

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**TESIS**

**"ESPÍRITU EMPRENDEDOR Y EL COMERCIO INTERNACIONAL  
DE LOS PRODUCTOS PARA EXPORTACIÓN DE LA EMPRESA  
SUN FRUITS EN EL DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA DE LA  
PROVINCIA DE ICA, 2019"**

PRESENTADO POR:

Bach. YALLERI PALOMINO VANESSA GRACCE

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOSINTERNACIONALES

ASESORA:

Dra. CARMEN NAVARRO DE BERNAOLA

ICA - PERÚ

2021

**“ESPÍRITU EMPRENDEDOR Y EL COMERCIO INTERNACIONAL  
DE LOS PRODUCTOS PARA EXPORTACIÓN DE LA EMPRESA  
SUN FRUITS EN EL DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA DE LA  
PROVINCIA DE ICA 2019”**

## **DEDICATORIA**

Dedico mi tesis con todo cariño a mis amados padres por el esfuerzo y sacrificio, por darme esta carrera profesional, por confiar en mí y ser mi apoyo incondicional. A los demás integrantes de mi familia por estar en los momentos más significativos de mi vida.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Universidad Alas Peruanas de la Filial de Ica, por haberme permitido ser parte de ella, a los docentes que me brindaron sus conocimientos y apoyo para ser una buena profesional, para seguir adelante cada día y alcanzar nuevas metas.

## **RECONOCIMIENTO**

Un especial y gran reconocimiento a la Universidad Alas Peruanas por la excelente labor que lleva a cabo en preparar y forjar buenos profesionales; una gran institución merecedora de todos los méritos en el Perú y en especial en la región iqueña. Asimismo, las experiencias y conocimientos adquiridos, han logrado fortalecer y enriquecer mi crecimiento personal, académico y profesional.

A los docentes de la universidad por su vocación de servicio al trabajo educativo superior, mística de trabajo de cada uno de ellos llegan a ser merecedores de admiración por su altruismo.

## ÍNDICE

CARÁTULA	
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RECONOCIMIENTO	v
ÍNDICE	vi
RESUMEN	ix
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	xiii
<b>CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>1</b>
<b>1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA</b>	<b>1</b>
<b>1.2 DELIMITACION DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>3</b>
1.2.1 Delimitación Espacial	3
1.2.2 Delimitación Social	3
1.2.3 Delimitación Temporal	3
1.2.4 Delimitación Conceptual	3
<b>1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>4</b>
1.3.1 Problema Principal	4
1.3.2 Problemas Secundarios	4
<b>1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>4</b>
1.4.1 Objetivo General	4
1.4.2 Objetivos Específicos	5
<b>1.5 HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>5</b>
1.5.1 Hipótesis General	5
1.5.2 Hipótesis Secundarias	5
1.5.3 Variables (Definición Conceptual y Operacional)	6
<b>1.6 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>10</b>
1.6.1 Tipo y Nivel de la Investigación	10
a) Tipo de Investigación	10
b) Nivel de Investigación	10
1.6.2 Método y Diseño de la Investigación	10
a) Método de Investigación	10
b) Diseño de Investigación	11
1.6.3 Población y Muestra de la Investigación	11
a) Población	11
b) Muestra	12
1.6.4 Técnica e Instrumentos de Recolección de Datos	13
a) Técnica	13
b) Instrumentos	13

1.6.5	Justificación, Importancia y Limitaciones de la Investigación	18
	a) Justificación	18
	b) Importancia	19
	c) Limitaciones	19
	<b>CAPITULO II: MARCO TEÓRICO</b>	<b>21</b>
2.1	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	21
2.2	BASES TEÓRICAS	31
2.3	DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	51
2.4	BASES HISTÓRICAS	57
2.5	BASE LEGAL	58
	<b>CAPITULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b>	<b>60</b>
3.1	Análisis de Tablas y Figuras	60
3.2	Discusión de Resultados	79
	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>81</b>
	<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>83</b>
	FUENTES DE INFORMACIÓN	85
	ANEXOS	89
	Matriz de Consistencia	
	Instrumento Recolección de Datos (Validados por Expertos)	

## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

### ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1	Población de Estudio	11
TABLA 2	Ficha Técnica: Variable Independiente	16
TABLA 3	Ficha Técnica: Variable Dependiente	17
TABLA 4	Resultado Analizado de las Variables de Estudio	61
TABLA 5	Resultado Analizado de las Dimensiones de la Variable Independiente	64
TABLA 6	Resultado Analizado de las Dimensiones de la Variable dependiente	68

### ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1	Resultado de la Variable Espíritu Emprendedor	61
FIGURA 2	Resultado de la Variable Comercio Internacional	62
FIGURA 3	Resultado de la Dimensión Habilidades Sociales	64
FIGURA 4	Resultado de la Dimensión Actitudes	65
FIGURA 5	Resultado de la Dimensión Habilidades Cognitivas	66
FIGURA 6	Resultado de la Dimensión Comercio de Doble Vía	68
FIGURA 7	Resultado de la Dimensión Ventajas de Especialización	69
FIGURA 8	Resultado de la Dimensión Crecimiento Económico	70



## RESUMEN

El trabajo de investigación tuvo como finalidad personal y fundamental poder optar el Título Profesional de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales; siguiendo los pasos estructurales planteadas para el desarrollo de la tesis y proponiendo como variables de estudio el espíritu emprendedor y el comercio internacional; variables que son muy importantes para la exportación de productos a otros mercados.

El título denominado **“ESPÍRITU EMPRENDEDOR Y EL COMERCIO INTERNACIONAL DE LOS PRODUCTOS PARA LA EXPORTACIÓN DE LA EMPRESA SUN FRUITS EN EL DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA DE LA PROVINCIA DE ICA 2019”**; tuvo como propósito investigar como el espíritu emprendedor se relaciona en el comercio internacional, entendiendo que un espíritu emprendedor es importante para el crecimiento de las funciones en una empresa permitiendo alcanzar sus objetivos en el tiempo propuesto, para que un espíritu emprendedor sea óptimo dependerá de la persona que lo gestione utilizando las herramientas necesarias y adecuadas para desarrollarlas con éxito, y así lograr una influencia en los colaboradores para que puedan desempeñarse correctamente en sus funciones y siguiendo los lineamientos y políticas de la empresa.

En la descripción de la realidad problemática; se identificó aquellas problemáticas que ocasiona una mala aplicación de las variables propuestos en el trabajo investigativo, justamente estos problemas fueron la motivación o impulso para desarrollar un proceso investigativo y objetivo, buscando la solución para una buena aplicación de las variables de estudio y que permita a la empresa un desarrollo sostenible y acorde a su procesos o actividades internos y externo. De la información establecida se procedió a realizar un análisis de la descripción de la realidad problemática, luego se procedió al planteamiento de los problemas y de los objetivos en la investigación, siendo aspectos muy importantes que permiten ejecutar lo estructurado.

En el marco teórico se planteó un análisis conceptual de las variables de estudio del espíritu emprendedor y el comercio internacional; estos conceptos teóricos se argumentaron con una valiosa información de autores especialistas referentes al tema propuesto, el marco teórico por su amplitud requirió de un proceso objetivo y analítico para determinar los fundamentos que enriquezcan las variables propuestas y que sirvieron como base argumentativa para el investigador; en esta parte también se planteó una serie de antecedentes de manera general y que tienen relación con la investigación.

Posteriormente, se planteó las hipótesis que fueron contrastadas y que permitieron realizar una conclusión coherente y sistemática en la investigación, en esta parte también, se configuró la tabla de operacionalización configurado por la columna de dimensión e indicador, y estos sirvieron para el diseño y elaboración del instrumento para recabar información.

La parte metodológica se estableció; tipo y nivel de la investigación siendo aplicada y descriptiva respectivamente; se determinó la población (360) y la muestra de estudio siendo de 175 colaboradores a los cuales se les consigno las herramientas como la técnica y su instrumento seleccionado de manera directa, con preguntas precisas que permitieron evitar sesgos en la recolección de datos, para luego ser procesadas, analizadas y representadas en tablas, figuras e interpretación. Luego, de manera estructurada se procedió a detallar los resultados y su posterior discusión. La investigación termina proponiendo los aportes propios del investigador en las conclusiones y recomendaciones de manera general.

**Palabras Claves:** Espíritu Emprendedor, Comercio Internacional, Crecimiento Económico, Habilidad Social, Proceso, Rendimiento, Planificación.

## **ABSTRACT**

The main objective of the research work was to obtain the Professional Title of Bachelor of Administration and International Business; following the structure proposed for the development of the thesis and proposing as study variables the entrepreneurial spirit and international trade; variables that are very important for the export of products to other markets.

The thesis called "ENTREPRENEUR SPIRIT AND INTERNATIONAL TRADE IN PRODUCTS FOR THE EXPORT OF THE SUN FRUITS COMPANY IN THE SAN JUAN BAUTISTA DISTRICT OF THE ICA PROVINCE 2019"; Its purpose was to investigate how the entrepreneurial spirit is related to international trade, understanding that an entrepreneurial spirit is necessary for the development of activities in a company, allowing it to achieve its objectives in the proposed time, so that an entrepreneurial spirit is optimal will depend on the person who manages it using the necessary and appropriate tools to develop them successfully, and thus achieve an influence on the collaborators so that they can perform correctly in their functions and following the guidelines and policies of the company.

In the description of the problematic reality; the problems caused by a misapplication of the study variables proposed in the research work were identified, precisely these problems were the motivation or impulse to develop an investigative and objective process, seeking the solution for a good application of the study variables and that allows the company a sustainable development and according to its internal and external processes or activities. From the established information, an analysis of the description of the problematic reality was carried out, then the problems and objectives of the investigation were approached, being very important aspects for the structured development of the research work.

In the theoretical framework, a conceptual analysis of the study variables of the entrepreneurial spirit and international trade was proposed; These theoretical concepts were argued with valuable information from specialist authors regarding the proposed topic. The theoretical framework, due to its breadth, required an objective and analytical process to determine the foundations that enrich the proposed variables and which served as the argumentative basis for the researcher; in this part a series of antecedents was also raised in a general way and that are related to the investigation.

Subsequently, the hypotheses that were tested and that allowed for a coherent and systematic conclusion in the research were proposed, in this part also, the operationalization table of the variables was configured where the dimensions and indicators were determined, and these served for the design and development of the data collection instrument.

In the methodological part of the research, the type and level of research was established, being applied and descriptive respectively; the population (360) and the study sample were determined, being 175 collaborators to whom the technique and the selected instrument were applied directly, with precise questions that allowed avoiding biases in data collection, to be processed later, analyzed and represented in tables, figures and interpretation. Then, in a structured manner, the results and their subsequent discussion were detailed. The investigation ends by proposing the conclusions and recommendations derived from the entire investigation process.

Key Words: Entrepreneurial Spirit, International Trade, Economic Growth, Social Skill, Process, Performance, Planning.

## INTRODUCCIÓN

La presente tesis es una investigación cuyo objetivo principal es analizar como el espíritu emprendedor influye en el comercio internacional de los productos para la exportación de la empresa; el espíritu emprendedor es una herramienta innovadora que permite influir, motivar, delegar y orientar a los colaboradores de la empresa Sun Fruits para lograr las metas propuestas en un periodo de tiempo en base a toda influencia como la actitud de los colaboradores. El espíritu emprendedor involucra medios, decisión y aptitud permitiendo organizar los recursos económicos, de personal y bienes para la satisfacción interna de la organización. Estos factores determinantes influyen en el comercio internacional de la empresa y de los colaboradores basado en la productividad laboral y la mejora continua, indicadores que miden los niveles de producción y del trabajo en equipo de las acciones y funcionalidades de cada colaborador en la organización. La medición por parte del departamento de recursos humanos es el área competente en promover un espíritu emprendedor dentro de la organización comunicando los beneficios de los logros tanto para la empresa como para los colaboradores.

En el Capítulo I, se argumentó el planteamiento del problema; donde se planteó la descripción de la realidad problemática, la delimitación de la investigación, el problema de la investigación, se establecieron los objetivos de la investigación, se formularon las hipótesis y variables de la investigación, se determinó la metodología de la investigación que comprendió el tipo y nivel de la investigación, el método y diseño de la investigación, que comprendió: tipo, nivel, método, diseño, población, muestra, técnica, instrumento, justificación, importancia y limitación del proceso metodológico.

En el Capítulo II, se desarrolló el marco teórico, en este punto se presentó el antecedente del estudio que deben tener una relación mínima con la presente tesis, luego se procedió a establecer las bases formadas por teorías conformadas por las variable independiente y dependiente estas son

argumentadas por conceptos teóricos objetivos y se logró establecer una relación de términos básicos extraídos de los conceptos que sirvieron de argumento para la tesis, se argumentó las bases históricas y legales.

En el Capítulo III, se determinó la presentación, análisis e interpretación de los resultados, basado en presentación de los datos procesados en las tablas y gráficos, para posteriormente llegar a detallar el proceso que permite discutir el resultado procesado.

Por último es necesario establecer las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

## **CAPÍTULO I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA:**

En estos tiempos, en que vivimos se generan cambios sociales, tecnológicos, culturales, ideológicos, étnicos, etc., precisamente son estos cambios los que engloban a la empresa Sun Fruits para buscar nuevos mercados, a las micro empresas que buscan nuevos productos para buscar clientes; estos cambios repercuten en aquellas personas que buscan emprender un negocio o aperturar un negocio que sea sostenible en el mercado y en plazos formulados.

La competitividad, las empresas y sus estrategias impresionantes, hasta impactantes son aspectos que limitan a la empresa Sun Fruits y a los colaboradores en su espíritu emprendedor, sabiendo que tienen competidores grandes y ya posicionados en un lugar determinado y con clientes fidelizados, ya sean clientes locales como clientes internacionales; entendiendo como clientes también a empresas locales y empresas internacionales. Sumado a ello encontramos otras problemáticas como las normas y reglas que las instituciones de gobierno imponen a la empresa Sun Fruits con alto espíritu de superación se ven decepcionados por el apoyo minoritario en el desarrollo empresarial.

La empresa Sun Fruits tiene problemas de mantener en sus colaboradores el espíritu emprendedor, ya que son características inherentes de la persona por querer emprender algo nuevo, con los recursos necesarios y con el apoyo y motivación de querer lograr algo en

base a su profesionalismo; la problemática del espíritu emprendedor se debe a la poca actitud y aptitud que los colaboradores no focaliza para fortalecer sus habilidades y destrezas, y para poder crear y visionar algo emprendedor buscando alcanzar objetivos que fortalezcan sus conocimientos y la eficiencia en sus funciones.

La globalización ha hecho posible que la empresa Sum Fruits pueda crecer con un horizonte direccionado al comercio internacional, a los mercados internacionales siendo grande las posibilidades de desarrollo para el sector empresarial y productivo; pero la globalización manejada y controlada por los grandes empresarios o por los encargados del gobierno, solo buscan apoyar a aquellas empresas que de una manera puedan ofrecer intereses personales o simplemente buscan favorecer a las empresas de los empresarios que están conectados con las instituciones que promueven la exportación del Perú a otros países.

El comercio internacional es un medio de desarrollo para aquellas empresas que cumplen estándares o parámetros que son exigidos por el estado peruano como por los países que buscan en el Perú sus productos o servicios; esto quiere decir que no basta con formalizar una empresa, sino se tiene y se conoce las normas y las exigencias de aquellos países a los que se requiere exportar, caso contrario estos aspectos podrían en los empresarios extranjeros tener una mala imagen del Perú, y buscarían otros países que puedan cumplir con sus exigencias y normativas.

Además, de lo expuesto sobre la realidad problemática del espíritu emprendedor y el comercio internacional en los párrafos mencionados, se establecen problemas que pueden perjudicar al personal y a su desarrollo profesional, como a la entidad y su visión general al comercio internacional: La actitud negativa es un factor fundamental en el espíritu emprendedor de cada persona, constituir una empresa no es suficiente para su desarrollo, se debe contemplar que las personas que la manejen tengan un espíritu de desarrollo y crecimiento personal y empresarial, y emprender un negocio



no basta de una buena infraestructura es necesario de conocer y saber del mundo de los negocios internacionales.

## **1.2 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:**

### **1.2.1 Delimitación Espacial:**

En este primer punto comprende el lugar donde se desarrolló todo el proceso de la investigación y donde se ubica la empresa Sun Fruits; es decir el distrito de San Juan Bautista en la provincia de Ica.

### **1.2.2 Delimitación Social:**

En este segundo marco comprende de manera directa al capital intelectual de la empresa que formo parte en el proceso de la investigación; es decir los colaboradores de la empresa Sun Fruits.

### **1.2.3 Delimitación Temporal:**

La investigación en su delimitación temporal comprende el periodo de tiempo de desarrollo en todo el proceso de la investigación; es decir el 2019.

### **1.2.4 Delimitación Conceptual:**

En este último aspecto comprende todos los argumentos teóricos fundamentados por autores que permitieron desarrollar toda la estructura del trabajo de investigación; es decir que los argumentos se sustentan con información objetiva en especial el marco teórico donde se argumenta conceptualmente la relación con las variables y los aspectos metodológicos.

### **1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN:**

#### **1.3.1 Problema Principal:**

¿En qué medida el espíritu emprendedor se relaciona con el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019?

#### **1.3.2 Problemas Secundarios:**

**P.S. 1:** ¿De qué manera las habilidades sociales se relacionan con el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019?

**P.S. 2:** ¿De qué manera las actitudes se relacionan con el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019?

**P.S. 3** ¿De qué manera las habilidades cognitivas se relacionan con el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019?

### **1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN:**

#### **1.4.1 Objetivo General:**

Analizar cómo el espíritu emprendedor se relaciona con el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.

#### **1.4.2 Objetivos Específicos:**

- O. E. 1** Determinar cómo las habilidades sociales se relacionan con el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.
  
- O. E. 2** Determinar cómo las actitudes se relacionan con el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.
  
- O. E. 3** Determinar cómo las habilidades cognitivas se relacionan con el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.

#### **1.5 HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN:**

##### **1.5.1 Hipótesis General:**

El espíritu emprendedor se relaciona significativamente con el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.

##### **1.5.2 Hipótesis Secundarias:**

**H. S. 1:** Las habilidades sociales se relacionan significativamente con el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.

**H. S. 2:** Las actitudes se relacionan significativamente con el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.

**H. S. 3:** Las habilidades cognitivas se relacionan significativamente con el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.

### **1.5.3 Variables: (Definición Conceptual y Operacional)**

- **Definición Conceptual de las Variables:**

**Variable Independiente:** Espíritu Emprendedor

El espíritu emprendedor es inherente a la persona, se relaciona con la actitud de alcanzar un objetivo, con la aptitud de poder realizar una acción, con el comportamiento de poder sostenerlo en un tiempo y sobre el conocimiento de investigar; estos aspectos son muy importantes para poder mantener un alto espíritu emprendedor y poder emprender nuevos negocios innovadores y ser competitivos en el mercado.

**Dimensiones:**

- **Habilidades Sociales:**

Toda persona nace con ciertas habilidades, una de ellas es la habilidad de sociabilizar con los demás; una persona de negocio siempre va a interactuar con proveedores, clientes, productores, transportistas, etc., y para llegar a un acuerdo es necesario desarrollar buenas habilidades sociales.

- **Actitudes:**

Las actitudes muchas veces es el motor de impulso que tiene una persona; las actitudes deben estar siempre predispuestos para poder alcanzar propósitos o beneficios en los negocios. Las actitudes dependen mucho de la autoestima de la persona.

- **Habilidades Cognitivas:**

Las habilidades cognitivas son propias de las personas, cuando actuamos o cuando queremos algo; estas habilidades puestas en la práctica nos dan resultados en el momento, esto se debe al procesamiento que hace la persona cuando tiene una información buscando interpretarlo, analizarlo y sintetizarlo.

