



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES

**Clasificación de factores de emprendimiento para la  
internacionalización de las PYMES**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Negocios Internacionales

**AUTORES:**

Ramos Miranda, Nathaly Paola (ORCID: 0000-0002-7551-4466)

Sipirán Suárez, Jerzy Mircovich (ORCID: 0000-0002-1693-3919)

**ASESOR:**

Mg. Berta Hinostroza, Mike Paul (ORCID: 0000-0001-9996-3787)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing y Comercio Internacional

**LIMA – PERÚ**

**2020**

## Dedicatoria

A nuestros padres y hermanos por todo el apoyo incondicional y la fe que han puesto sobre nosotros, que fue el motivo para poder continuar por el camino del éxito.

### Agradecimiento

En el presente proyecto de investigación queremos agradecer a nuestros padres por darnos la motivación que se requiere para mantenerse en pie para culminar nuestros objetivos. Por la confianza, paciencia que nos dieron todos los días y por darnos la ayuda necesaria en los momentos más difíciles.

Estamos completamente agradecidos con los docentes de la escuela de Negocios Internacionales de Pregrado de la Universidad César Vallejo.

## Índice de contenidos

I. INTRODUCCIÓN.....	7
II. MARCO TEÓRICO.....	10
III. METODOLOGÍA.....	19
3.1 Tipo y diseño de investigación .....	19
3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización apriorística.....	20
3.3 Escenario de estudio .....	20
3.4 Participantes.....	20
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	20
3.6 Procedimientos .....	21
3.7 Rigor científico .....	22
3.8 Método de análisis de información .....	22
3.9 Aspectos éticos.....	23
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	23
V. CONCLUSIONES.....	28
VI. RECOMENDACIONES .....	29
REFERENCIAS.....	30
ANEXOS.....	37

## RESUMEN

Se entiende por factores de emprendimiento a los atributos que posee una persona de negocios, también se hace referencia a los planes empresariales que se realizan con el fin de que la empresa se desarrolle internacionalmente. El objetivo de la investigación fue recopilar datos de trabajos previos y teorías relacionadas al tema para poder clasificar los factores internos y externos de emprendimiento relacionado con modelos de internacionalización para la internacionalización de las PYMES.

La presente investigación es de enfoque cualitativo para recopilar mediante estudios previos los factores de emprendimiento, siendo de tipo aplicada con el fin de aportar a futuras investigaciones, conocimientos científicos con un diseño basado en teorías fundamentadas, para la recopilación de datos e información se utilizó una revisión sistemática y análisis documentales.

El escenario de la investigación está basado en investigaciones que fueron realizadas en una población conformada por artículos científicos, libros, entre otros de PYMES que han sido estudiadas por otros autores.

**Palabras Clave:** Emprendimiento, cultura empresarial, internacionalización, PYMES.

## **ABSTRACT**

Entrepreneurship factors are understood to be the attributes that a business person possesses, and they also refer to the business plans that are made in order for the company to develop internationally. The objective of the research was to collect data from previous works and theories related to the topic in order to classify the internal and external factors of entrepreneurship related to internationalization models for the internationalization of SMEs.

The present research is of a qualitative approach to collect through previous studies the factors of entrepreneurship, being of an applied type in order to contribute to future researched scientific knowledge with a design based on founded theories, for the collection of data and information a systematic review and documental analysis was used.

The research scenario is based on research that was conducted in a population made up of scientific articles, books, among others from SMEs that have been studied by other authors.

**Keywords:** Entrepreneurship, business culture, internationalization, SMEs.

## I. INTRODUCCIÓN

La mayoría de investigaciones se han basado principalmente en las grandes empresas, dejando de lado el estudio hacia las PYMES, de esta manera se ha reducido el apoyo que merecen y necesitan para afrontar los desafíos que estos emprendedores enfrentan en un intento por salir del país e internacionalizarse en la lucha por la sobrevivencia y seguir siendo rentables, librándose de la saturación en los mercados locales. Por ello, la mayoría de PYMES se ven afectados mediante un cambio drástico en su manera de producir y de servir los requisitos de una demanda a un nivel internacional.

