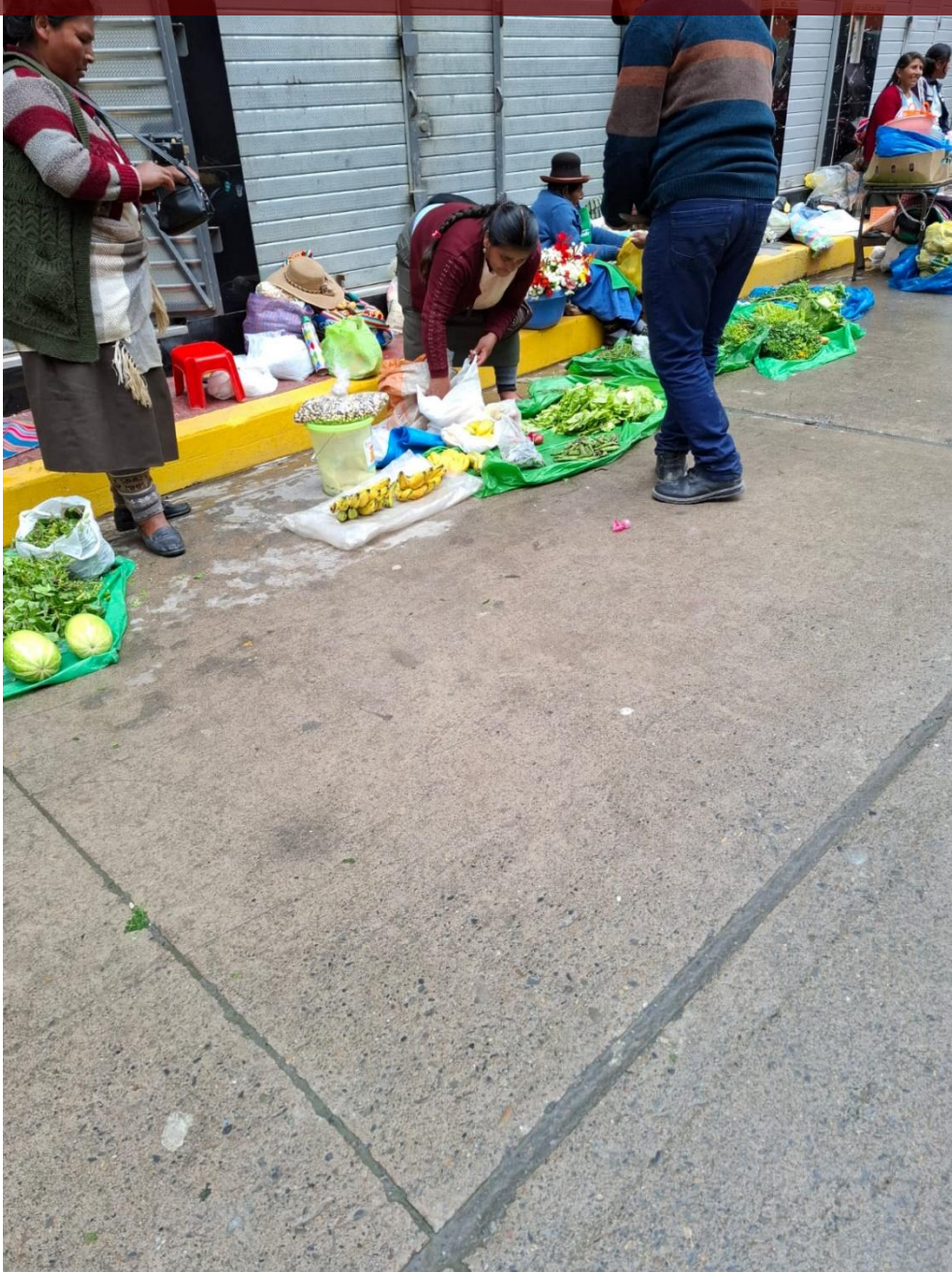
Vista del árbol de papayita andina orgánica en Sandia



Papayita andina orgánica destinada a la exportación.



Vista de la producción de papayita andina orgánica en Sandía



Comercialización de la papayita andina orgánica en la feria semanal de Sandia



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV



Formato digital [X]

Fecha de entrega: 14/05/2025

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: MARLENY CALCINA ALVAREZ

Dirección: Av. Marañon con Amazonas

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 48714337

Teléfono: 965351332 email: marleyleo30@gmail.com

Nombres y Apellidos:

Dirección:

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°:

Teléfono: email:

Facultad y/o Escuela de Posgrado: CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

Escuela Profesional o Mención: ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Título o Grado Académico a optar: LICENCIADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Asesor: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación [ ] Tesis [X] Trabajo de Suficiencia Profesional [ ] Trabajo Académico [ ]

RELACIÓN ENTRE LA ESTRATEGIA DE PRECIOS Y LA UTILIDAD DE LA PAPAYITA ANDINA ORGÁNICA DE SANDIA 2024

Palabras claves, (3 a 5 términos): ESTRATEGIA DE PRECIOS, UTILIDAD, PAPAYITA, COMPRA.

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV 1,2?

1

1 Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entré otros relacionados.

2 Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

Bachiller  Título  2da Especialidad  Maestría  Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): \_\_\_\_\_
- No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

**Sí:** significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

**No:** significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
- No autorizo



**Jurisdicción de su Licencia**

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción “internacional” o una adaptada a su jurisdicción como para el caso peruano.

La opción “internacional” emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción “internacional” goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

- Internacional
- Nacional

Línea de investigación: **ECONOMIA SECTORIAL P-16**

Firma de Autor



huella digital

14 de mayo del 2025

Fecha