**Variable Dependiente:** Comercio Internacional

El comercio electrónico es un mecanismo moderno que en la actualidad la mayoría de las empresas no solo en el Perú sino a nivel mundial lo utiliza para realizar transacciones financieras a cambio de un bien; el comercio electrónico tiene ventajas como ahorro, tiempo, espacio y dinámico; aunque hay muchas personas que desconfían el uso de este mecanismo por desconocimiento del uso de la tecnología y por estafas cibernéticas.

**Dimensiones:**

- **Comercio de Doble Vía:**

Se entiende por comercio de doble vía, cuando se exporta y se importa bienes; es decir es un comercio donde ganan los que venden como los que compran, este tipo de comercio es muy rentable cuando se gestiona adecuadamente previo análisis de lo que se va a importar y si es un bien que tiene mucha demanda y que este puede a su vez ser requerido a otros lugares, por tal se puede exportar.

- **Ventajas de Especialización:**

Las empresas una vez que están posicionadas en el mercado buscan ventajas y una de ellas es la especialización que consiste en ofrecer un bien con características únicas a clientes potenciales.

- **Crecimiento Económico:**

El crecimiento económico de una empresa es el resultado de una buena gestión o administración de los recursos con los que cuenta la empresa; el crecimiento económico permite a la empresa a desarrollarse en el mercado o en nuevos mercados.

▪ **Definición Operacional de las Variables:**

**Variable Independiente:** Espíritu Emprendedor

En esta investigación la variable independiente o variable "X", se evaluó usando la técnica y su instrumento; se aplicó un cuestionario con una relación de preguntas formuladas entre las dimensiones habilidades sociales, actitudes y habilidades cognitivas, y a sus indicadores. La recolección de la información fue objetiva y cuya administración fue de manera personal.

**Variable Dependiente:** Comercio Internacional

La variable dependiente o variable "Y", se ejecutó utilizando como herramientas la técnica y su instrumento; se configuro un cuestionario con preguntas relacionadas con las dimensiones Comercio de Doble Vía, Ventajas de Especialización y Crecimiento Económico, y a sus indicadores. La recolección de la información fue objetiva y cuya administración fue de manera personal.

### 1.5.3.1 Operacionalización de las Variables:

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE:</b> <b>ESPÍRITU EMPRENDEDOR</b>	<p>El espíritu emprendedor es inherente a la persona, se relaciona con la actitud de alcanzar un objetivo, con la aptitud de poder realizar una acción, con el comportamiento de poder sostenerlo en un tiempo y sobre el conocimiento de investigar; estos aspectos son muy importantes para poder mantener un alto espíritu emprendedor y poder emprender nuevos negocios innovadores y ser competitivos en el mercado.</p>	<p>En esta investigación la variable independiente o variable "X", se evaluó utilizando como técnica la encuesta y como instrumento se aplicó un cuestionario con preguntas relacionadas a las dimensiones habilidades sociales, actitudes y habilidades cognitivas, y a sus indicadores. La recolección de la información fue objetiva y cuya administración fue de manera personal.</p>	Habilidades Sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Capacidad de Asociación</li> <li>▪ Capacidad de Mando</li> <li>▪ Capacidad de Asumir Riesgo</li> </ul>
			Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Capacidad de Compromiso</li> <li>▪ Vocación por el Trabajo</li> <li>▪ Constancia</li> </ul>
			Habilidades Cognitivas	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conocimiento</li> <li>▪ Cultura</li> <li>▪ Creatividad</li> </ul>
<b>VARIABLE DEPENDIENTE:</b> <b>COMERCIO INTERNACIONAL</b>	<p>El comercio electrónico es un mecanismo moderno que en la actualidad la mayoría de las empresas no solo en el Perú sino a nivel mundial lo utiliza para realizar transacciones financieras a cambio de un bien; el comercio electrónico tiene ventajas como ahorro, tiempo, espacio y dinámico; aunque hay muchas personas que desconfían el uso de este mecanismo por desconocimiento del uso de la tecnología y por estafas cibernéticas.</p>	<p>En esta investigación la variable dependiente o variable "Y", se evaluó utilizando como técnica la encuesta y como instrumento se aplicó un cuestionario con preguntas relacionadas a las dimensiones Comercio de Doble Vía, Ventajas de Especialización y Crecimiento Económico, y a sus indicadores. La recolección de la información fue objetiva y cuya administración fue de manera personal.</p>	Comercio de Doble Vía	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Venta</li> <li>▪ Compra</li> <li>▪ Balanza Comercial</li> </ul>
			Ventajas de Especialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Innovación Tecnológica</li> <li>▪ Ventajas Competitivas</li> <li>▪ Relaciones Comerciales</li> </ul>
			Crecimiento Económico	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Economía de la Empresa</li> <li>▪ Desarrollo Organizacional</li> <li>▪ Cultura Emprendedora</li> </ul>

## **1.6 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN:**

### **1.6.1 Tipo y Nivel de Investigación:**

#### **a) Tipo de Investigación:**

**Sánchez H. & Reyes C. (2015).** La presente investigación desarrollada y evaluada es del tipo APLICADA, se le conoce como constructiva o utilitaria, los fundamentos los caracteriza por su interés en el proceso aplicativo de los conocimientos teóricos a determinada situación concreta.

#### **b) Nivel de Investigación:**

**Sánchez H. & Reyes C. (2015).** La presente investigación es del nivel DESCRIPTIVO; algunos autores lo consideran como investigaciones preliminares y pueden ser útil para: formular problemáticas, hipótesis, unificar al investigador con el estudio, aportar conceptos, establecer principios para nuevas investigaciones, buscar información relacionada a posibilidades reales puestas en la práctica para desarrollar una investigación de mucha importancia, hacer una lista de problemas, etc.

### **1.6.2 Método y Diseño de la Investigación:**

#### **a) Método de Investigación:**

**Sánchez H. & Reyes C. (2015).** La presente investigación gestiona el método SISTÉMICO; esta herramienta busca formar el objeto mediante el enfoque de sistemas, sus propias propiedades y características particulares.



**b) Diseño de Investigación:**

**Sánchez H. & Reyes C. (2015).** La investigación es del diseño CORRELACIONAL; orientado a determinar el grado de relación que hay entre dos o más variables en una misma muestra.

**1.6.3 Población y Muestra de la Investigación:**

**a) Población:**

**Vara A. (2012).** La población es aquel conjunto de sujetos como de cosas con propiedades en comunes, ubicadas en un espacio o territorio cambiando en el transcurso del tiempo. La población se conoce como universo, comprendiendo la gran diversidad de las prioridades, puede señalar hechos de interés social.

Por tal, la población del estudio está formada por todos los trabajadores, entre hombres y mujeres, que pertenecen a la empresa Sun Fruits.

**TABLA 1  
POBLACIÓN DE ESTUDIO**

<b>EMPRESA SUN FRUITS</b>				<b>TOTAL</b>
<b>TRABAJADORES</b>	H	240	-	240
	M	-	120	120
<b>TOTAL</b>				<b>360</b>

**FUENTE:** Jefatura de RR.HH. – Empresa SUN FRUITS

**b) Muestra:**

**Valderrama S. (2015).** Se indica que es un subconjunto que representa a todo un universo o población. Es una representación, porque refleja fielmente los elementos de la población cuando se pone en práctica la técnica indicada de muestreo; la diferencia es el número de unidades incluidas, ya que se debe determinar un número óptimo y mínimo de unidades; este número se consigue mediante el empleo de procedimientos diversos. La muestra ha quedado conformada por 175 trabajadores de la empresa.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{(N - 1) e^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

- n° = Resultado de la Muestra
- N = Población Determinada
- p = Proporción de participantes masculinos
- q = Proporción de participantes femeninas (p – 1)
- Z = Nivel de Confianza 95% (1,96)
- e = Error del muestreo (0.05)

Para el caso en estudio, en primer lugar, se halla el tamaño de las proporciones (p y q): Entonces si “S” es el número de varones que trabajan en la empresa:

$$p: \frac{S}{N} = \frac{240}{360} = 0.6667 = 66.67\% \quad (\text{Proporción de Varones})$$

$$q: 1 - 0.6667 = 0.3333 = 33.33\% \quad (\text{Proporción de Mujeres})$$

Se procede a determinar el tamaño de la muestra de estudio, reemplazando la formula ya establecida:

$$\frac{360 (1.96)^2 \cdot (0.6667) (0.333)}{(360 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.6667) (0.333)}$$

$$\frac{360 (3.8416) \cdot (0.22221111)}{(359) (0.0025) + (3.8416) (0.6667) (0.333)}$$

$$\frac{307.31263206336}{359 (0.0025) + (3.8416) (0.22221111)}$$

$$\frac{307.31263206336}{0.8975 + 0.853646200176}$$

$$\frac{307.31263206336}{1.751146200176}$$

$$n^\circ = 175.4922758776356$$

$$\frac{n^\circ = 175}{|}$$

#### 1.6.4 Técnica e Instrumento de Recolección de Datos:

##### a) Técnica:

**Sabino C. (1992).** Según el diccionario de metodología, es un medio de recolección de datos, es una forma o recurso que le sirve al investigador para extraer de ellos información. La técnica aplicada al trabajo de investigación es la ENCUESTA.

##### b) Instrumento:

**Arbaiza L. (2014).** El instrumento del trabajo de investigación es el CUESTIONARIO que se relaciona con la técnica utilizada. (...) De este modo el instrumento configura en

si toda la labor previa del estudio, resume aportes teóricos al seleccionar datos y, por lo tanto, a las variables o conceptos analizados.

▪ **Validez y Confiabilidad del Instrumento:**

**Hernández S. & Fernández C. & Baptista P. (2014).** Para todo proceso de valides se utiliza las Fichas de Juicio de Expertos evaluado por los docentes que a continuación se detalla:

- Humberto Herrera Pérez  
Grado Académico: Maestro  
Calificación: Aceptable
  
- Boza Muñoz Joan Carlos  
Grado Académico: Maestro  
Calificación: Aceptable

La confiabilidad de un instrumento de medición se obtiene aplicando el “coeficiente alfa Cronbach”:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

$$\alpha = \frac{26}{26-1} \left[ 1 - \frac{14,90}{49,67} \right]$$

$$\alpha = \frac{26}{25} \left[ 1 - \frac{14,90}{49,67} \right]$$

$$\alpha = 1.04 x [1 - 0.30]$$

$$\alpha = 1.04 x 0,70$$

### Estadística de Confiabilidad

<b>Alfa de Cronbach Variable: Espíritu Emprendedor</b>	<b>N° Examinados</b>
<b>0.728</b>	<b>26</b>

<b>Alfa de Cronbach Variable: Comercio Internacional</b>	<b>N° Examinados</b>
<b>0.728</b>	<b>26</b>

Teniendo en cuenta el desarrollo de la investigación, la utilización de la técnica e instrumento de recolección de datos, se procede a determina las fichas técnicas que le permiten al investigador identificarse con los encuestados:

- La técnica de la encuesta y su instrumento el cuestionario que se ha elaborado con la finalidad de evaluar la (variable independiente) **ESPÍRITU EMPRENDEDOR**. En tal sentido, las características del instrumento se detallan en la siguiente ficha técnica:

**TABLA 2 FICHA TÉCNICA**  
**VARIABLE INDEPENDIENTE (ESPÍRITU EMPRENDEDOR)**

<b>Instrumento:</b> Cuestionario sobre el ESPÍRITU EMPRENDEDOR
<b>Autor:</b> Bachiller: YALLERI PALOMINO VANESSA GRACCE
<b>Dirigido:</b> A los colaboradores de la Empresa SUN FRUITS
<b>Procedencia:</b> Universidad ALAS PERUANAS
<b>Propósito:</b> Evaluar a los colaboradores respecto a la variable ESPÍRITU EMPRENDEDOR
<b>Desarrollo:</b> Individual y Objetivo
<b>Ítems:</b> 3 ítems (Dimensiones)
<b>Dimensiones a Evaluar:</b> D1: HABILIDAD SOCIAL D2: ACTITUD D2: HABILIDAD COGNITIVA
<b>Escala de Valoración:</b> Malo (a) – Regular – Bueno (a)
<b>Categorías:</b> Malo (a) 01 – 05 / Regular 06 – 10 / Bueno (a) 11 – 20

- La técnica de la encuesta y su instrumento el cuestionario que se ha elaborado con la finalidad de evaluar la (variable dependiente) **COMERCIO INTERNACIONAL**. En tal sentido, las características del instrumento se detallan en la siguiente ficha técnica:

**TABLA 3 FICHA TÉCNICA**  
**VARIABLE DEPENDIENTE (COMERCIO INTERNACIONAL)**

<b>Instrumento:</b> Cuestionario sobre el COMERCIO INTERNACIONAL
<b>Autor:</b> Bachiller: YALLERI PALOMINO VANESSA GRACCE
<b>Dirigido:</b> A los colaboradores de la Empresa SUN FRUITS
<b>Procedencia:</b> Universidad ALAS PERUANAS
<b>Propósito:</b> Evaluar a los colaboradores respecto a la variable COMERCIO INTERNACIONAL
<b>Desarrollo:</b> Individual y Objetivo
<b>Ítems:</b> 3 ítems (Dimensiones)
<b>Dimensiones a Evaluar:</b> D1: COMERCIO DE DOBLE VÍA D2: VENTAJA DE ESPECIALIZACIÓN D2: CRECIMIENTO ECONÓMICO
<b>Escala de Valoración:</b> Malo (a) – Regular – Bueno (a)
<b>Categorías:</b> Malo (a) 01 – 05 / Regular 06 – 10 / Bueno (a) 11 – 20

### **1.6.5 Justificación, Importancia y Limitaciones de la Investigación:**

#### **a) Justificación:**

El desarrollo de la investigación “ESPÍRITU EMPRENDEDOR Y EL COMERCIO INTERNACIONAL DE LOS PRODUCTOS PARA EXPORTACIÓN DE LA EMPRESA SUN FRUITS EN EL DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA DE LA PROVINCIA DE ICA 2018”, se justifica por lo siguiente:

- El trabajo de investigación se justifica por que los argumentos expuestos pueden contribuir a las empresas para un desarrollo empresarial con una visión estratégica para emprender a nuevos mercados para poder exportar productos de calidad.
- El trabajo de investigación se justifica por qué las bases teóricas pueden aportar a las empresas ya formalizadas y constituidas a emprender nuevos mercados en países desarrollados que buscan productos para la satisfacción de los consumidores.
- La investigación se justifica por qué los argumentos pueden establecer que las empresas pueden desarrollarse de manera óptima si a sus trabajadores se les fortalece su espíritu emprendedor para buscar en ello sus potencialidades a la hora de su desempeño en sus funciones.
- El trabajo de investigación se justifica por qué puede generar como antecedentes para los alumnos de la carrera de Administración y Negocios Internacionales para que puedan tener información para el desarrollo de sus trabajos de investigaciones.



**b) Importancia:**

El trabajo de investigación “ESPÍRITU EMPRENDEDOR Y EL COMERCIO INTERNACIONAL DE LOS PRODUCTOS PARA EXPORTACIÓN DE LA EMPRESA SUN FRUITS EN EL DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA DE LA PROVINCIA DE ICA 2018”, es importante por los siguientes aspectos:

- Es importante porque puede contribuir a fortalecer el espíritu emprendedor de jóvenes que buscan ser parte del mundo de los negocios, aplicando las herramientas administrativas que están en tendencia buscando alcanzar los objetivos económicos, sociales y empresariales.
- El trabajo de investigación influirá a los jóvenes emprendedores a buscar mercados internacionales para posicionarse y poder obtener mayor rentabilidad conociendo los beneficios que existen respecto a los tratados y convenios de libre comercio.
- El trabajo de investigación ayudar con su valiosa información a conocer los aspectos fundamentales del comercio internacional, de la exportación, del emprendimiento entre otros factores que puedan nutrir de fundamentos válidos y argumentativos.

**c) Limitaciones:**

Las limitaciones que aparecieron en el desarrollo del trabajo “ESPÍRITU EMPRENDEDOR Y EL COMERCIO INTERNACIONAL DE LOS PRODUCTOS PARA EXPORTACIÓN DE LA EMPRESA SUN FRUITS EN EL DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA DE LA PROVINCIA DE ICA 2018”, se mencionan a continuación:

- El desarrollo del trabajo de investigación, tuvo como dificultad, establecer el título del trabajo; debido a que el título depende de la relación de las variables y su relación entre ellas y la empresa; estas variables dependieron de las líneas de investigación que propone la escuela de Administración y Negocios Internacionales.
- La elaboración del trabajo de investigación, tuvo como problema, investigar y analizar la información de cada variable de estudio; la falta de información bibliográfica y el costo de fuentes bibliográficas contribuyó a que el trabajo se ampliara en el tiempo.
- El desarrollo del trabajo de investigación, tuvo como obstáculo, el poco acceso a la información de la empresa para establecer un análisis objetivo de la problemática respecto a las variables de estudio, para establecer los problemas, objetivos, hipótesis y la metodología.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO:**

##### **2.1.1 ANTECEDENTES INTERNACIONALES:**

- Viale R. (2017). La tesis titulada “EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR Y SU RELACIÓN CON EL FOMENTO DE LA CULTURA EMPRENDEDORA EN LA CIUDAD DE MENDOZA”. Tesis para obtener el Título de Licenciatura en Gestión de Recursos Humanos de la Universidad Siglo XXI. País: Argentina

La autora concluye lo siguiente:

El presente trabajo de investigación concuerda con la definición de Valvanera (2010) al decir que, definir el espíritu emprendedor no es una tarea sencilla, debido a que existen una diversidad y multiplicidad de características que poseen unas personas y otras no, pero que de cualquier modo los hace exitosos.

Sin embargo, a partir de las variables analizadas es posible establecer que se evidencia en los emprendedores de la ciudad de Mendoza un alto desarrollo de las capacidades creativas (70%) junto con la autoconfianza (64%). Además de ello, el 80% de la población estudiada tiene una clara visión respecto a la importancia de ser responsables en cuanto a la toma de decisiones y los objetivos de su emprendimiento.

- Vidal J. (2012). La tesis titulada “FOMENTO DE LA CULTURA Y ESPÍRITU EMPRENDEDOR EN LOS JÓVENES ESPAÑOLES DESDE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS”. Tesis para obtener el Título Profesional en Ciencias de la Empresa de la Universidad Politécnica de Cartagena – España.

El autor concluye lo siguiente:

A pesar de que numerosos estudios han constatado que la iniciativa emprendedora puede cultivarse desde las primeras etapas de la vida escolar y que existe una estrecha relación entre una adecuada oferta educativa en emprendimiento y una mayor actividad empresarial, la realidad es que la oferta educativa para estimular la capacidad emprendedora en el alumnado, tanto en educación primaria como en secundaria y el bachillerato, sigue siendo escasa en nuestro país. Por lo tanto, se puede establecer como objetivo principal de la educación en emprendimiento que las personas desarrollen actitudes positivas hacia la iniciativa emprendedora. Además, en una sociedad del conocimiento y dado el contexto de economía globalizada en que nos hallamos inmersos, la actitud que mantengamos respecto a la educación en emprendimiento tendrá un gran impacto en el crecimiento económico de España.

- Sanguinetti P. (2009). La presente tesis titulada “COMERCIO INTERNACIONAL Y CRECIMIENTO ECONÓMICO EN CHILE”. Tesis para obtener el Grado de Magister de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

La autora concluye lo siguiente:

Este estudio se enfocó en estudiar la existencia y relevancia de la relación entre el comercio internacional y el crecimiento

económico en la economía chilena a lo largo de 1860-2000, en este sentido y por tratarse de una serie histórica este trabajo es único. Es decir, no existen trabajos previos que analicen el periodo mencionado. Los trabajos existentes sólo analizan años posteriores a 1960. Por otra parte, el trabajo empírico se centró en estimar por subperiodos la ecuación de determinantes del crecimiento utilizando como variables explicativas la apertura comercial y una serie de controles. La estimación considerando el periodo completo (1860-2000) no permite observar el efecto real del comercio en el crecimiento dado que se han generado quiebres estructurales en la economía chilena a lo largo de dichos años. Asimismo, dado los potenciales problemas de endogeneidad de la variable de interés, se presentaron dos métodos de estimación para conocer la importancia del sesgo. Estos métodos consistieron en estimaciones por Mínimos Cuadrados Ordinarios y Variables Instrumentales.