Las investigaciones sobre el emprendimiento internacional reflexionan cada vez más sobre las cuestiones y los desafíos estratégicos a los que afrontan los emprendedores cuando reconocen y aprovechan las oportunidades hacia los mercados extranjeros. Estas PYMES se esfuerzan por afianzarse en los mercados fuera de las fronteras nacionales, en un intento por seguir siendo rentables, crecer y liberarse de la saturación de los mercados localmente, mediante un gran cambio en sus productos y servicios para satisfacer los requisitos de esos mercados. (Asemokha, et al., 2019, p.4)

Bardales (2019), mencionó que las PYMES optaron por el emprendimiento internacional, proyectando sus actividades en la realidad globalizada. Esta opción representa un factor fundamental para el crecimiento de las PYMES debido a que les permite la entrada a nuevos mercados abriéndose un sinfín de oportunidades para poder incrementar sus beneficios en un periodo determinado. (p.2)

A la vez, Bianchi, et al., (2017) mencionaron que, las investigaciones previas sobre la internacionalización de las PYMES se han centrado principalmente en las grandes empresas multinacionales de los países desarrollados y se ha dejado de lado el estudio de la internacionalización de las PYMES hacia los mercados emergentes. (p.21)

Se tuvo en cuenta que existe una cantidad limitada de recursos para las PYMES, que buscan estrategias de relaciones con otras empresas para intercambiar información importante para su propia ventaja. Es por ello que, el uso de redes de contacto les permite identificar y asumir oportunidades de negocios, no sólo para obtener información valiosa sino para generar conocimiento experimental en relación con un mercado específico. (Pino, et al., 2020, p.3)

Es por ello de gran importancia que las PYMES busquen entrar en el mercado internacional, existiendo así una considerable variación de manera positiva por el cual se centran en la mejora de sus actividades de valor añadido en productos y servicios estandarizados optando por dirigirse a mercados especializados, mejorando su capacidad de producción. (Bagheri, et al., 2019, p.122)

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) ocupan un lugar significativo en la mayoría de las economías. Esto se debe principalmente a que contribuyen de manera significativa a la producción, el empleo y las exportaciones en diversas economías. Una característica importante del crecimiento de las PYMES en la era posterior a la globalización fue lograr el objetivo de crecimiento mediante su intensa expansión en el mercado mundial. (Santhosh y Subrahmanya, 2019, p.37)

La justificación económica del presente estudio se demostró que existe una probabilidad de que si una empresa empieza a invertir en un país extranjero aumentará con su experiencia de exportación en ese país y podrá evadir la saturación que lo llevó a buscar oportunidades fuera de su territorio local. (Conconi, et al., 2016).

La justificación social de esta investigación se buscó implementar un prototipo que abre futuras líneas de investigación, como la consideración de un estudio basado en datos de fuentes principales recolectadas con el fin de contrastar una realidad económica, social y política. (Freire, et al., 2020). Además, se propone una investigación pertinente sobre el emprendimiento y la internacionalización que son muy útiles para el público y los sectores privados. (De Paula, et al., 2018)

La justificación práctica del estudio se buscó representar numerosos alcances de emprendimiento como base para poner en práctica oportunidades hacia el desarrollo de muchas propuestas para diferentes lugares del mundo. (Bose, 2016). Por otro lado, una buena organización y el tipo correcto de emprendimiento pueden desempeñar un papel esencial para el rendimiento hacia la internacionalización. Es por ello, que los organismos de promoción de las exportaciones también deberían tener en cuenta su potencial en emprendimiento y aprendizaje al seleccionar las empresas que se beneficiarán de los escasos fondos públicos que son dedicados a la asistencia de la internacionalización. (Freixanet, et al., 2020)



La justificación teórica de la investigación permite ofrecer mejoras a los perfiles emprendedores de los directivos internacionales y aumentar las respectivas estrategias de distribución y promoción para así mantener una posición de ventaja. (Hoyos, 2019).

La justificación metodológica de la investigación recopila mediante libros, artículos y repositorios contribuirá a la investigación de PYMES permitir inicios en nuevos terrenos de investigación sobre el estudio de los factores de emprendimiento para la internacionalización. (Escandón y Hurtado, 2014). Por otro lado, esta investigación abrirá una corriente de estudio para que los académicos evalúen más a fondo la sostenibilidad en relación a emprendimiento – internacionalización. (Fellnhofer, 2017)

Este proyecto de investigación planteó como problema general, ¿Cuáles son los factores primordiales de emprendimiento más relevantes que contribuyen con un comercio internacional sostenible para las PYMES?, los problemas específicos del proyecto de investigación fueron los siguientes: PE1: ¿De qué manera los factores internos de emprendimiento contribuyen con el comercio internacional sostenible para las PYMES?; PE2: ¿De qué manera los factores externos de emprendimiento contribuyen con el comercio internacional sostenible para las PYMES?; PE3: ¿De qué manera los propósitos para la internacionalización de las PYMES contribuyen con el comercio internacional sostenible para las PYMES?; PE4: ¿De qué manera los modelos con mayor adaptación para la internacionalización de las PYMES contribuyen con el comercio internacional sostenible para las PYMES?.