- Mollo G. (2007). La tesis titulada “EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR EN LA FORMACIÓN DE NUEVOS PROFESIONALES”. Tesis para obtener el Grado de Maestría en Dirección de Empresas de la Universidad Nacional de la Plata. País: Argentina

La autora concluye lo siguiente:

En primer lugar, surge inquietud al observar que, según los datos obtenidos, la formación que los alumnos están recibiendo no acompaña a las preferencias de desarrollo futuro de los mismos. Esto no solo se da entre los alumnos de un mismo año, sino que a medida que aumentan los (progreso en la carrera) años de formación recibida esta brecha se agranda. Si bien aún no está definido el debate sobre si los programas de formación universitaria deben adaptarse a las preferencias de sus alumnos y de la sociedad en general, es un dato importante a considerar a la

hora de discutir los próximos planes de estudios e instalarlo en el debate. Podría argumentarse, que los alumnos (en especial los de primer año) tienen una idea incorrecta de la carrera en la cual está ingresando. Este también es un tópico a tener en cuenta por los decididores universitarios, ya que estaría planteando una falta de articulación "Secundario – Universidad" importante. La universidad quizás debería buscar la forma de hacerles llegar información a los egresados de secundaria sobre cuáles son los perfiles que cada carrera requiere, la salida laboral a la que pueden acceder, etc. Como segunda conclusión me gustaría detenerme en uno de los factores determinantes del fenómeno emprendedor: la percepción de ingresos futuros.

- Núñez K. (1996). La presente tesis titulada "EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR Y LA EMPRESA". Tesis para obtener el Grado de Maestría en Administración de Empresa de la Universidad Autónoma de Nuevo León. País: México

La autora concluye lo siguiente:

Que el emprendedor tiene una manera diferente de hacer las cosas. Sea esto en el campo de los negocios o en otros ámbitos. La base fundamental de esta diferencia es la innovación. La mayoría de los negocios que se inician no son emprendedores, los que cimientan su liderazgo sobre la base de la innovación son muy pocos. Que el emprendedor nace con ciertas cualidades, las cuales bien desarrolladas pueden incrementar el potencial emprendedor y fomentar el espíritu emprendedor. El emprendedor nace y se hace. Nace, porque de la nada no se puede "fabricar" a un emprendedor. Hay quienes notablemente reúnen las condiciones que caracterizan al ser emprendedor, pero es más lo que se puede hacer a través de la enseñanza, la práctica y el entrenamiento.

### 2.1.2 ANTECEDENTES NACIONALES:

- Mitma R. (2018). La tesis titulada “ESPÍRITU EMPRENDEDOR Y LA CREACIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA PROFESIONAL DE EDUCACIÓN INICIAL INTERCULTURAL – INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PEDAGÓGICO PÚBLICO – HUANCVELICA”. Tesis para obtener el Grado Académico de Maestro en Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de Huancavelica.

El autor concluye lo siguiente:

Se determina que existe una relación alta entre el espíritu emprendedor y la creación de micro y pequeñas empresas al haberse obtenido un coeficiente  $r$  de Pearson de 0.915, lo que da paso a afirmar que el espíritu emprendedor se relaciona significativamente con la creación de micro y pequeñas empresas en las estudiantes de la Carrera Profesional de Educación Inicial Intercultural en el Instituto de Educación Superior Pedagógico Público - Huancavelica en el año 2017, quedando validada la hipótesis general al haberse obtenido un  $T_c = 24,00 > T_t = 1,66$ .

Se determina que existe una relación alta entre las cualidades personales y la creación de micro y pequeñas empresas al haberse obtenido un coeficiente  $r$  de Pearson de 0.806, lo que da paso a afirmar que las cualidades personales se relacionan significativamente con la creación de micro y pequeñas empresas en las estudiantes de la Carrera Profesional de Educación Inicial Intercultural en el Instituto de Educación Superior Pedagógico Público - Huancavelica en el año 2017, quedando validada la hipótesis general al haberse obtenido un  $T_c = 14,41 > T_t = 1,66$ .

- Li D. (2018). La presente tesis titulada “EL BIOCOCOMERCIO INTERNACIONAL ENTRE EL PERÚ Y EL NORTE DE CHINA: POTENCIALIDAD Y RETO”. Tesis para obtener el Grado Académico de Magister en Biocomercio y Desarrollo Sostenible de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Ciudad: Lima

El autor concluye lo siguiente:

Por las investigaciones bibliográficas, cuantitativas y cualitativas, se ha probado el fenómeno de que las exportaciones del Perú, especialmente las exportaciones de productos provenientes de biodiversidad, principalmente llegan a las provincias del sur de China. La Mayoría de los importadores que participan en las actividades de exportación del Perú a China también están localizados en China del sur. Los factores posibles que determinan el fenómeno anterior serían los siguientes:

La comunidad china en el Perú, que proviene principalmente de las provincias del sur de China, sirve como el puente de conocimiento mutuo entre el Perú y China del sur en el comercio bilateral. El sur y el norte de China, en general, tienen distancia en la condición económica y la capacidad de comprar.

- Quispe R. (2018). La tesis titulada “PERFIL EMPRENDEDOR DE UN GRUPO DE ALUMNOS DEL ÚLTIMO AÑO DE UNA ESPECIALIDAD DE NEGOCIOS Y OTRA DE INGENIERÍA DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ EN EL AÑO 2017”. Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Gestión con mención en Gestión Empresarial de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Ciudad: Lima

Los autores concluyen lo siguiente:



El grupo G1 presenta las siguientes conclusiones en el enfoque cuantitativo:

El grupo G1 muestra tener una alta predisposición a fundar una empresa. Esto concuerda con lo planteado por José María Veciana Vergés (2006 citado en Fuentes, Saco y Sánchez, 2011) el cual afirma que las carreras ProCE tienen un mayor potencial para realizar emprendimientos respecto a las carreras NoproCE.

La dimensión Personal, muestran un alto nivel de desarrollo en la competencia Creativa, en la Autonomía, en la amplitud para Tomar decisiones y en una conducta Responsable como base primordial para realizar emprendimientos.

La dimensión Social, muestra un alto nivel de desarrollo en los factores Liderazgo, Trabajo en equipo y Solidaridad.

La dimensión Psicológica, muestra un alto nivel de desarrollo en los factores Necesidad por el logro y Minimización de temor al riesgo.

La dimensión Habilidad/ Acción muestra un alto nivel de desarrollo en el factor Ventas.

El grupo I1 presenta las siguientes conclusiones en el enfoque cuantitativo:

El grupo I1 muestra tener una alta predisposición a fundar una empresa. Esto concuerda con lo planteado por José María Veciana Vergés (2006 citado en Fuentes, Saco y Sánchez, 2011) el cual afirma que las carreras ProCE tienen un mayor potencial para realizar emprendimientos respecto a las carreras NoproCE.

La dimensión Personal, muestra un alto nivel de desarrollo en el factor Toma de decisiones y el factor Responsabilidad; adicionalmente muestra un nivel medio de desarrollo en el factor Creatividad y en Autonomía un nivel alto (aspecto interno) y bajo (aspecto externo).

La dimensión Social, muestra un alto nivel de desarrollo en el factor Liderazgo; en el factor Trabajo en equipo muestra un nivel

alto y medio de desarrollo; y en el factor Solidaridad se presentan los tres niveles de desarrollo en sus tres preguntas.

La Dimensión Psicológica, muestra un nivel alto de desarrollo en el factor Minimización del temor al riesgo y en el factor Necesidad por el logro un nivel medio (aspecto interno).

La dimensión Habilidad/ Acción en el factor Ventas muestra un nivel bajo de desarrollo.

- De la Torre E. & Santa Cruz Z. (2017). La tesis titulada “TRATADO DE LIBRE COMERCIO INTERNACIONAL PERÚ – ESTADOS UNIDOS Y SU RELACIÓN CON EL COMERCIO EXTERIOR DEL PERÚ PERIODO 2011 - 2015”. Tesis para obtener el Título de Economista de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Ciudad: Lima

Los autores concluyen lo siguiente:

El Tratado de Libre Comercio entre Perú y Estados Unidos de Norteamérica se firmó después de una serie de rondas de negociaciones en el año 2006 entrando en vigencia el 01 de febrero del 2009, el cual influyó en el Comercio Exterior del Perú, en el Periodo 2011-2015 tanto por las importaciones como exportaciones efectuadas. El valor de las exportaciones no tuvo una variación significativa debido a la baja de los precios internacionales de los minerales; sin embargo, las exportaciones no tradicionales sí se incrementaron, influyendo en la variedad de productos exportables, e incentivando a las empresas peruanas a incursionar en mercados competitivos. Las importaciones sí se han elevado significativamente pasando de 4315 del año 2009 a 8765 en el año 2013, año de mayor relevancia.

El Tratado de Libre Comercio Perú –Estados Unidos, influyó en las Exportaciones del Perú; es así que las exportaciones pasaron de \$ 6,025 a 6091 millones en el año 2013, descendiendo a 4999

millones al año 2015, lo que significó una reducción del \$ 1,026 equivalente al 17%. Debido principalmente al descenso de costos internacionales de metales.

El Tratado de Libre Comercio Perú –Estados Unidos influyó en las Importaciones del Perú, las que pasaron de \$ 7384 a \$ 9.876 entre los años 2011 al 2015, lo que significó un incremento del 25%. Lo que ha consolidado la actividad comercial e impulsa a las empresas a efectuar actividades comerciales del exterior a nuestro país, lo que se respalda por la estabilidad económico político que se viene sosteniendo.

- Mejía Baldera D. (2015). La tesis titulada “ACTITUD EMPRENDEDORA DE LOS EGRESADOS DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS”. Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo – Chiclayo

El autor concluye lo siguiente:

Los egresados la Carrera de Administración de la USAT obtuvieron una formación académica a nivel teórico, más no práctico, lo cual dificultó que el egresado se encuentre mejor preparado en este mundo competitivo. Los egresados Independientes a diferencia de los egresados Dependientes, llevaron a la práctica la enseñanza adquirida en la universidad con visión a un futuro prometedor, con deseos de emprender y tener una empresa propia. Sin embargo, los egresados dependientes lo llevaron a la práctica, pero de manera limitada, adquiriendo los conocimientos, plasmándolas en las labores diarias de sus trabajos de manera eficiente como funciones establecidas, mas no ampliando sus conocimientos panorámicamente y de manera emprendedora. Los egresados Independientes como los egresados Dependientes, poseen capacidades de iniciativa y

predisposición a las actividades que realizan; los egresados independientes decidieron crear sus empresas y ser emprendedores, por otro lado, los egresados Dependientes desarrollaron sus capacidades a las labores encomendadas en sus trabajos. Las capacidades de los egresados Dependientes en el trabajo como empleados, limitan su potencial y deseos de superación para generar ideas innovadoras, por el hecho de obtener solamente un empleo y ser remunerado por ello. Los egresados Independientes y los egresados Dependientes poseen habilidades, desarrollándolas de manera satisfactoria en sus respectivos entornos, pero los egresados independientes poseen un espíritu emprendedor de superación en todo momento con una gran motivación de seguir creciendo como emprendedores, a diferencia de los E. dependientes, que tienen los deseos de seguir creciendo, pero no lo concretan totalmente.

### **2.1.2 ANTECEDENTES LOCALES:**

- Munayco J. (2018). La tesis titulada “RESILIENCIA Y ACTITUD EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES DEL PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ICA 2018”. Tesis para obtener el Título de Administración de la Universidad Autónoma de Ica.

El autor concluye lo siguiente:

Primera: Existe relación directa y moderada entre resiliencia y actitud emprendedora en los estudiantes del Programa Académico de Administración y Finanzas de la Universidad Autónoma de Ica, 2018.

Segunda: El nivel de relación entre resiliencia y las variables capacidad de realización y capacidad de planificación en los

estudiantes del Programa Académico de Administración y finanzas de la UAI, es directo y moderado.

Tercera: Existe relación directa y débil entre resiliencia y capacidad de relacionarse socialmente en los estudiantes del Programa Académico de Administración y finanzas de la Universidad Autónoma de Ica.

Cuarta: La resiliencia es una característica inherente a las personas, por lo cual los estudiantes muestran una tendencia a potenciarla y demostrarla, haciéndola sobresalir en sus diferentes dimensiones.

## **2.2 BASES TEÓRICAS:**

### **2.2.1 ESPÍRITU EMPRENDEDOR:**

#### **2.2.1.1 DEFINICIÓN:**

**Aquije M. (2012)** Manifiesta que tener el espíritu emprendedor es llevar a cabo una idea contra viento y marea. El espíritu emprendedor por lo general nace con la persona, pero se puede ir formando en base a una educación de emprendimiento; este mecanismo puede servir a la persona de impulso o motivación para poder lograr todos sus objetivos aplicando factores internos como la actitud, la aptitud, el entusiasmo, la persistencia, el conocimiento, etc.

El espíritu emprendedor es la conexión directa con los factores internos de aquella persona que goza haciendo todo lo que le plazca sin tener barreras que sea obstáculos. Ese espíritu es el que aprendemos a desarrollar cuando nos conectamos con el gran deseo de emprender y buscamos la manera de hacerlo, no aceptando un “no” por respuesta,

esto quiere decir que no hay límites, que no hay barreras, que dificulten el emprendimiento por lograr retos que pueden satisfacer sus deseos de superación; como dice el dicho si cierra una puerta se abren nuevas oportunidades.

Se requiere de una gran determinación para renunciar, a una empresa, a una estabilidad económica que ofrece un empleo y aventurarse como emprendedor. Es propio de todo negocio que al momento de emprender no se va a obtener resultados positivos o una rentabilidad superior esto no se da de esta forma; es un proceso donde se va adquiriendo experiencia, reconocimiento, conocimiento, aprendizaje, valores, confianza; estos aspectos en su madurez permiten que el emprendimiento alcance sus frutos.

El espíritu emprendedor es aquel que te esfuerza y que siempre te levanta más temprano. No te deja de susurrar al oído que puedes hacer mejor tu trabajo; esta característica propia de la persona es la que te motiva, te impulsa, te genera nuevas ideas, formas, deseos y ganas de seguir adelante fortaleciendo tus conocimientos para demostrar que el espíritu emprendedor más allá de estudios también es importante demostrar lo que tenemos dentro de nosotros quizás eso no se enseña, pero si nace.

#### **2.2.1.2 EMPRENDER:**

**Alcaraz R. (2011)** Detalla que emprender es un término que tiene múltiples acepciones, según el contexto en que se le emplee será la connotación que se le adjudique. En el ámbito de los negocios el emprendedor es un empresario, es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro.

Emprender es un vocablo que denota un perfil, un conjunto de características que hacen actuar a una persona.

Es necesario indicar que el término emprendedor puede tener muchos significados y de estos pueden derivar en la persona a actuar dependiendo del momento, de una circunstancia, de los procesos a seguir, del objetivo que se plantea, del estado de ánimo del emprendedor, de la oportunidad seleccionada y de sus fortalezas asumidas.

▪ **Características del Emprendedor:**

Se dice que: los emprendedores poseen una serie de características propias que los separa del resto de otras personas; estas características están relacionadas con:

**Factores motivacionales:**

- Necesidad de logro
- Necesidad de reconocimiento
- Necesidad de desarrollo personal
- Percepción del beneficio económico
- Baja necesidad de poder y estatus
- Necesidad de independencia
- Necesidad de afiliación o ayuda a los demás
- Necesidad de escape, refugio o subsistencia

**Cualidades personales:**

- Iniciativa personal
- Capacidad de decisión
- Aceptación de riesgos moderados
- Orientación hacia la oportunidad
- Estabilidad emocional/autocontrol
- Orientación hacia metas específicas
- Tolerancia a la ambigüedad/incertidumbre
- Posee sentido de urgencia/tiempo valioso

- Honestidad/integridad y confianza
- Perseverancia/constancia

**Aspectos Físicos:**

- Energía
- Trabajo con ahínco

**Particularidades Intelectuales:**

- Versatilidad/flexibilidad
- Creatividad/imaginación/innovación
- Búsqueda de la verdad e información
- Planificación y seguimiento sistemático
- Capacidad para analizar el ambiente
- Visión comprensiva de los problemas
- Capacidad para solucionar problemas
- Planificación con límites de tiempo

**Competencias Generales:**

- Liderazgo
- Orientación al cliente
- Capacidad para conseguir recursos
- Gerente de recursos
- Patrón de factores de producción
- Exige eficiencia y calidad
- Dirección y gestión de la empresa
- Red de contacto
- Comunicación

**2.2.1.3 CULTURA EMPRENDEDORA:**

**Aquije M. (2012)** Señala que el ser humano es un ser social. Entonces el emprendimiento es colectivo, es cultura y es comunitario, pues, si bien se desarrolla sobre la base de los parámetros de cada persona, esta, a su vez, es un ente



social. Las personas deben socializar entre sí, esto le facilitara adoptar nuevos enfoques a sus objetivos.

El hombre es el artífice de la innovación, de la cultura, del progreso, de la invención, del desarrollo, del bienestar y de la superación. Es por ello que todos podemos ser buenos emprendedores, hasta de nuestras propias vidas, ahora imaginar ese camino de nuestras vidas a nuestro emprender por demostrar que si podemos construir algo y lo podemos transformar en algo superior depende exclusivamente de cada persona.

El emprendimiento es el mejor comino para crecer económica y culturalmente, para ser independientes y para tener una calidad de vida buena y acorde con nuestras expectativas. Pero conseguir esta calidad de vida se debe primero planificarlo, conducirlo, alcanzarlo y sostenerlo de otra forma nuestra calidad de vida no tendrá un sustento, caso contrario de cumplir esos cuatro aspectos nuestra calidad de vida se va a ver afectada convirtiéndose en una frustración.

Asimismo, la cultura emprendedora es el conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas que un grupo de personas tiene frente al emprendimiento:

La persona que carece de cultura tiene limitaciones en su emprendimiento; quiere decir que esos factores internos no basta para emprender, es necesario aplicar valores que enseñen a otros, es necesario saber de las creencias porque estas son parte de nuestra sociedad, es necesario apostar por una ideología que se convierta en un plan, es necesario demostrar hábitos que sean de admirar, es necesario conocer de nuestras costumbres para no estar aislados y es necesario aplicar normas que permitan una convivencia sin

afectarse ni afectar a los demás. Entonces una cultura emprendedora engloba todos estos aspectos.

El hecho de desarrollar una cultura emprendedora ya es un compromiso con nosotros, porque somos nosotros los que hacemos la cultura. La cultura emprendedora es un concepto muy dinámico relacionado con los procesos de transformación del pensamiento del emprendimiento social.

Esto quiere decir que el espíritu emprendedor debe formar parte de nosotros y asumirlo con total responsabilidad en nuestros actos y acciones porque de ello dependerá nuestra cultura emprendedora; un aspecto fundamental que fortalece la cultura emprendedora es el cambio de pensar que las cosas no se obtienen a la primera, es necesario trabajarlo para obtenerlo, es el cambio de pensar que alcanzar un objetivo no es fácil pero si se planifica y se ejecuta siguiendo las estructuras el objetivo se conseguirá en el tiempo y este dependerá del tamaño del objetivo propuesto.

Es muy lamentable que nuestro sistema educativo y, en general el social continúe enfocándose en la formación de empleados y no de empresarios. Se debe reformular este sistema, para que las personas puedan emprender sus propias empresas o negocios, pero dependerá del apoyo que las organizaciones del estado puedan ofrecer; en este caso recursos económicos o financieros, asesorías de negocios, recursos para exportar e importar, convenios con mercados, en fin, entre otros recursos.

El emprendimiento es un acto social y justamente esto quiere decir que todos indicadores se deben involucrar, los emprendedores como las instituciones que dependen del

estado; esto beneficiará a la imagen del país y nos verán como un país emprendedor.

#### **2.2.2.4 EMPRENDER PARA SERVIR:**

**Fernández S. y Samsó R. (2019)** Ambos manifiestan que muchos de los emprendedores piensan en un proyecto o empresa solo para ganar dinero. Ganar dinero es muy imprescindible, pero estar en un proyecto solo por el dinero que se puede llegar a ganar, nos parece pedirle muy poco a la vida. No hay por qué elegir entre ganar dinero o hacer lo que te gusta; se pueden hacer las dos cosas a la vez.

Es recomendable apostar por ambas condiciones, es decir, apostar por un proyecto empresarial y a la vez por obtener dinero; el ser humano debe aplicar su juicio y razón para poder administrar un proyecto y lograr su rentabilidad que viene hacer la forma de obtener dinero. Es lo ideal trabajar, gestionar y proyectar lo que uno quiere conseguir y mantenerlo, de esta manera se pone en la práctica ambas condiciones.

Se puede preguntar antes de un emprendimiento ¿qué emprendes? si sabes para que emprendes, tus posibilidades de gozar de éxito se disparan. Es decir, si lo que quieres alcanzar lo deberás hacer en base a una planificación donde se señale que medios y herramientas utilizaras para poder alcanzar el éxito y de esta manera podrás sentirse satisfecho y predispuesto a proponerte nuevos objetivos.

Para conseguir el éxito como buen emprendedor es necesario que tengas claridad a la pregunta ¿para qué emprendes? Una vez que tengas esa claridad al respecto pregúntate ¿cómo vas a lograr ganar el dinero? Nosotros

emprendemos para solucionar un problema o aprovechar una oportunidad, para mejorar el mundo en el que vivimos, para ofrecer algo para la vida; se emprende para aperturar un negocio de servicio o de productos o emprender un negocio digital con el único objetivo de satisfacer a otras personas, y a cuantas más personas hagas feliz o sirvas, mejor te irá en tu negocio.

Hay dos tipos de éxito: exterior y el interior. Ahora nos referimos al éxito que se puede ver, al exterior, porque el interior, el que experimentan aquellos que hacen lo que su corazón les dicta, lo tienen desde el primer día. Es el éxito antes del éxito. La consecuencia forzosa de adoptar el hábito de poner a los otros primero y de emprender para que otras personas resulten beneficiadas es que al final nos acaba yendo mejor. La vida es muy generosa con los generosos. Aprende a hacer bien el bien y te acabará por ir muy bien.

En definitiva, emprendemos porque pensamos que las cosas podrían ser de otra manera. La consecuencia de ello es que la vida terminará por ofrecernos oportunidades para vivir de ello de una forma casi mágica, siempre que estemos dispuestos a aprender lo que necesitamos. La vida exige de ti que observes, y te observes, y pienses cómo puedes contribuir a dicho proyecto. Eso es emprender: desarrollar talentos para ponerlos al servicio de una idea mayor que nosotros. Tres ideas poderosas:

- emprender solo para ganar dinero es pedirle poco o nada a la vida.
- emprender sin saber cómo ganarás dinero implica un fracaso asegurarlo.

- Emprender es una forma o medio de contribuir al proyecto colectivo llamado vida.

#### **2.2.1.5 TIPOS DE EMPRENDEDORES:**

**Alcaraz R. (2011)** En su argumento divide a los emprendedores en cinco tipos de personalidades, el autor señala a continuación:

- **El emprendedor administrativo:**

Este tipo de emprendedor debe aplicar los conceptos propios de la administración, es decir debe planificar lo que se quiere alcanzar, organizar los recursos de la empresa, dirigir que se cumpla lo planificado y controlar que todo siga un mismo camino.

- **El emprendedor oportunista:**

Este emprendedor siempre está atento a las novedades que se presentan en el mercado, todo lo nuevo para él significa una nueva oportunidad para emprender; es necesario que investigue antes de emprender.

- **El emprendedor adquisitivo:**

Es la persona que siempre está innovando su negocio, lo cual le permite mantenerse en el mercado, este tipo de emprendedor busca aquella que le puede servir es decir es un investigador de otros mercados.

- **El emprendedor incubador:**

El emprendedor incubador es aquel que crea novedades, o también se conoce como unidades; es una persona que de las oportunidades que aparecen, en las crea a su propia manera convirtiendo en algo novedoso.

- **El emprendedor imitador:**

Este tipo de emprendedor pone en práctica sus ideas y creatividad para convertir algo que ya existe como novedad en algo nuevo, incorporando otros valores dándoles mayor prestancia a los clientes.

El emprendedor es aquella persona que posee aspectos básicos en psicología, las cuales, como en todo ser humano, son tres: necesidades de logro, necesidad de afiliación y necesidad de poder, Además, se mencionan algunas más que podrían estar consideradas en las anteriores: necesidades de independencia y autonomía, necesidad de dominio de su medio y necesidad de crear. Existen otras formas de poder clasificar a los emprendedores:

**Según la razón por la que emprenden:**

- Por saber aprovechar una nueva oportunidad, es decir, porque encontraron una necesidad insatisfecha de un mercado desatendido, o porque han generado una buena idea y desean desarrollarla para hacerla realidad.
- Por una necesidad o porque el emprendedor se encuentra en una situación muy difícil, es el caso si está sin trabajo, o porque ha decidido en emprender solo y requiere procurarse algún ingreso económico.

**Según el tipo de empresa que desarrollan:**

- El emprendedor social busca por medio de su creatividad, entusiasmo y trabajo, producir una transformación social en beneficio de un sector de consumidores, en general lo hace sin beneficiarse.

- El emprendedor que busca darse a conocer en un lugar determinado y ser modelo para otros con características emprendedoras; por ejemplo, en las artes, el deporte o la política.
- Si el individuo emprende dentro de una organización que no es la suya se le llama emprendedor interno y si lo hace en su negocio con fines de lucro es un emprendedor externo, puede comenzar desde sin nada, adquirir un negocio ya existente o comprar una franquicia, fabricar nuevos bienes, ofrecer servicios novedosos o sólo comercializar de forma distinta.

#### **2.2.1.6 ETAPAS DE LOS EMPRENDEDORES:**

**Aquije M. (2012)** Expone en su concepto que entender el emprendimiento es parte de la gran tarea pendiente. Tú empiezas a emprender desde que concibes una idea, la meditas y la analizas; pero eso no es todo lo que debes hacer con ella: debes comprender que el proceso de emprendimiento de tu idea tiene varias etapas y que eres el único que decides hasta donde llegar con tus acciones, según tus capacidades.

##### **A. Concepción:**

Este apartado depende de aquella oportunidad que el emprendedor haya detectado, se debe investigar los posibles resultados que puede ofrecer la oportunidad, es necesario medir la formulación de la idea a implantar como hasta los posibles riesgos. Cuando se abre un negocio se sabe que vas a perder algo, que vas a modificar algo, pero vas a ganar mucho si lo que has planificado lo ejecutas.

## **B. Planificación:**

Esta etapa hace referencia a los recursos del negocio y ello a su planificación; todo plan se puede reestructurar en el camino, pero sin salirse de su esencia; es necesario planificar procesos para empezar a gestionar una empresa, que empezar a gestionar una empresa sin ningún plan esto último conllevara al fracaso. Se considera en una planificación los procesos que se desarrollaran en todas las áreas de la empresa, no se debe dejar de lado nada así sea algo que para uno signifique imprescindible.

## **C. Rentabilidad:**

En este punto ya está operativa la empresa y todo depende de su aceptación de su entorno, es decir el mercado, los clientes, los proveedores, los productores, etc., para poder alcanzar su permanencia. Para que esto suceda se debe seguir todo lo consignado en la planificación. Si la empresa consigue posicionarse en el mercado esta será rentable y la empresa podrá mantenerse, desarrollarse y planificar nuevos objetivos.

## **D. Crecimiento:**

Todo mercado ofrece oportunidades sin barreras para emprender. Pero es necesario investigar, analizar, planificar, estudiar a los clientes, aplicar estrategias, entre otros indicadores para determinar qué oportunidad es favorable para nuestros productos o servicios. No solo basta con ser minucioso en la oportunidad seleccionada, también hay que hacer lo propio con el recurso financiero. Todo crecimiento requiere mayor gasto y presupuesto.



### **E. Madurez:**

En esta etapa la empresa es líder en el mercado, cuando los productos o servicios son reconocidos por los clientes y cuando estos son muy requeridos en el mercado. En la madurez la empresa puede incluir valor agregado para fortalecer no solo al producto o servicio, si no también a la marca de la empresa, este valor agregado se convierte en una estrategia para que la empresa pueda apostar en una expansión.

## **2.2.2 COMERCIO INTERNACIONAL:**

### **2.2.2.1 DEFINICIÓN:**

**Cornejo E. (2015)** Señala en términos muy sencillos, al comercio internacional como "(...) el intercambio de bienes y servicios entre residentes de diferentes países". Proceso en la cual se tiene que preparar las herramientas y estrategias adecuadas para poder lograr un intercambio efectivo, buscar que ambas partes se sientan satisfechas.

También se definen al comercio internacional como: "el intercambio de bienes, servicios y capital entre los diferentes países". "el proceso por el que los países importan y también exportan bienes, como servicios y capital financiero" y "el intercambio de los bienes de capital y de consumo, así como de los servicios". Estas definiciones llegan a una conclusión propia con el único objetivo de buscar un desarrollo que se logre bajo normas y políticas que avalen este proceso de intercambio entre países que lo requieren.

Se considera tres aspectos del comercio internacional que surgen al evaluar su alcance:

- **El Comercio de Doble Vía:**

La primera reflexión importante es que el proceso del comercio internacional es de doble vía. Efectivamente, la esencia misma del comercio internacional se predispone que para poder vender hay también que también comprar. Existe un panorama general de los países a exportar más de lo que importan, para lograr un superávit en su balanza comercial.

- **La Importancia de los Servicios:**

La segunda reflexión analiza que esta no se refiere solo al intercambio de bienes tangibles sino también al de servicios intangibles. Esto resulta acertado si se tiene en cuenta que es importante el valor de servicios como los seguros, turismo, comunicaciones, servicios financieros, transporte, etc.

- **El Criterio de Residencia:**

La tercera reflexión es en cuanto al comercio internacional y su relación la “residencia” de los agentes económicos que participan en el comercio internacional. Cuando se menciona el término “residentes” se incluye tanto a las personas con negocios como a las empresas.

#### **2.2.2.2 LA IMPORTANCIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL:**

**Cornejo E. (2015)** En su posición señala que si se realiza una encuesta rápida y preguntamos si el comercio internacional es importante, encontraremos una respuesta positiva. Pero: ¿cuál es la debida importancia del comercio internacional para un país?, ¿se trata solo de un intercambio por dinero y el crecimiento económico de una empresa?; las opiniones de economistas inmersos en el comercio

destacan, que la importancia del comercio internacional se puede comparar con el papel de las guerras por ampliar dominio, por fortalecer su poder y hasta de trascender.

Desde el punto de vista moral, los efectos del comercio internacional son importantes como sus propias ventajas económicas porque en la actualidad depende de esas ventajas el progreso humano que es el valor significativo que tienen las naciones en sus formas de pensar y de actuar de aquellas naciones con amplio desarrollo.

No hay nación alguna que no se beneficie del comercio internacional, al confrontar sus propias ideas, costumbres y formas de producción con las de otra que se encuentren en posiciones diferentes. Lo que el comercio internacional pueda proponer a una nación dependerá del manejo de esas ventajas económicas que deben beneficiar a todo un país y no a una parte de un país.

Hay una primera ventaja que resulta de la participación en el comercio internacional estas suponen un intercambio y fortalecimiento de una cultura, pero lo fundamental son las ventajas económicas del comercio internacional. Existen cuatro razones importantes:

- Permite incrementar la cantidad y mejorar la calidad del consumo en relación a lo que podría lograrse solamente con la producción y la tecnología doméstica.
- Se aprovechan, de manera óptima, las ventajas de la especialización.
- Se facilita una más rápida difusión y aprendizaje del proceso de innovación tecnológica.
- Se pueden crear y desarrollar estrategias para lograr un liderazgo competitivo.

### **2.2.2.3 DESARROLLO DE VENTAJAS COMPETITIVAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL:**

**Cornejo E. (2015)** Manifiesta la cuarta razón por la que el comercio internacional es vital para un país, es que le permite crear y desarrollar sus ventajas competitivas. Para comprender este concepto, debemos revisar lo que significa la ventaja absoluta y la ventaja comparativa.

#### **- La Ventaja Absoluta:**

Adam Smith trató de responder a la pregunta: ¿por qué algunos países se especializan en algunos productos y no en otros?, sostuvo que con el libre comercio cada país generaría una especialización en su propia producción de bienes en los cuales tenía ventaja absoluta e importar aquellos otros en los que tuviera una desventaja absoluta. Lo que para algunos países unos bienes son muy buenos para exportar, hay otros bienes que requieren ser importados porque en el país propio no hay producción y si la hay no es de calidad.

#### **- La Ventaja Comparativa:**

La teoría de la “Ventaja Comparativa” se le atribuye a David Ricardo, demostró que el comercio internacional es mutuamente beneficioso cuando solamente existe una ventaja comparativa, es decir que hace al comercio más importante o la diferencia por conceptos o principios que se pueden medir en producción, en la calidad, en normas de exportación, en libres tratados de comercio, en el desarrollo industrial; en fin, son aspectos que marcan la diferencia entre países.

#### 2.2.2.4 EL COMERCIO INTERNACIONAL Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICO:

**Cornejo E. (2015)** Señala cuatro razones por las que conviene a un país participar en el comercio internacional buscando se crecimiento económico y expandir sus bienes a otros países que lo requieren:

- Permite aumentar la capacidad y la calidad del consumo.
- Aprovechamiento de las ventajas de la especialización.
- Facilita el conocimiento de innovación y tecnológica.
- Permite formular nuevas ventajas competitivas.

El comercio internacional no es valioso por estas cuatro razones, cuando nos referimos al comercio internacional, no estamos hablando solo en términos de mayor o menor exportación o importación de bienes o servicios, estamos determinando en el papel que juega dentro de las políticas de crecimiento económico y en el desarrollo de un país.

Precisamente, las experiencias de todos los países considerados “exitosos” en sus estrategias de desarrollo en Asia, en Europa y en América, revelan la significativa importancia que le han dado a su participación competitiva en el comercio internacional. Es muy importante seguir a estos países buscan ser exitosos formulando nuevas y mejores ventajas o estrategias que vayan de acuerdo con nuestra realidad social, política y económica.

Existe, en consecuencia, una relación e interactuante entre el comercio internacional y el crecimiento económico: el primero favorece al logro de un crecimiento sostenido en el tiempo; el segundo permite un marco más estable para

continuar mejorando la productividad, la calidad, el servicio, la tecnología, el transporte, las condiciones de exportación como las de importación, hasta se puede señalar las políticas de estado para mejorar el comercio internacional.

Es bueno reflexionar en el sentido que el comercio internacional de bienes y servicios es básico para el mantenimiento del equilibrio en el sector externo y que las exportaciones se constituyen, en el mediano y largo plazo, en la fuente sana y permanente de generación de divisas para un país.

#### **2.2.2.5 LA EMPRESA Y LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES:**

##### **MINCETUR Programa Educativo Exportador (2014).**

Un país con mucho que ofrecer; el Perú tiene un potencial exportador admirable, y para hacerlo cada vez más tangible es necesaria una solvente formación profesional en la cadena de Negocios Internacionales que permita al futuro gerente tener una amplia capacidad negociadora en el ámbito internacional.

¿Cómo? Pues dominando aspectos culturales, legales, logísticos y, sobre todo, sabiendo a fondo las cualidades del producto que llevamos al mercado internacional. Muchas veces existe el temor de llevar un producto a un determinado mercado porque se cree que, al no ser de consumo habitual en esa región, no tendrá éxito. Craso error: el comercio internacional nos permite conocer estrategias que coloquen y desarrollen nuevos productos en diversos mercados, de tal manera que cambiemos las costumbres de consumo hacia lo que nosotros ofrecemos. Si esto no fuera cierto, entonces nunca los japoneses habrían consumido tanta uña de gato, o

los argentinos no tomarían pisco y, menos aún los canadienses hubieran aprendido a comer tacos con cecina.

Una empresa comercializa sus productos en el exterior por diferentes razones. Algunas empresas lo hacen porque es una forma de ampliar los mercados en los que pueden colocar sus productos; otras, porque descubren que sus productos son interesantes para públicos diferentes a los que inicialmente pensaban atender e incluso pueden pasar que una empresa se lance a otros mercados como parte de una estrategia de largo plazo que ha sido pensada y diseñada con mucha antelación.

### **¿Qué Requisitos se Necesitan para Exportar?**

Las empresas exportadoras varían en tamaño, y esa no es una condición para poder exportar con éxito. Hay microempresas que cuentan con pocos trabajadores y capital pequeño, que son exitosas en este campo. También, las hay muy grandes, con muchos trabajadores y grandes inversiones. Entonces, ¿Qué características tienen las empresas que deciden exportar? Podemos afirmar que las condiciones básicas para que una empresa pueda realizar ventas en el exterior son cuatro:

- Ofrecer productos de buena calidad que puede satisfacer las necesidades de los clientes.
- Poder ofrecer el servicio de venta cuando sea requerido.
- Tener la capacidad de ofertar un precio competitivo para el mercado al que se dirige.
- Contar con la capacidad de producción del volumen solicitado por el importador.

Por otro lado, las características de las empresas exportadoras con éxito son:

- **Eficiencia:**  
Realizan una mejor utilización de los recursos.
- **Investigación:**  
Se diferencia por dedicar más recursos a la investigación y desarrollo.
- **Innovación:**  
Innovan en si producto, proceso, gestión comercial o gestión empresarial.
- **Adaptación al Entorno:**  
Flexibilidad y adaptación rápida a los cambios que se dan en los mercados.
- **Visión Global:**  
Permite obtener ventajas para competir con otras empresas porque se tiene la visión de varios mercados a la vez.

#### **2.2.2.6 ACTORES Y VARIABLES QUE PARTICIPAN EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES:**

##### **MINCETUR Programa Educativo Exportador (2014).**

Los negocios internacionales suponen la interacción de varios actores. Algunos de ellos lo hacen desde la función de producción o de consumo; otros, desde su papel regular o supervisor.

- **El Estado:**  
Como promotor de políticas públicas que faciliten la inserción de las empresas en el mundo, brinda el soporte que permite a las empresas desarrollarse, sin perder de vista la estructura de su política comercial externa en la generación de un modelo nacional exportador. Por otro lado, debe diseñar políticas orientadas al desarrollo y formalización de las empresas; así, impulsa el desarrollo



económico. Finalmente, debe generar las condiciones necesarias para la libre competencia interna e internacional haciendo que haya reglas claras y que estas se cumplan.

- **Los Empresarios:**

Son agentes de sus empresas y, por ello, deben idear estrategias para incursionar en los mercados internacionales de manera tal que sustenten el crecimiento de la empresa y aumente su rentabilidad. También, tienen un rol emprendedor y deben esforzarse por ser eficiente y desarrollar su capacidad de competir a escala mundial.

- **Las Empresas:**

Son todas las organizaciones con la finalidad de producir o comercializar un producto o servicio. Al incursionar y competir en los mercados internacionales, pueden adoptar una estrategia para competir buscando eficiencia, calidad, innovación y capacidad de satisfacer al cliente. Deben tener en cuenta factores determinantes; entre ellos, la calidad, la responsabilidad con los clientes, una visión de mejora continua, la capacidad de innovación, el posicionamiento a largo plazo de marcas en el exterior y el aprovechamiento de los acuerdos internacionales.

- **Sector Académico:**

Academia es un término que identifica a muy diferentes instituciones culturales y educativas. Disciplinas académicas es la denominación que se da a los distintos campos del saber que se investigan y enseñan en el ámbito educativo.

## 2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS:

- **ACCIÓN:**  
Capacidad esencial de los líderes asociada a la actividad, actitud proactiva, voluntad para la ejecución y realización en la práctica de actividades.
  
- **ACTITUD:**  
Disposición de ánimo del líder, predisposición positiva a la acción y consecución del logro. Actitud de acción, actitud de escucha, actitud de colaboración, actitud optimista.
  
- **ADMINISTRAR:**  
Realización actos mediante los cuales se orienta el aprovechamiento de los recursos materiales, humanos, financieros y técnicos de una organización, hacia el cumplimiento de los objetivos institucionales.
  
- **ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS:**  
Sistema que permite desarrollar las potencialidades de los trabajadores para que así puedan obtener la máxima satisfacción en su trabajo, dar lo mejor de sus esfuerzos a la organización.
  
- **ALIANZAS:**  
Conjunto de pactos y compromisos que el líder genera en torno a él y la organización para cumplir la misión de la organización. Toda alianza está referido a un crecimiento empresarial.
  
- **ANÁLISIS:**  
Capacidad de los líderes para el estudio pormenorizado de la realidad en el que se apoya la toma de decisiones. El análisis puede ser cuantitativo y cualitativo; dependiendo del análisis se puede tomar decisiones que beneficien a una persona u organización.

- **ANÁLISIS DE PUESTO:**  
Estudio de la complejidad del puesto en sus partes que lo conforman, y de las características que una persona debe cumplir para desarrollarlo normalmente.
  
- **AUTOCONFIANZA:**  
Capacidad de los líderes para desarrollar convicción personal y creencia firme en la consecución de un logro, fin o meta. La persona busca autoconfianza para superar sus errores.
  
- **AUTONOMÍA:**  
Capacidad de autodeterminación o de toma de decisiones, con plenitud de conciencia, desde el conocimiento y control de sí mismo como fundamento de compromiso y responsabilidad.
  
- **CAPACITAR:**  
Preparar al personal para cierto tipo de comportamiento o conducta laboral, y brindar instrucción especializada y práctica sobre los diferentes procedimientos de trabajo.
  
- **COMERCIO:**  
El comercio consiste en el intercambio de bienes y servicios entre varias partes a cambio de bienes y servicios diferentes de igual valor o a cambio de dinero.
  
- **COMERCIO INTERNACIONAL:**  
El comercio es una actividad económica casi tan vieja como la humanidad, que se viene desarrollando a lo largo y ancho del planeta desde la noche de los tiempos.

- **DECISIÓN:**  
Capacidad de determinación que tiene un líder para delegar a cabo un proyecto o iniciativa incluso cuando ésta entraña riesgo y es de dudosa realización, firmeza de carácter.
  
- **DELEGACIÓN:**  
Acto bilateral que permite conferir a un colaborador el encargo de realizar un trabajo, concediéndole la autoridad y libertad necesarias, pero conservando siempre la responsabilidad final de los resultados.
  
- **DESTREZA:**  
Pericia manual que se requiere para ejecutar trabajos que se realizan básicamente con las manos y que exigen la coordinación sensorial motora.
  
- **EMPRENDEDOR:**  
Se denomina emprendedor aquella persona que sabe descubrir, identificar una oportunidad de negocios en concreto y entonces se dispondrá a organizar o conseguir los recursos necesarios para comenzarla y más luego llevarla a buen puerto.
  
- **EMPRENDIMIENTO:**  
El emprendimiento es un término últimamente muy utilizado en todo el mundo. Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta.
  
- **EMPRESA:**  
Una empresa es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales. Toda empresa es una entidad que se relaciona con la sociedad y la población; de ellos depende la sostenibilidad y rentabilidad económica.

- **FIDELIZAR:**  
Capacidad del líder para conseguir que las personas de la organización, equipo y seguidores permanezcan unidas en torno a la visión y misión compartidas.
  
- **GESTIONAR:**  
Capacidad del líder para administrar y dirigir las actuaciones del equipo, organización y seguidores para la consecución del logro. La gestión incluye los aspectos de dirección de equipos humanos, coordinación, negociación, trabajo sobre las emociones y estados de ánimo.
  
- **HABILIDAD:**  
La habilidad es la aptitud innata, talento, destreza o capacidad que ostenta una persona para llevar a cabo y por supuesto con éxito, determinada actividad, trabajo u oficio.
  
- **INFLUENCIA:**  
Capacidad de los líderes para ejercer autoridad y predisponer a la acción a sus seguidores, equipo u organización. Los líderes a través de su acción y compromiso generan este vínculo con las personas, constituyendo uno de los rasgos más poderosos del liderazgo.
  
- **LÍDER:**  
Hace referencia a conducir, guiar, dirigir, dirigente o jefe. Un líder es el individuo de un grupo que ejerce una mayor influencia en los demás, se le considera jefe u orientador.
  
- **MOTIVACIÓN:**  
La motivación puede definirse como «el señalamiento o énfasis que se descubre en una persona hacia un determinado medio de satisfacer una necesidad.

- **ORGANIZACIÓN:**  
Las organizaciones son estructuras administrativas creadas para lograr metas u objetivos por medio de los organismos humanos o de la gestión del talento humano y de otro tipo.
  
- **OPERACIONES:**  
Cuando hablamos de operaciones nos referimos a ejecuciones o maniobras metódicas y sistemáticas sobre cuerpos, números, datos, etcétera, para lograr un determinado fin.
  
- **PARADIGMA:**  
Capacidad del líder para desarrollar una forma de ver y establecer un patrón de comportamiento de una organización.
  
- **PLANIFICACIÓN:**  
La planificación cumple dos propósitos principales en las organizaciones: el protector y el afirmativo. El protector consiste en minimizar el riesgo y el afirmativo el logro de los objetivos.
  
- **PROCESO:**  
Significa progreso, avance, marchar, ir hacia un fin determinado. Por ende, proceso está definido como la sucesión de actos o acciones realizados con cierto orden.
  
- **RENDIMIENTO:**  
Refiere a la proporción que surge entre los medios empleados para obtener algo y el resultado que se consigue. El beneficio o el provecho que brinda algo o alguien también se conocen como rendimiento.

## 2.4 BASES HISTÓRICAS:

Si el concepto de emprendedor se relaciona con la del siglo XXI, es un error. El hombre ha buscado el cambio, la innovación y ha desarrollado sus oportunidades desde el inicio de los tiempos; y es que, desde que se inventó la primera rueda a la evolución de Internet, las personas de negocios han ido cambiando hasta convertirse, finalmente, en lo que hoy conocemos como un emprendedor de “social media”. Ya no somos primitivos, pero aún tenemos cosas en común con nuestros antepasados. Ni Galileo, ni Gutenberg, ni Edison el primer emprendedor de la historia fue un cavernícola. Estaremos de acuerdo, pero lo cierto es que aquel hombre del neolítico tuvo algo más que ingenio. Mientras sus compañeros de cueva dedicaban el tiempo a, por ejemplo, pintar animales en la pared y a cazar presas que llevaban de un sitio a otro en una especie de bandeja de piedras, el ingeniero del neolítico vio la necesidad de buscar otro método de transporte más efectivo e invento la rueda.

Esto mejora cuando llegamos al periodo de la Antigüedad Clásica. Primero nos ocupamos de los mercaderes fenicios que, sin duda, son pioneros en los negocios. Recorrieron el Mediterráneo y comercializaron el tinte de color púrpura imperial, un producto muy requerido en Grecia. Pero, por si fuera poco, los fenicios son considerados la primera civilización en utilizar el alfabeto y lo hicieron para dejar constancia de sus reuniones en etapas sobre estrategias comerciales.

Algo más tarde, le tocó el turno a Roma Clásica. Sus calles, repletas de comercios y mercados al aire libre, fueron el espacio elegido por los emprendedores romanos para ofrecer al público sus productos. Supieron, también, aprovechar las campañas militares para vender ropa y comida a los soldados o, dicho de otra forma, fueron capaces de buscar nuevos nichos de mercado.

## **2.5 BASES LEGALES:**

### **REGLAMENTO INTERNO TÍTULO I DEL COLEGIO CAPÍTULO ÚNICO PERSONA JURÍDICA, REPRESENTANTE LEGAL, NATURALEZA Y DOMICILIO**

#### **Artículo 1º** Persona Jurídica y Representante Legal

El Colegio de Licenciados de Administración – CLAD es una entidad autónoma con personería jurídica propia, representativa de los profesionales en administración del Perú con sede en la Ciudad de Lima. El Decano Nacional es el representante legal del CLAD

#### **Artículo 2º** Naturaleza del Colegio

El CLAD es ajeno a todo tipo de actividad político – partidarista y/o religioso y está impedido ejercer actividades distintas a sus fines y de adoptar formas de acción propias de la actividad sindical.

#### **Artículo 3º** DOMICILIO

El CLAD tiene su domicilio en la ciudad de Lima.

### **TITULO II DE LA ORGANIZACIÓN DEL CLAD DE LOS CONSEJOS DIRECTIVOS NACIONAL Y REGIONALES ATRIBUCIONES, SESIONES Y FUNCIONES DE LOS MIEMBROS DIRECTIVOS**

#### **CAPÍTULO I: DE LA ORGANIZACIÓN DEL CLAD**

#### **Artículo 4º** Órgano Supremo del CLAD y Colegios Regionales

El CLAD tiene como órgano supremo al Consejo Directivo Nacional – CDN y Este integrado por colegios regionales de Licenciados en Administración CORLAD.



**Artículo 5º** Órganos del Consejo Directivo Nacional y de los Colegios Regionales

Son órganos consultivos, de asesoramiento y electoral del CDN y de los Colegios Regionales:

- a. Consejo Consultivo
- b. Tribunal de Honor
- c. Comité Electoral Nacional o Regional, según corresponda

**Artículo 6º** Comisiones y Comités

El CDN y los CDR conformaran Comisiones o Comités para el mejor Cumplimiento de sus atribuciones y fines del Colegio conforme con las Necesidades y problemática propias.

**CAPÍTULO II: DE LOS CONSEJOS DIRECTIVOS NACIONAL Y REGIONAL**

**Artículo 7º** Cargos Directivos del CDN

Los cargos directivos que conforman en CDN son:

- Decano Nacional
- Primer Vice Decano Nacional
- Segundo Vice Decano Nacional
- Director Nacional de desarrollo y certificación profesional
- Director Nacional de Colegiación
- Director Nacional de formación y capítulos
- Director Nacional de Información Científica y Tecnológica
- Director Nacional de seguridad y bienestar social
- Director Nacional secretario
- Director Nacional de economía y finanzas
- Director Nacional de imagen institucional
- Un (01) delegado supernumerario por cada CORLAD

**CAPÍTULO III**  
**PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

**3.1 ANÁLISIS DE TABLAS Y FIGURA:**

**3.1.1 Respecto a las Variables de Estudio:**

El instrumento formulado (Cuestionario) en la investigación permitió obtener resultados respecto a las variables de estudio: El Espíritu Emprendedor y El Comercio Internacional. De esta forma la aplicación del instrumento se llevó a cabo de manera organizada tratando de reducir la subjetividad y evitar errores en la recogida de los datos para no perjudicar su interpretación. La escala de calificación para las variables de estudio se indica a continuación:

<b>ESCALA DE CALIFICACIÓN</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>
BUENO	11 – 15
REGULAR	06 - 10
MALO	01 – 05

En esta primera parte los resultados obtenidos del instrumento respecto a las variables de estudio se detallan a continuación:

**TABLA 4**

**RESULTADOS ANALIZADOS DE LAS VARIABLES DE ESTUDIO**

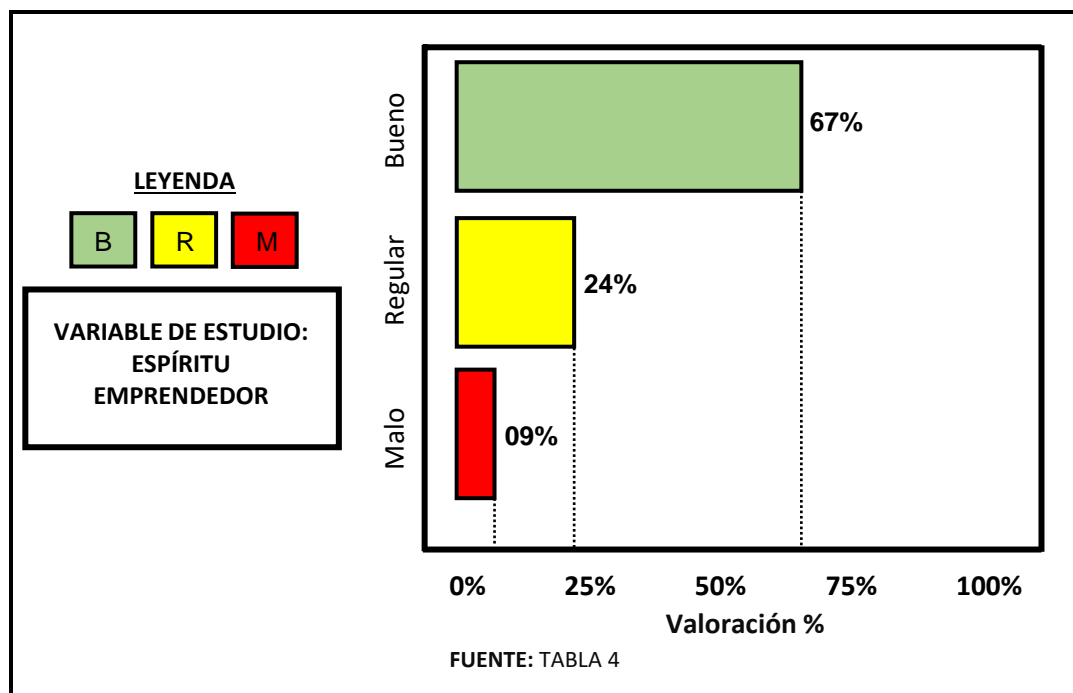
VARIABLES DE ESTUDIO					
VARIABLES		ESPÍRITU EMPRENDEDOR		COMERCIO INTERNACIONAL	
ESCALA DE CALIFICACIÓN	PUNTUACIÓN	TRABAJADORES	%	TRABAJADORES	%
BUENO	11 – 15	117	67%	84	48%
REGULAR	06 – 10	42	24%	57	33%
MALO	01 – 05	16	09%	34	19%
TOTAL		175	100%	175	100%
MEDIA ARITMÉTICA		10.88		9.43	
DESVIACIÓN ESTANDAR		13.98		21.48	

FUENTE: Aplicación del cuestionario.

**FIGURA 1**

**RESULTADO DE LA VARIABLE ESPÍRITU EMPRENDEDOR**

¿El espíritu emprendedor de los trabajadores de la empresa Sun Fruits, es?



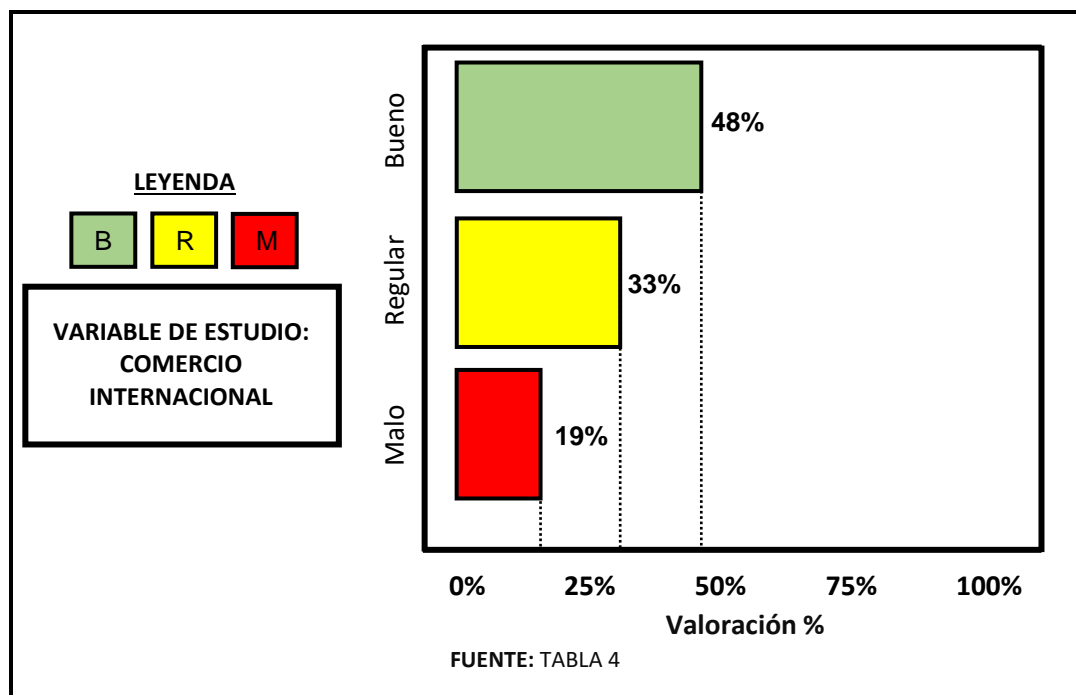
### INTERPRETACIÓN:

Tomando en cuenta los datos procesados correspondiente a la variable independiente: ESPÍRITU EMPRENDEDOR queda evidenciado que; el 09% que equivale a 16 trabajadores encuestados marcaron la alternativa malo, el 24% que equivale a 42 trabajadores encuestados marcaron la alternativa regular y por último el 67% que equivale a 117 trabajadores encuestados marcaron la alternativa bueno.

### FIGURA 2

#### RESULTADO DE LA VARIABLE COMERCIO INTERNACIONAL

¿El comercio internacional facilita la exportación de los productos de la empresa Sun Fruits?



### INTERPRETACIÓN:

Tomando en cuenta los datos procesados correspondiente a la variable dependiente: COMERCIO INTERNACIONAL queda evidenciado que; el 19% que equivale a 34 trabajadores encuestados marcaron la alternativa malo, el 33% que equivale a 57 trabajadores encuestados marcaron la alternativa regular y por último el 48% que equivale a 64 trabajadores encuestados marcaron la alternativa bueno.

### 3.1.2 Respetto a las Dimensiones de la Variable Independiente:

El instrumento formulado (Cuestionario) en la investigación permitió obtener resultados respecto a las dimensiones de la variable independiente que a continuación se detallan:

Dimensiones:

- Habilidades Sociales
- Actitudes
- Habilidades Cognitivas.

De esta forma la aplicación del instrumento se llevó a cabo de manera organizada tratando de reducir la subjetividad y evitar errores en la recogida de los datos para no perjudicar su interpretación.

La escala de calificación para las dimensiones e indicadores de la variable independiente se indica a continuación:

<b>ESCALA DE VALORACIÓN</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>
BUENO	11 – 15
REGULAR	06 - 10
MALO	01 – 05

**TABLA 5**

**RESULTADOS ANÁLIZADOS DE LA DIMENSIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE**

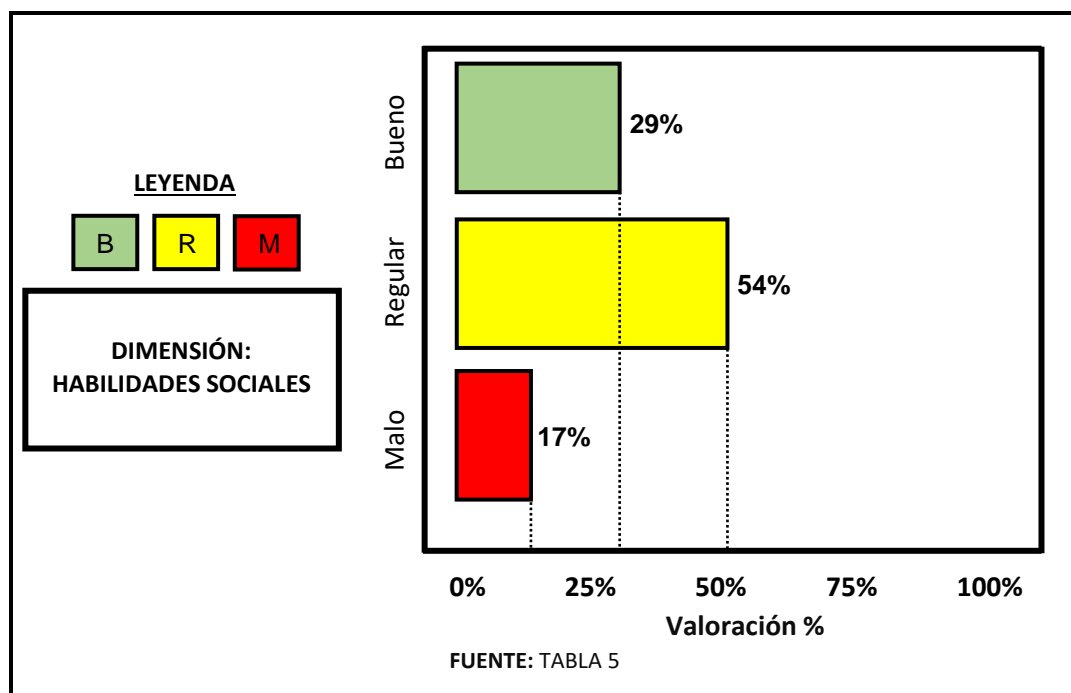
DIMENSIONES		HABILIDADES SOCIALES		ACTITUDES		HABILIDADES COGNITIVAS	
DESCRIPCIÓN		TRABAJADORES	%	TRABAJADORES	%	TRABAJADORES	%
ESCALA DE VALORACIÓN	PUNTUACIÓN						
<b>BUENO</b>	<b>11 – 15</b>	51	<b>29%</b>	38	<b>22%</b>	112	<b>64%</b>
<b>REGULAR</b>	<b>06 – 10</b>	94	<b>54%</b>	122	<b>70%</b>	36	<b>21%</b>
<b>MALO</b>	<b>01 – 05</b>	30	<b>17%</b>	15	<b>08%</b>	27	<b>15%</b>
<b>TOTAL</b>		<b>175</b>	<b>100%</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>
<b>MEDIA ARITMÉTICA</b>		<b>8.60</b>		<b>8.66</b>		<b>10.43</b>	
<b>DESVIACIÓN ESTANDAR</b>		<b>15.18</b>		<b>12.91</b>		<b>31.43</b>	

FUENTE: Aplicación del cuestionario.

**FIGURA 3**

**RESULTADO DE LA DIMENSIÓN HABILIDADES SOCIALES**

**¿Las habilidades sociales entre los trabajadores son compartidas de una manera?**



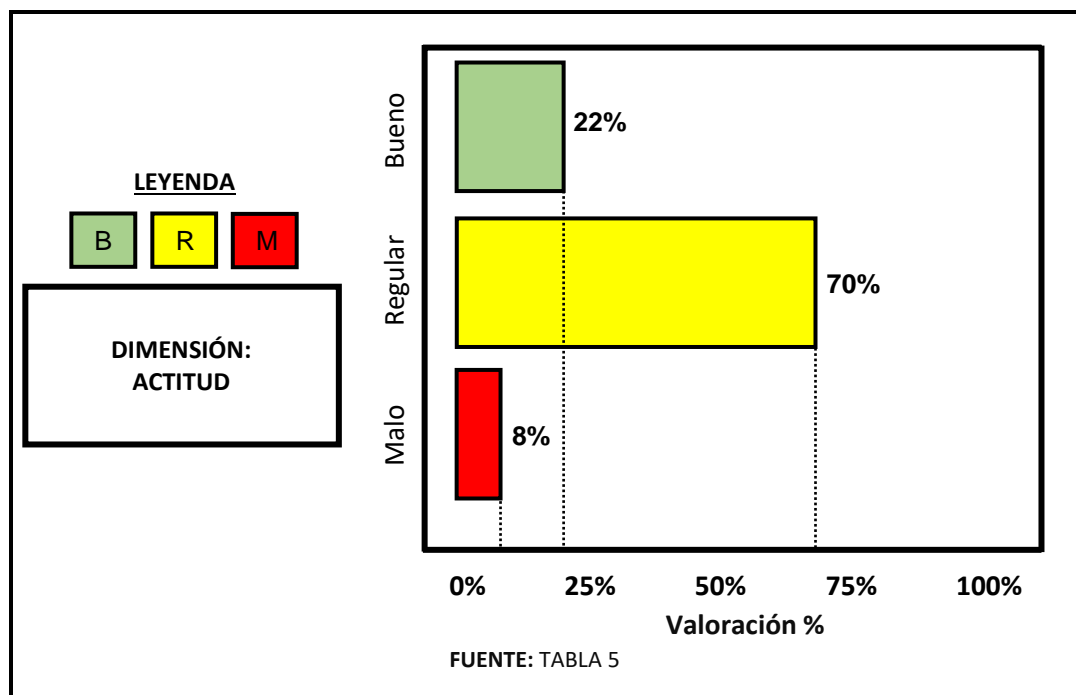
### INTERPRETACIÓN:

Tomando en cuenta los datos procesados correspondiente a la dimensión de la variable independiente: HABILIDADES SOCIALES queda evidenciado que; el 17% que equivale a 30 trabajadores marcaron la alternativa malo, el 54% que equivale a 94 trabajadores encuestados marcaron la alternativa regular y por último el 29% que equivale a 51 trabajadores encuestados marcaron la alternativa bueno.

### FIGURA 4

#### RESULTADO DE LA DIMENSIÓN ACTITUD

¿Las actitudes predispuestas por los trabajadores en sus actividades laborales, es?



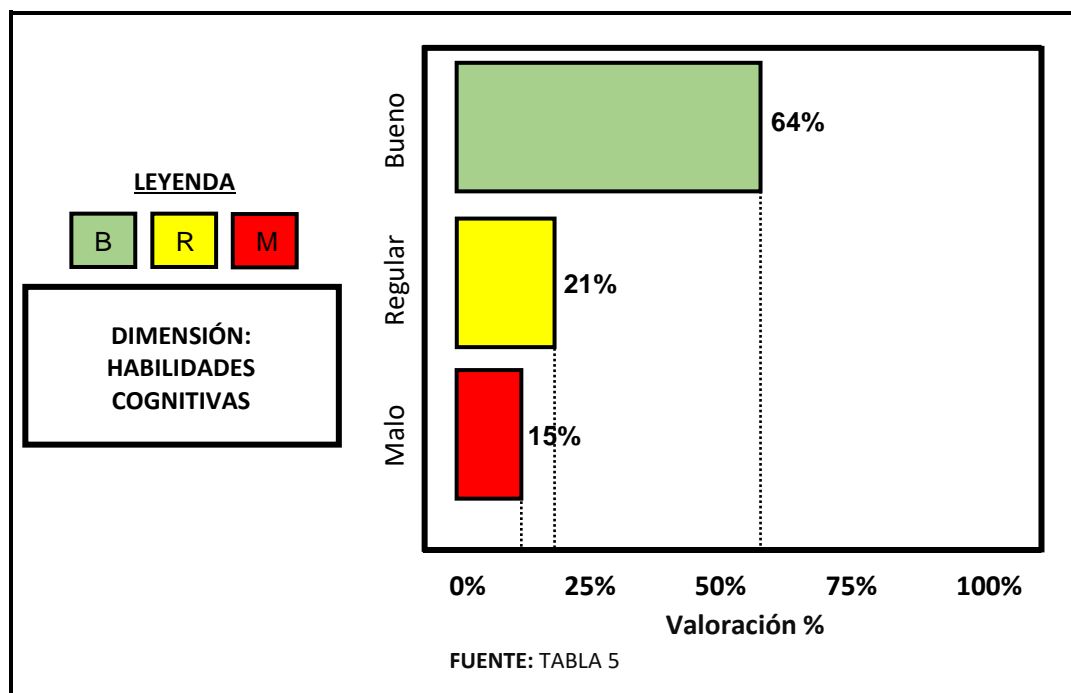
### INTERPRETACIÓN:

Tomando en cuenta los datos procesados correspondiente a la dimensión ACTITUD de la variable independiente donde queda evidenciado que; el 8% que equivale a 15 trabajadores marcaron la alternativa malo, el 70% que equivale a 122 trabajadores encuestados marcaron la alternativa regular y por último el 22% que equivale a 38 trabajadores encuestados marcaron la alternativa bueno.

**FIGURA 5**

**RESULTADO DE LA DIMENSIÓN HABILIDADES COGNITIVAS**

**¿Las habilidades cognitivas de los trabajadores para desarrollar sus actividades, es?**



**INTERPRETACIÓN:**

Tomando en cuenta los datos procesados correspondiente a la dimensión: HABILIDADES COGNITIVAS de la variable independiente donde queda evidenciado que; el 15% que equivale a 27 trabajadores marcaron la alternativa malo, el 21% que equivale a 36 trabajadores encuestados marcaron la alternativa regular y por último el 64% que equivale a 112 trabajadores encuestados marcaron la alternativa bueno.



### 3.1.3 Respeto a las Dimensiones de la Variable Dependiente:

El instrumento formulado (Cuestionario) en la investigación permitió obtener resultados respecto a las dimensiones de la variable dependiente que a continuación se detallan:

Dimensiones:

- Comercio de Doble Vía
- Ventajas de Especialización
- Crecimiento Económico

De esta forma la aplicación del instrumento se llevó a cabo de manera organizada tratando de reducir la subjetividad y evitar errores en la recogida de los datos para no perjudicar su interpretación.

La escala de calificación para las dimensiones e indicadores de la variable independiente se indica a continuación:

<b>ESCALA DE VALORACIÓN</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>
BUENO	11 - 15
REGULAR	06 - 10
MALO	01 - 05

**TABLA 6**  
**RESULTADOS ANALIZADOS DE LA DIMENSIÓN DE LA VARIABLE**  
**DEPENDIENTE**

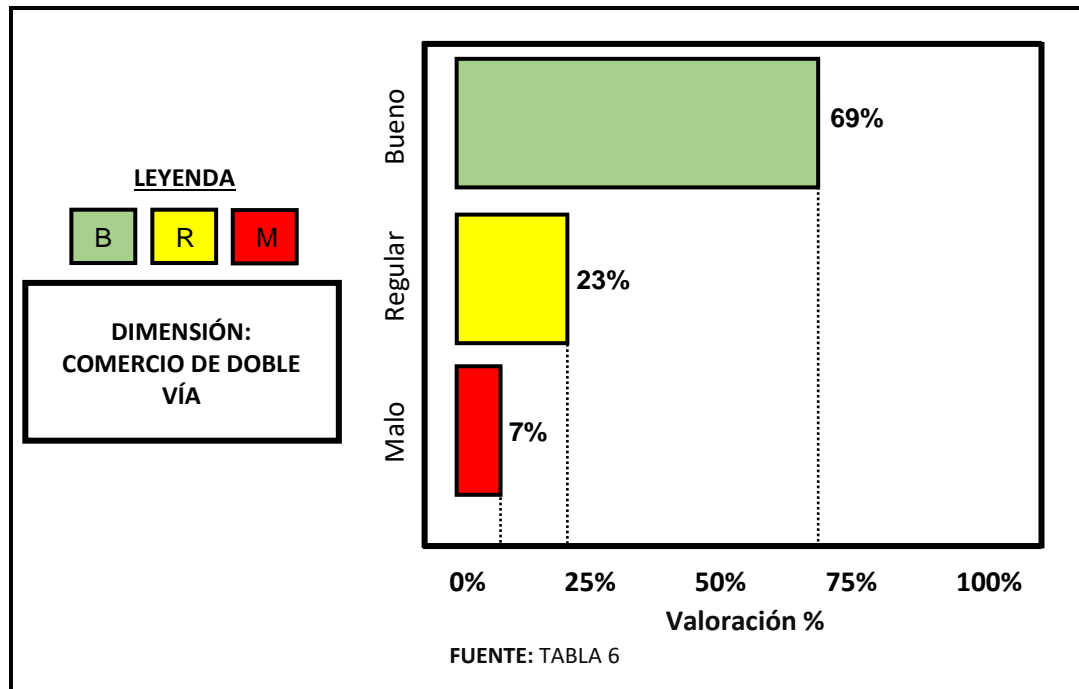
DIMENSIONES		COMERCIO DE DOBLE VÍA		VENTAJAS DE ESPECIALIZACIÓN		CRECIMIENTO ECONÓMICO	
DESCRIPCIÓN		TRABAJADORES	%	TRABAJADORES	%	TRABAJADORES	%
ESCALA DE VALORACIÓN	PUNTUACIÓN						
BUENO	11 – 15	121	69%	111	63%	98	56%
REGULAR	06 – 10	41	23%	47	27%	62	35%
MALO	01 – 05	13	07%	17	10%	15	09%
TOTAL		175	100%	175	100%	175	100%
MEDIA ARITMÉTICA		11.08		10.68		10.37	
DESVIACIÓN ESTANDAR		29.91		27.92		24.88	

FUENTE: Aplicación del cuestionario.

**FIGURA 6**

**RESULTADO DE LA DIMENSIÓN COMERCIO DE DOBLE VÍA**

**¿El comercio de doble vía para la exportación de los productos de la empresa, es?**



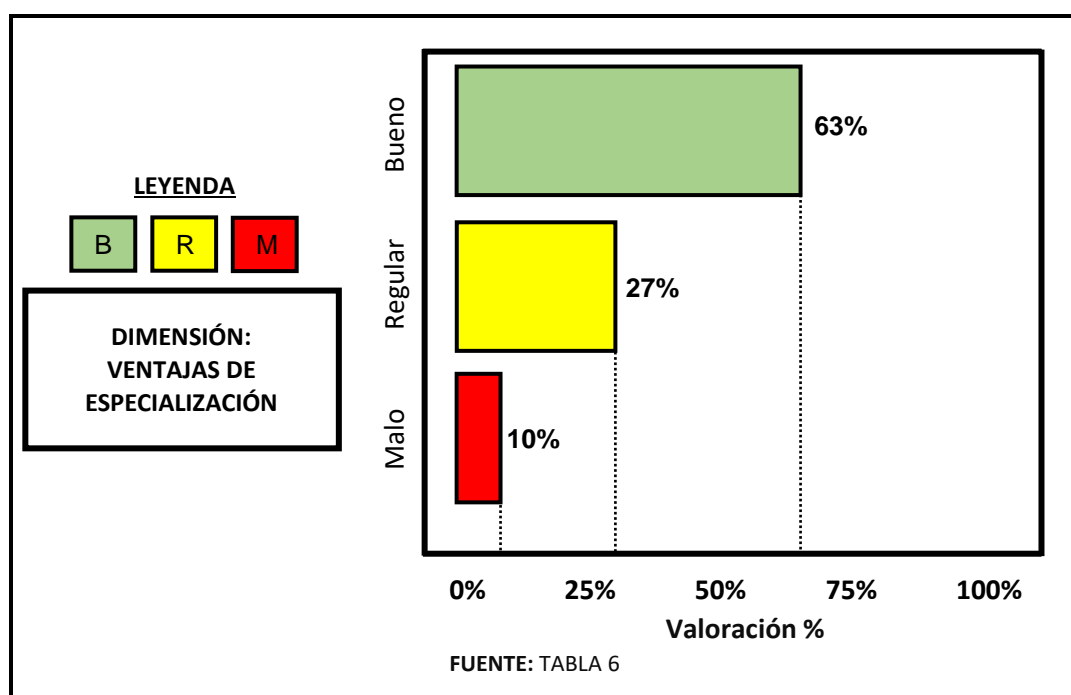
Tomando en cuenta los datos procesados correspondiente a la dimensión de la variable dependiente: COMERCIO DE DOBLE VÍA queda evidenciado que; el 7% que equivale a 13 trabajadores marcaron la alternativa malo, el 23% que

equivale a 41 trabajadores encuestados marcaron la alternativa regular y por último el 69% que equivale a 121 trabajadores encuestados marcaron la alternativa bueno.

### FIGURA 7

#### RESULTADO DE LA DIMENSIÓN VENTAJAS DE ESPECIALIZACIÓN

¿La especialización que tiene la empresa en la exportación genera una ventaja?



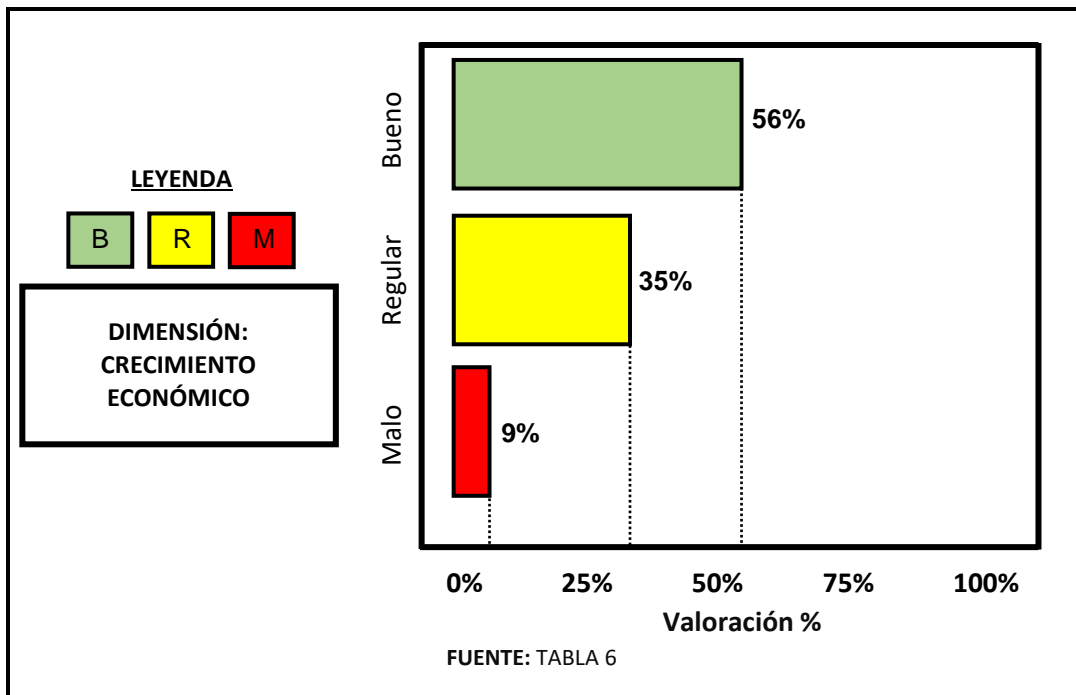
#### INTERPRETACIÓN:

Tomando en cuenta los datos procesados correspondiente a la dimensión VENTAJAS DE ESPECIALIZACIÓN de la variable dependiente donde queda evidenciado que; el 10% que equivale a 17 trabajadores marcaron la alternativa malo, el 27% que equivale a 47 trabajadores encuestados marcaron la alternativa regular y por último el 63% que equivale a 111 trabajadores encuestados marcaron la alternativa bueno.

### FIGURA 8

#### RESULTADO DE LA DIMENSIÓN CRECIMIENTO ECONÓMICO

¿Las exportaciones y el comercio internacional favorecen el crecimiento económico de la empresa de una manera?



### INTERPRETACIÓN:

Tomando en cuenta los datos procesados correspondiente a la dimensión: CRECIMIENTO ECONÓMICO de la variable dependiente donde queda evidenciado que; el 9% que equivale a 15 trabajadores marcaron la alternativa malo, el 35% que equivale a 62 trabajadores encuestados marcaron la alternativa regular y por último el 56% que equivale a 98 trabajadores encuestados marcaron la alternativa bueno.

### 3.1.4 Contrastación de las Hipótesis:

#### ➤ Formulación de las Hipótesis Secundarias:

##### Hipótesis Secundaria 1:

**Ha:** Las habilidades sociales si se relaciona significativamente en el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.

**Ho:** Las habilidades sociales no se relaciona significativamente en el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.

▪ **Margen de Error:** 0.05

▪ **Estadístico de Prueba:**

a) **Establecer el nivel de significación:**

La tabla posee: 3 filas y 2 columnas  $(F-1)*(C-1) = 2 = G.L.$

b) **Cálculo de la frecuencia observada:**

ESCALA	HABILIDADES SOCIALES	COMERCIO INTERNACIONAL	TOTAL
MALO	30	84	114
REGULAR	94	57	151
BUENO	51	34	85
TOTAL	175	175	350

c) **Cálculo de la frecuencia teórica:**

ESCALA	HABILIDADES SOCIALES	COMERCIO INTERNACIONAL
MALO	57	57
REGULAR	75.5	75.5
BUENO	42.5	42.5

d) **Calculando el CHI CUADRADO:**

$$\sum \frac{(O - E)^2}{E} = 38.0452$$

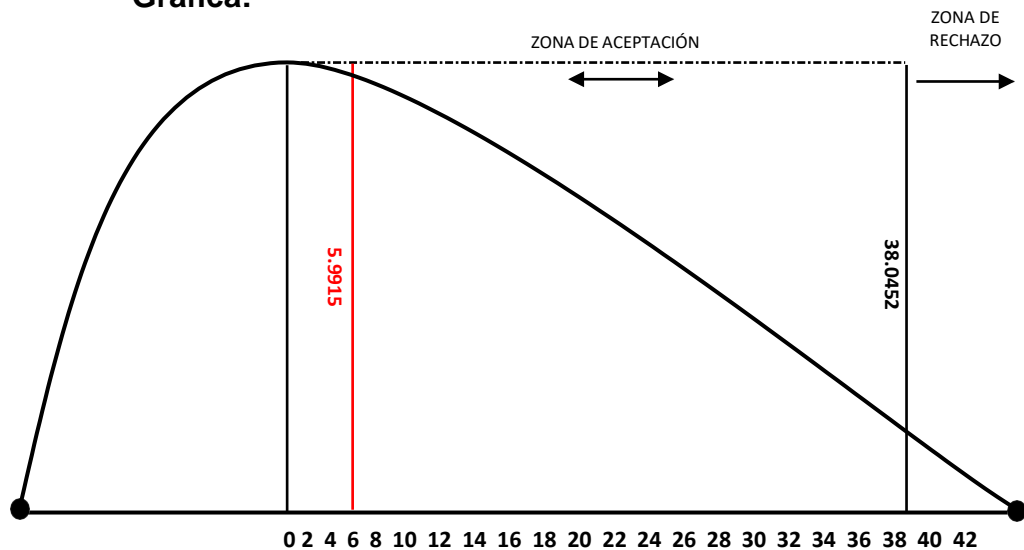
e) Se utiliza la distribución del CHI CUADRADO:

TABLA DE DISTRIBUCIÓN CHI CUADRADO $\chi^2$							
V/P	0.001	0.0025	0.005	0.01	0.025	0.05	0.1
1	10.8274	9.1404	7.8794	6.6349	5.0239	3.8415	2.7055
2	13.815	11.9827	10.5965	9.2104	7.3778	<b>5.9915</b>	4.6052
3	16.266	14.3202	12.8381	11.3449	9.3484	7.8147	6.2514
4	18.4662	16.4238	14.8602	13.2767	11.1433	9.4877	7.7794
5	20.5147	18.3854	16.7496	15.0863	12.8325	11.0705	9.2363
6	22.4575	20.2491	18.5475	16.8119	14.1194	12.5916	10.6446
7	24.3213	22.0402	20.2777	18.4753	16.0128	14.0671	12.017
8	26.1239	23.7742	21.9549	20.0902	17.5345	15.5073	13.3616
9	27.8767	25.4625	23.5893	21.666	19.0228	16.919	14.6837
10	29.5879	27.1119	25.1881	23.2093	20.4832	18.307	15.7872

Se ubica el grado de libertad con el  $\alpha$  y su intersección es: (2 y 0.05) = **5.9915**

38.0452 > 5.9915  
**Chi calculado** > **Chi crítico**

▪ **Gráfica:**



▪ **Decisión:**

Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir: Las habilidades sociales si se relaciona significativamente en el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.

## Hipótesis Secundaria 2:

**Ha:** Las actitudes si se relaciona significativamente en el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.

**Ho:** Las actitudes no se relaciona significativamente en el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.

▪ **Margen de Error:** 0.05

▪ **Estadístico de Prueba:**

a) **Establecer el nivel de significación:**

La tabla posee: 3 filas y 2 columnas  $(F-1)*(C-1) = 2 = G.L.$

b) **Cálculo de la frecuencia observada:**

ESCALA	ACTITUDES	COMERCIO INTERNACIONAL	TOTAL
MALO	38	84	122
REGULAR	122	57	179
BUENO	15	34	49
<b>TOTAL</b>	<b>175</b>	<b>175</b>	<b>350</b>

c) **Cálculo de la frecuencia teórica:**

ESCALA	ACTITUDES	COMERCIO INTERNACIONAL
MALO	61	61
REGULAR	89.5	89.5
BUENO	24.5	24.5

d) **Calculando el CHI CUADRADO:**

$$\sum \frac{(O - E)^2}{E} = 43.8558$$

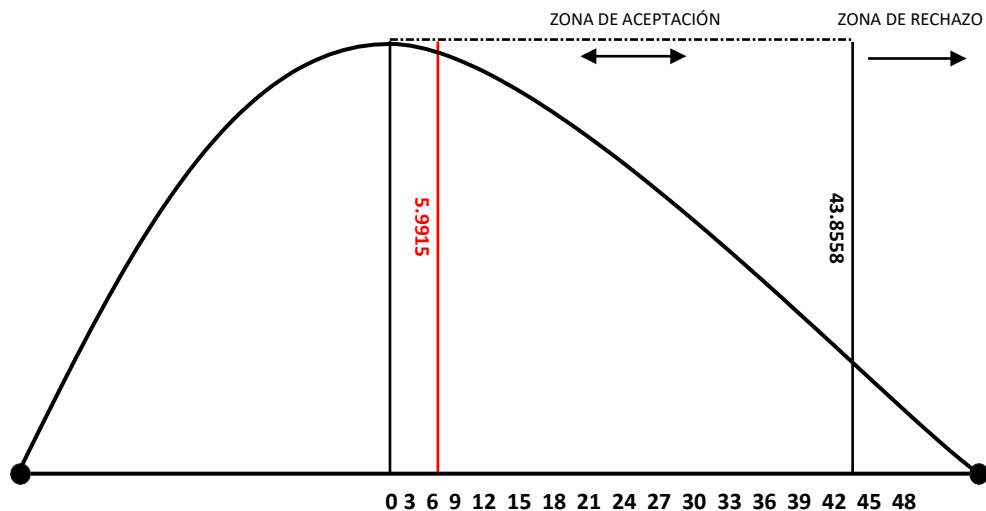
e) Se utiliza la distribución del CHI CUADRADO:

TABLA DE DISTRIBUCIÓN CHI CUADRADO $\chi^2$							
V/P	0.001	0.0025	0.005	0.01	0.025	0.05	0.1
1	10.8274	9.1404	7.8794	6.6349	5.0239	3.8415	2.7055
2	13.815	11.9827	10.5965	9.2104	7.3778	<b>5.9915</b>	4.6052
3	16.266	14.3202	12.8381	11.3449	9.3484	7.8147	6.2514
4	18.4662	16.4238	14.8602	13.2767	11.1433	9.4877	7.7794
5	20.5147	18.3854	16.7496	15.0863	12.8325	11.0705	9.2363
6	22.4575	20.2491	18.5475	16.8119	14.1194	12.5916	10.6446
7	24.3213	22.0402	20.2777	18.4753	16.0128	14.0671	12.017
8	26.1239	23.7742	21.9549	20.0902	17.5345	15.5073	13.3616
9	27.8767	25.4625	23.5893	21.666	19.0228	16.919	14.6837
10	29.5879	27.1119	25.1881	23.2093	20.4832	18.307	15.7872

Se ubica el grado de libertad con el  $\alpha$  y su intersección es: (2 y 0.05) = **5.9915**

43.8558 > 5.9915  
**Chi calculado** > **Chi critico**

▪ **Gráfica:**



▪ **Decisión:**

Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir: Las actitudes si se relaciona significativamente en el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.



### Hipótesis Secundaria 3:

**Ha:** Las habilidades cognitivas si se relaciona significativamente en el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.

**Ho:** Las habilidades cognitivas no se relaciona significativamente en el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.

▪ **Margen de Error:** 0.05

▪ **Estadístico de Prueba:**

a) **Establecer el nivel de significación:**

La tabla posee: 3 filas y 2 columnas  $(F-1)*(C-1) = 2 = G.L.$

b) **Cálculo de la frecuencia observada:**

ESCALA	HABILIDADES COGNITIVAS	COMERCIO INTERNACIONAL	TOTAL
MALO	27	84	111
REGULAR	36	57	93
BUENO	112	34	146
TOTAL	175	175	<b>350</b>

c) **Cálculo de la frecuencia teórica:**

ESCALA	HABILIDADES COGNITIVAS	COMERCIO INTERNACIONAL
MALO	55.5	55.5
REGULAR	46.5	46.5
BUENO	73	73

d) **Calculando el CHI CUADRADO:**

$$\sum \frac{(O - E)^2}{E} = 75.6834$$

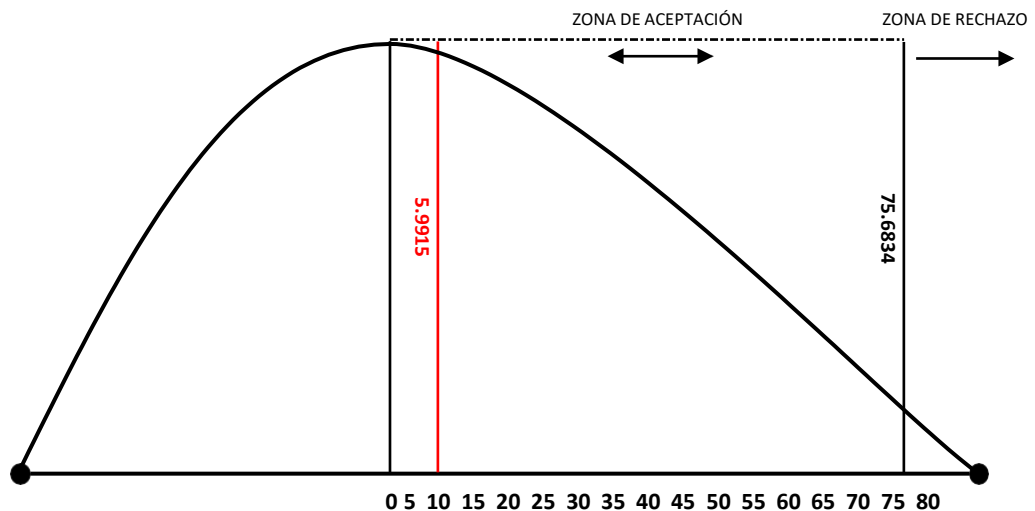
e) Se utiliza la distribución del CHI CUADRADO:

TABLA DE DISTRIBUCIÓN CHI CUADRADO $\chi^2$							
V/P	0.001	0.0025	0.005	0.01	0.025	0.05	0.1
1	10.8274	9.1404	7.8794	6.6349	5.0239	3.8415	2.7055
2	13.815	11.9827	10.5965	9.2104	7.3778	<b>5.9915</b>	4.6052
3	16.266	14.3202	12.8381	11.3449	9.3484	7.8147	6.2514
4	18.4662	16.4238	14.8602	13.2767	11.1433	9.4877	7.7794
5	20.5147	18.3854	16.7496	15.0863	12.8325	11.0705	9.2363
6	22.4575	20.2491	18.5475	16.8119	14.1194	12.5916	10.6446
7	24.3213	22.0402	20.2777	18.4753	16.0128	14.0671	12.017
8	26.1239	23.7742	21.9549	20.0902	17.5345	15.5073	13.3616
9	27.8767	25.4625	23.5893	21.666	19.0228	16.919	14.6837
10	29.5879	27.1119	25.1881	23.2093	20.4832	18.307	15.7872

Se ubica el grado de libertad con el  $\alpha$  y su intersección es: (2 y 0.05) = **5.9915**

75.6834 > 5.9915  
**Chi calculado** > **Chi critico**

▪ **Gráfica:**



▪ **Decisión:**

Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir: Las habilidades cognitivas si se relaciona significativamente en el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.

➤ **Formulación de la Hipótesis General:**

**Ha:** El espíritu emprendedor si se relaciona significativamente en el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.

**Ho:** El espíritu emprendedor no se relaciona significativamente en el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.

▪ **Margen de Error:** 0.05

▪ **Estadístico de Prueba:**

a) **Establecer el nivel de significación:**

La tabla posee: 3 filas y 2 columnas  $(F-1)*(C-1) = 2 = G.L.$

b) **Cálculo de la frecuencia observada:**

ESCALA	ESPÍRITU EMPRENDEDOR	COMERCIO INTERNACIONAL	TOTAL
MALO	16	34	50
REGULAR	42	57	99
BUENO	117	84	201
<b>TOTAL</b>	<b>175</b>	<b>175</b>	<b>350</b>

c) **Cálculo de la frecuencia teórica:**

ESCALA	ESPÍRITU EMPRENDEDOR	COMERCIO INTERNACIONAL
MALO	25	25
REGULAR	49.5	49.5
BUENO	100.5	100.5

d) **Calculando el CHI CUADRADO:**

$$\sum \frac{(O - E)^2}{E} = 14.1706$$

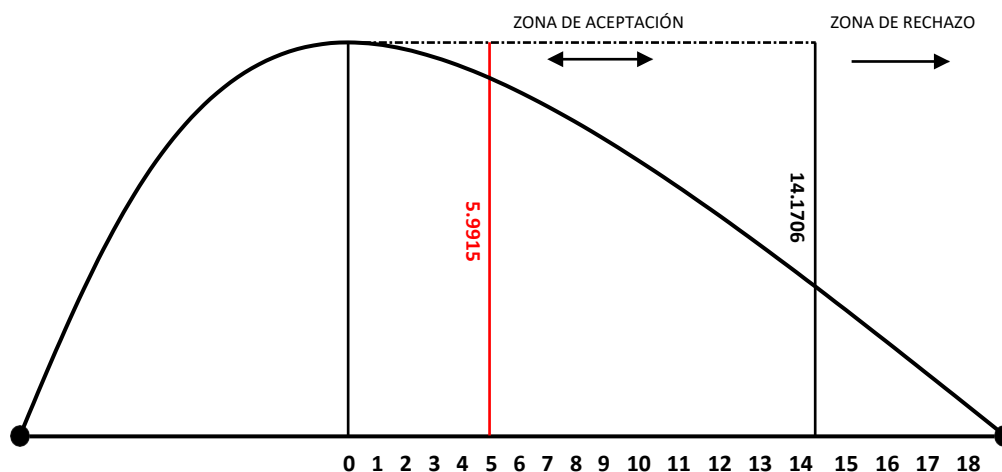
e) Se utiliza la distribución del CHI CUADRADO:

TABLA DE DISTRIBUCIÓN CHI CUADRADO $\chi^2$							
V/P	0.001	0.0025	0.005	0.01	0.025	0.05	0.1
1	10.8274	9.1404	7.8794	6.6349	5.0239	3.8415	2.7055
2	13.815	11.9827	10.5965	9.2104	7.3778	<b>5.9915</b>	4.6052
3	16.266	14.3202	12.8381	11.3449	9.3484	7.8147	6.2514
4	18.4662	16.4238	14.8602	13.2767	11.1433	9.4877	7.7794
5	20.5147	18.3854	16.7496	15.0863	12.8325	11.0705	9.2363
6	22.4575	20.2491	18.5475	16.8119	14.1194	12.5916	10.6446
7	24.3213	22.0402	20.2777	18.4753	16.0128	14.0671	12.017
8	26.1239	23.7742	21.9549	20.0902	17.5345	15.5073	13.3616
9	27.8767	25.4625	23.5893	21.666	19.0228	16.919	14.6837
10	29.5879	27.1119	25.1881	23.2093	20.4832	18.307	15.7872

Se ubica el grado de libertad con el  $\alpha$  y su intersección es: (2 y 0.05) = **5.9915**

14.1706 > 5.9915  
**Chi calculado** > **Chi critico**

▪ **Gráfica:**



▪ **Decisión:**

Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir: El espíritu emprendedor si se relaciona significativamente en el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.

### **3.2 Discusión de Resultados:**

Sobre la base del estudio efectuado y considerando los hallazgos encontrados, es posible realizar la siguiente discusión:

En la actualidad, las empresas exportadoras basan sus objetivos y resultados en un buen espíritu emprendedor capaz de influir en los colaboradores para fortalecer el comercio internacional en la empresa; la única finalidad de cambiar actitudes y comportamientos en referencia a la eficiencia de los colaboradores, es que estos indicadores son los motores de la actividad propia de la empresa.

De nada le sirve a la empresa tener recurso financiero, recurso de infraestructura, recurso tecnológico, sino tiene el recurso humano idóneo, capacitado y eficiente para que las actividades de la empresa sean efectivos, buscando siempre la mejora continua y cero errores en las actividades que desempeñan los colaboradores. Hoy en día el recurso humano es el elemento fundamental para el desarrollo empresarial.

Por este contexto, damos a conocer los resultados estadísticos del trabajo de investigación ESPÍRITU EMPRENDEDOR Y EL COMERCIO INTERNACIONAL DE LOS PRODUCTOS PARA EXPORTACIÓN DE LA EMPRESA SUN FRUITS EN EL DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA DE LA PROVINCIA DE ICA 2019.

Respecto a los resultados estadísticos de las variables de estudio se tiene que el ESPÍRITU EMPRENDEDOR queda evidenciado que el 67% de los trabajadores encuestados marcaron que esta variable es bueno y sobre el COMERCIO INTERNACIONAL queda evidenciado que el 48% de los trabajadores encuestados marcaron que esta variable es buena.

Respecto a los resultados estadísticos de las dimensiones de la variable independiente: la primera dimensión HABILIDADES SOCIALES, queda evidenciado que el 54% de los encuestados marcaron que es regular; la segunda dimensión ACTITUDES, queda evidenciado que el 70% de los encuestados marcaron que es regular y la tercera dimensión HABILIDADES COGNITIVAS, queda evidenciado que el 64% de los encuestados marcaron que es bueno.

Respecto a los resultados estadísticos de las dimensiones de la variable dependiente: la primera dimensión COMERCIO DE DOBLE VÍA, queda evidenciado que el 69% de los encuestados marcaron que es bueno; la segunda dimensión VENTAJAS DE ESPECIALIZACIÓN, queda evidenciado que el 63% de los encuestados marcaron que es bueno y la tercera dimensión CRECIMIENTO ECONÓMICO, queda evidenciado que el 56% de los encuestados marcaron que es bueno.

En base al proceso de discusión precedente, el presente trabajo de investigación a través de los resultados obtenidos estadísticamente, permite confirmar que la variable independiente: ESPÍRITU EMPRENDEDOR si se relaciona significativamente en la variable dependiente: COMERCIO INTERNACIONAL, en la empresa SUN FRUITS.

De la información obtenida: analizada, procesada y detallada en la discusión, esta se complementa con los argumentos descriptos por los siguientes autores:

**Viale R. (2017).** El autor en su investigación manifiesta que no es una tarea sencilla, debido a que existen una diversidad de características que poseen unas personas y otras no, pero que de cualquier modo los hace exitosos. Sin embargo, a partir de las variables es posible establecer que se evidencia en los emprendedores de la ciudad de Mendoza un alto desarrollo de las capacidades creativas (70%) junto con la autoconfianza (64%).

## CONCLUSIONES

1. El espíritu emprendedor se relaciona significativamente en el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019. Se establece que el 67% de los encuestados marcaron que el espíritu emprendedor es bueno y si se relaciona en el comercio internacional. Ello se aprecia en relacionar las variables de estudio mediante el uso de la técnica del Chi Cuadrado, teniendo en cuenta como margen de error 0.05 y el grado de libertad 2, el cálculo del Chi Cuadrado es de 14.1706 y la intersección en la distribución del Chi Cuadrado es de 5.9915 al ser menor se aprueba la hipótesis alterna.
2. Las habilidades sociales se relaciona significativamente en el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019. Se establece que el 54% de los encuestados marcaron que las habilidades sociales, es regular y si se relaciona en el comercio internacional. Ello se aprecia en relacionar la dimensión y la variable de estudio mediante el uso de la técnica del Chi Cuadrado, teniendo en cuenta como margen de error 0.05 y el grado de libertad 6, el cálculo del Chi Cuadrado es de 38.0452 y la intersección en la distribución del Chi Cuadrado es de 5.9915 al ser menor se aprueba la hipótesis alterna.
3. Las actitudes se relaciona significativamente en el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2018. Se establece que el 70% de los encuestados marcaron que las actitudes, es regular y si se relaciona en el comercio internacional. Ello se aprecia en relacionar la dimensión y la variable de estudio mediante el uso de la técnica del Chi Cuadrado, teniendo en cuenta como margen de error 0.05 y el grado de libertad 6, el cálculo del Chi Cuadrado es de 43.8558 y la intersección en la distribución del Chi Cuadrado es de 5.9915 al ser menor se aprueba la hipótesis alterna.

4. Las habilidades cognitivas se relacionan significativamente en el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2018. Se establece que el 64% de los encuestados marcaron que las habilidades cognitivas, es bueno y si se relaciona en el comercio internacional. Ello se aprecia en relacionar la dimensión y la variable de estudio mediante el uso de la técnica del Chi Cuadrado, teniendo en cuenta como margen de error 0.05 y el grado de libertad 6, el cálculo del Chi Cuadrado es de 75.6834 y la intersección en la distribución del Chi Cuadrado es de 5.9915 al ser menor se aprueba la hipótesis alterna.



## RECOMENDACIONES

1. Tomando en cuenta que los resultados obtenidos respecto a las variables de estudio el espíritu emprendedor y el comercio internacional de la empresa Sun Fruits, han sido favorables, se deben fortalecer estas variables recomendando que la gerencia de la organización debe seguir promoviendo charlas y capacitaciones a los colaboradores de manera continua para seguir manteniendo un buen espíritu emprendedor y mantener un comercio internacional bueno, y de esta manera alcanzar los objetivos establecidos en su plan de acción.
2. Tomando en cuenta que los resultados obtenidos respecto a la dimensión las habilidades sociales y su relación en el comercio internacional de la empresa Sun Fruits han sido favorables, se debe modificar las estrategias respecto a la dimensión habilidades sociales aplicando técnicas que busquen en los colaboradores una buena relación, un buen trabajo en equipo y compañerismo, entre otros factores para seguir manteniendo habilidades sociales aceptables y que influyan en un buen desempeño en los procesos productivos de los productos para exportar y mantener un comercio internacional aceptable en los mercados en el que la empresa tiene contacto.
3. Tomando en cuenta que los resultados obtenidos respecto a la dimensión actitudes y su relación en el comercio internacional en la empresa Sun Fruits, han sido favorables, se debe modificar la dimensión desarrollando y evaluando las capacitaciones que se desarrollan a los colaboradores buscando en ellos actitudes positivas en su desarrollo profesional y personal que beneficien a la organización sumando un desempeño aceptable para que la organización y su comercio internacional sea permanente, sabiendo que toda empresa se sustenta en el recurso humano, ello dependerá la sostenibilidad y la continuidad de la organización en los mercados internacionales en el que se desenvuelve la empresa.

4. Tomando en cuenta que los resultados obtenidos respecto a la dimensión habilidades cognitivas y su relación en el comercio internacional en la empresa Sun Fruits, han sido favorables, se debe fortalecer esta dimensión desarrollando en los colaboradores charlas motivacionales para mejorar las aptitudes en ellos, en base a la atención, la memoria, las percepciones y la creatividad; estos aspectos cuando son fortalecidos aumenta la capacidad productiva de los colaboradores en sus funciones y desempeño; es necesario que se contribuya fortalecer las habilidades cognitivas para que la organización mantenga una buena dirección y control en los procesos productivos de los productos que se exportan y de esta manera el comercio internacional que tiene la empresa será cada vez más sostenible.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

### BIBLIOGRAFÍAS:

- Alcaraz Rodríguez Rafael (2011). EMPRENDER ÉXITO. 4ta. Edición. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.
- Alcázar Pilar (2016). EL LIBRO DE LOS EMPRENDEDORES. 1ra. Edición. España: Editorial de Centro Libros PAPF Grupo Planeta
- Aquije Vásquez María (2012). TÚ ERES EMPRENDEDOR. 1ra. Edición Perú – Lima: Editorial San Marcos
- Arbaiza Fermini Lydia (2014). COMO ELABORAR TESIS DE GRADO. 1ra. Edición Perú – Lima: Editorial Universidad ESAN
- Cornejo Ramírez Enrique (2015). COMERCIO INTERNACIONAL HACIA UNA GESTIÓN COMPETITIVA. 5ta. Edición, 8va. Reimpresión. Lima: Editorial San Marcos
- Fernández Sergio & Samsó Raimón (2019). MISIÓN EMPRENDER LOS 70 HÁBITOS DE LOS EMPRENDEDORES DE ÉXITO. 1ra. Edición. España: Penguin Random House Grupo Editorial
- Hernández Sampieri R., Fernández Collado, Batista Lucio P. (2010). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. 5ta. Edición. México D.F.: Mc Graw-Hill.
- MINCETUR Programa Educativo Exportador (2014). COMERCIO EXTERIOR. 3ra. Edición. Lima – Perú: Publicación del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

- Sabino A. Carlos (1992). EL PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN, Colección General. Caracas: Panapo
- Sánchez Carlessi Hugo y Reyes Meza Carlos (2015). METODOLOGÍA Y DISEÑOS EN LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA. 5ta. Edición. Perú – Lima: Business Support Aneth SRL
- Valderrama Mendoza Santiago (2013). PASOS PARA ELABORAR PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA. 2da. Edición. Lima – Perú: Editorial San Marcos.
- Vara Horna Arístides Alfredo (2012). SIETE PASOS PARA UNA TESIS. 1ra. Edición. Perú – Lima: Editorial Macro EIRL

#### **PÁGINAS WEB:**

- De la Torre E. & Santa Cruz Z. (2017). La tesis titulada “Tratado de libre comercio internacional Perú – Estados Unidos y su relación con el comercio exterior del Perú periodo 2011 - 2015”.  
Recuperado:  
<http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3115/TESES%20ZARA%20%20FINAL%2003-09-18.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Li Danmeng. (2018). La tesis titulada “El biocomercio internacional entre el Perú y el norte de china: potencialidad y reto”  
Recuperado:  
[http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13711/LI\\_DANMENG\\_EL\\_BIOCOMERCIO\\_ENTRE\\_EL\\_PERU\\_Y\\_EL\\_NORTE\\_DE\\_CHINA\\_POTENCIALIDAD\\_Y\\_RETO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13711/LI_DANMENG_EL_BIOCOMERCIO_ENTRE_EL_PERU_Y_EL_NORTE_DE_CHINA_POTENCIALIDAD_Y_RETO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Mejía Baldera Deyvi Omar (2015). “Actitud emprendedora de los egresados de la carrera de administración de empresas”  
Recuperado:  
[http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/159/1/TL\\_Mejia\\_Baldera\\_DeyviOmar.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/159/1/TL_Mejia_Baldera_DeyviOmar.pdf)
  
- Mitma R. (2018). La tesis titulada “Espíritu emprendedor y la creación de micro y pequeñas empresas en los estudiantes de la carrera profesional de educación inicial intercultural – instituto de educación superior pedagógico público – Huancavelica”.  
Recuperado:  
<http://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/1589/MAESTRIA%20MITMA%20PEREZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
  
- Mollo Brisco Gabriela Fernanda (2007). “El espíritu emprendedor en la formación de nuevos profesionales”.  
Recuperado:  
[http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/42825/Documento\\_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/42825/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
  
- Munayco Vivanco Juan Calixto (2018). La tesis titulada “Resiliencia y actitud emprendedora en estudiantes del programa académico de administración y finanzas de la Universidad Autónoma de Ica 2018”.  
Recuperado:  
[https://autonomadeica.edu.pe/plantilla/investigaciones\\_institucionales\\_pdf/2018/Resiliencia%20y%20actitud%20emprendedora%20en%20estudiantes%20del%20programa%20acad%C3%A9mico%20de%20Administraci%C3%B3n.pdf](https://autonomadeica.edu.pe/plantilla/investigaciones_institucionales_pdf/2018/Resiliencia%20y%20actitud%20emprendedora%20en%20estudiantes%20del%20programa%20acad%C3%A9mico%20de%20Administraci%C3%B3n.pdf)
  
- Nuñez Añil Krist Yukteswar (1996). “El espíritu emprendedor y la empresa”  
Recuperado:  
<http://eprints.uanl.mx/7611/1/1020114057.PDF>

- Sanguinetti Duarte Patricia (2009). “Comercio internacional y crecimiento económico en Chile”.  
Recuperado:  
[http://cliolab.economia.uc.cl/docs/tesis/tesis\\_psanguinetti.pdf](http://cliolab.economia.uc.cl/docs/tesis/tesis_psanguinetti.pdf)
  
- Quispe R. (2018). La tesis titulada “Perfil emprendedor de un grupo de alumnos del último año de una especialidad de negocios y otra de ingeniería de la Pontificia Universidad Católica del Perú en el año 2017”.  
Recuperado:  
[http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13977/QUISPE\\_GUTIEEREZ\\_PERFIL\\_EMPRENDEDOR\\_DE\\_UN\\_GRUPO\\_DE\\_ALUMNOS\\_DEL\\_ULTIMO\\_A%C3%91O\\_DE\\_UNA\\_ESPECIALIDAD\\_DE\\_NEGOCIOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13977/QUISPE_GUTIEEREZ_PERFIL_EMPRENDEDOR_DE_UN_GRUPO_DE_ALUMNOS_DEL_ULTIMO_A%C3%91O_DE_UNA_ESPECIALIDAD_DE_NEGOCIOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
  
- Viale Varas Romina Alejandra (2017). “El espíritu emprendedor y su relación con el fomento de la cultura emprendedora en la ciudad de Mendoza”  
Recuperado:  
<https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/13995/VIALE%20VARAS%20ROMINA%20ALEJANDRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
  
- Vidal Vidal José (2012). “Fomento de la cultura y espíritu emprendedor en los jóvenes españoles desde las instituciones educativas”  
Recuperado:  
<http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/2917/tfg91.pdf;sequence=1>

# **ANEXOS**

### ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

#### TITULO: ESPÍRITU EMPRENDEDOR Y EL COMERCIO INTERNACIONAL DE LOS PRODUCTOS PARA EXPORTACIÓN DE LA EMRPEZA SUN FRUITS EN EL DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA DE LA PROVINCIA DE ICA, 2019

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p><b>Problema Principal:</b> ¿En qué medida el espíritu emprendedor se relaciona con el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la Provincia de Ica 2019?</p> <p><b>Problemas Secundarios:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ¿De qué manera las habilidades sociales se relacionan con el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019?</li> <li>▪ ¿De qué manera las actitudes se relacionan con el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019?</li> <li>▪ ¿De qué manera las habilidades cognitivas se relacionan con el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019?</li> </ul>	<p><b>Objetivo General:</b> Analizar cómo el espíritu emprendedor se relaciona con el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la Provincia de Ica 2019.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Determinar cómo las habilidades sociales se relacionan con el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.</li> <li>▪ Determinar cómo las actitudes se relacionan con el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.</li> <li>▪ Determinar cómo las habilidades cognitivas se relacionan con el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.</li> </ul>	<p><b>Hipótesis General:</b> El espíritu emprendedor se relaciona significativamente con el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la Provincia de Ica 2019.</p> <p><b>Hipótesis Secundarias:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Las habilidades sociales se relacionan significativamente con el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.</li> <li>▪ Las actitudes se relacionan significativamente con el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.</li> <li>▪ Las habilidades cognitivas se relacionan significativamente con el comercio internacional de los productos para exportación de la empresa Sun Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2019.</li> </ul>	<p><b>Variable “X” Independiente:</b> <b>Espíritu Emprendedor</b></p> <p><b>Dimensiones:</b> D1: Habilidades Sociales D2: Actitudes D3: Habilidades Cognitivas</p> <hr/> <p><b>Variable “Y” Dependiente:</b> <b>Desarrollo Humano</b></p> <p><b>Dimensiones:</b> D1: Comercio de Doble Vía D2: Ventajas de Especialización D3: Crecimiento Económico</p>	<p><b>Tipo de Investigación:</b> Aplicada</p> <p><b>Nivel de Investigación:</b> Descriptivo</p> <p><b>Método de Investigación:</b> Sistémico</p> <p><b>Diseño de Investigación:</b> Correlacional</p> <p><b>Población:</b> Está conformada por (360) colaboradores de la empresa Sun Fruits</p> <p><b>Muestra:</b> Está conformada por (175) colaboradores de la empresa Sun Fruits</p> <p><b>Muestreo:</b> Probabilístico</p> <p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p> <p><b>Prueba de Hipótesis:</b> Se utilizará Chi Cuadrado</p>



**CUESTIONARIO SOBRE: EL ESPIRITU EMPRENDEDOR**

-----

Estimado Sr. (a) se le solicita su colaboración, contestando las siguientes preguntas. La información solo tiene validez para sustentar el trabajo de investigación y se le pide dar su respuesta con la mayor objetividad, marcando con un aspa (X) su respuesta. Agradeciéndole por anticipado su colaboración.

-----

<b>PREGUNTAS</b>				
<b>ESPIRITU EMPRENDEDOR</b>		<b>Bueno</b>	<b>Regular</b>	<b>Malo</b>
<b>1</b>	¿El espíritu emprendedor de los trabajadores de la empresa Sum Fruits, es?			
<b>HABILIDADES SOCIALES</b>				
<b>2</b>	¿Las habilidades sociales entre los trabajadores son compartidas de una manera?			
<b>3</b>	¿La capacidad de asociación de los trabajadores para sus funciones los realiza de una manera?			
<b>4</b>	¿La capacidad de mando de los supervisores hacia los trabajadores se desarrolla de una manera?			
<b>5</b>	¿La capacidad de asumir riesgo en las funciones laborales de los trabajadores, es?			

<b>ACTITUDES</b>				
<b>6</b>	¿Las actitudes predispuestos por los trabajadores en sus actividades laborales, es?			
<b>7</b>	¿La capacidad de compromiso de los trabajadores respecto a sus funciones laborales, es?			
<b>8</b>	¿Los trabajadores de la empresa realizan su trabajo influenciado por su vocación por el trabajo?			
<b>9</b>	¿Los trabajadores muestran constancia en sus actividades para cumplirlas?			
<b>HABILIDADES COGNITIVAS</b>				
<b>10</b>	¿Las habilidades cognitivas de los trabajadores para desarrollar sus actividades, es?			
<b>11</b>	¿Los trabajadores tienen pleno conocimiento de sus funciones en sus labores?			
<b>12</b>	¿La cultura que impera en la empresa es aplicada por los trabajadores de una manera?			
<b>13</b>	¿Los trabajadores muestran creatividad para sus desarrollar sus actividades?			



## CUESTIONARIO SOBRE: EL COMERCIO INTERNACIONAL

-----

Estimado Sr. (a) se le solicita su colaboración, contestando las siguientes preguntas. La información solo tiene validez para sustentar el trabajo de investigación y se le pide dar su respuesta con la mayor objetividad, marcando con un aspa (X) su respuesta. Agradeciéndole por anticipado su colaboración.

-----

PREGUNTAS				
COMERCIO INTERNACIONAL		Bueno	Regular	Malo
1	¿El comercio internacional facilita la exportación de los productos de la empresa Sum Fruits?			
COMERCIO DE DOBLE VÍA				
2	¿El comercio de doble vía para la exportación de los productos de la empresa es?			
3	¿La exportación de los productos mejora las ventas de la empresa?			
4	¿Las compras de los productos que exporta la empresa se ajustan aun comercio internacional?			
5	¿El comercio internacional en el que la empresa gestiona una balanza comercial de una manera?			

<b>VENTAJAS DE ESPECIALIZACIÓN</b>				
<b>6</b>	¿La especialización que tiene la empresa en la exportación genera una ventaja?			
<b>7</b>	¿La información y la tecnología que utiliza la empresa para la exportación, es?			
<b>8</b>	¿Las estrategias comerciales de la empresa influyen en las ventajas competitivas de la exportación?			
<b>9</b>	¿Las relaciones comerciales de la empresa, es?			
<b>CRECIMIENTO ECONÓMICO</b>				
<b>10</b>	¿Las exportaciones y el comercio internacional favorecen el crecimiento económico de la empresa de una manera?			
<b>11</b>	¿El comercio internacional mejora la economía de la empresa de una manera?			
<b>12</b>	¿El comercio internacional mejora el desarrollo organizacional de la empresa de una manera?			
<b>13</b>	¿La empresa dedicada a la exportación y el comercio internacional maneja una cultura emprendedora?			

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO**
**I. DATOS GENERALES:**

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: HERREERA PÉREZ HUMBERTO ALEXANDER  
 1.2 Grado académico: MAESTRO  
 1.3 Cargo e institución donde labora: DOCENTE - UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS  
 1.4 Título de la Investigación: "Espíritu Emprendedor y el comercio Internacional de los productos para exportación de la empresa sun fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2018"  
 1.5 Autor del instrumento: Yalleri Palomino Vanessa Gracie  
 1.6 Licenciatura/Maestría/Doctorado: Licenciatura  
 1.7 Nombre del instrumento: Cuestionario

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.			60		
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				80	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.				80	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				80	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					95
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					95
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					95
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					95
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					95
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					95
SUB TOTAL				6	24	57
TOTAL (PROMEDIO)						87

VALORACION CUANTITATIVA (Total x 0.20):

$$87 \times 0.20 = 17.4$$

VALORACION CUALITATIVA:

DISCUTIBLO

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

ACEPTABLE

 Lugar y fecha: Ica, 03 de febrero 2020

 Posfirma:  
 DNI: 21519998

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO**
**I. DATOS GENERALES:**

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: BOZA MUÑOZ JOAN CARLOS
- 1.2 Grado académico: MAESTRO
- 1.3 Cargo e institución donde labora: DOCENTE - UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
- 1.4 Título de la Investigación: 'Espíritu Emprendedor y el Comercio Internacional de los productos para Exportación de la empresa sus Fruits en el distrito San Juan Bautista de la provincia de Ica 2018'
- 1.5 Autor del instrumento: Yalleri Palomino Vanessa Gracce
- 1.6 Licenciatura/Maestría/Doctorado: Licenciatura
- 1.7 Nombre del instrumento: Cuestionario

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.			60		
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				80	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.				80	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				80	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					95
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					95
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					95
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					95
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					95
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					95
SUB TOTAL				6	24	57
TOTAL (PROMEDIO)						87

VALORACION CUANTITATIVA (Total x 0.20):  $87 \times 0.20 = 17.4$

VALORACION CUALITATIVA: DECEJETE

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: ACEPTABLE

Lugar y fecha: Ica, 03 de febrero 2020



Posfirma:

DNI: 21569130