El objetivo general se planteó con fin de dar respuesta a los problemas de la investigación, siendo el objetivo principal, Determinar los factores primordiales de emprendimiento más relevantes que contribuyen con un comercio internacional sostenible para las PYMES, los objetivos específicos fueron los siguientes, OE1: Determinar si los factores internos de emprendimiento contribuyen con el comercio internacional sostenible para las PYMES; OE2: Determinar si los factores externos de emprendimiento contribuyen con el comercio internacional sostenible para las PYMES; OE3: Determinar cuáles son los propósitos para la internacionalización de las PYMES para la contribución con el comercio internacional sostenible para las PYMES; OE4: Determinar cuáles son los modelos con mayor adaptación para la internacionalización de las PYMES para la contribución con el comercio internacional sostenible para las PYMES.

## II. MARCO TEÓRICO

Con el propósito de indagar estudios relacionados con el tema de investigación, se cita a diferentes autores que se enfocaron en los factores de emprendimiento y en la internacionalización.

Gutierrez, et al., (2020) en su tesis titulada “Análisis de los factores de competitividad para la productividad sostenible de las PYMES en Trujillo - Perú”, tuvieron como objetivo examinar la posición competitiva de las PYMES en las zonas de Trujillo, determinando los factores claves para el rendimiento que tendrán en relación basada en una competitividad sostenible. Utilizaron un enfoque cuantitativo basado en una recopilación de información mediante encuestas de diversos sectores de la zona de Trujillo. Llegando a la conclusión que los factores estudiados como, calidad, alianzas estratégicas, capital humano, son de gran utilidad para las PYMES de Trujillo a la respuesta de ellos hacia su internacionalización y digitalización.

Gonzales y Pérez (2020) en su tesis titulada “Factores del modelo de internacionalización que incidieron en el desarrollo de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica, periodo 2014-2018”, tuvieron como objetivo identificar los modelos de internacionalización y sus factores que han tenido relación en el aumento de las exportaciones de uvas frescas en la región Ica en el periodo 2014-2018. Utilizaron un enfoque cualitativo, aplicando el instrumento de entrevistas a expertos. Llegando a la conclusión que las empresas exportadoras de uvas frescas utilizaron el modelo Uppsala, que les permitió el desarrollo de sus productos, determinando factores importantes de internacionalización para obtener un mayor alcance de exportaciones.

Meléndez (2020) en su tesis titulada “Las micro, pequeñas y medianas empresas como factor importante en el desarrollo de la economía peruana, periodo 2010-2015”, tuvo como objetivo analizar la evolución de las PYMES en la economía peruana en el periodo 2010-2015 y como estas se visualizaron al exterior. Utilizó un enfoque cualitativo basado en una recopilación de datos públicos estadísticos. Llegó a la conclusión que las micro, pequeñas y medianas empresas al incrementarse en gran elasticidad, generan un factor importante para el desarrollo económico del Perú, reflejándose como un país emprendedor.

Canales y De la Vega (2020). En su tesis titulada “Análisis de los factores críticos que influyeron en las exportaciones de arándanos de Perú y Chile a Estados Unidos en el periodo 2012-2018”. Tuvieron como objetivo determinar qué factores críticos influyeron

en la internacionalización de los productos exportados de Perú y Chile en el periodo 2012-2018. Utilizando un enfoque de manera cualitativa y cuantitativa con los instrumentos de entrevistas y encuestas respectivamente. Llegaron a la conclusión que los factores más importantes para una buena internacionalización, en un sector agroindustrial, son la mano de obra, la tecnología, el clima laboral y las políticas gubernamentales, generando así una gran influencia en el desarrollo económico de ambos países.

Pla-Barber, et al (2020). En su artículo de investigación “The internationalization of SMEs: Creating models for long-term development”. Tuvieron como objetivo crear desde las PYMES ventajas internacionales específicas para que estas después de su internacionalización, con ayuda de la globalización y la digitalización de los negocios, puedan encontrar oportunidades para crear y explotar recursos en distintos factores múltiples hallados en distintos países utilizando novedosos modelos de negocio basados en su flexibilidad. Al mismo tiempo, dando lugar a importantes desafíos. Utilizaron un enfoque cualitativo para la explicación del rendimiento a largo plazo que existe entre las PYMES. Llegaron a la conclusión que mediante redes de contacto facilitan el desarrollo internacional de las PYMES de economías emergentes, facilitando su desempeño mundial a futuro.

Diaz, et al (2020), en su investigación titulada: “Estrategias y Retos en la incorporación de la Pequeña y Mediana Empresa al Comercio Internacional: un enfoque conceptual”, tuvieron como objetivo identificar las estrategias y retos que las PYMES enfrentan para participar en los mercados internacionales. Esta investigación usó un estudio de casos múltiples, de enfoque cualitativo. Concluyeron que es de gran importancia la búsqueda de apoyo de los gobiernos hacia las PYMES para que aumenten sus niveles de competitividad exigidos por las normas de los mercados internacionales.

Hoyos (2019). En su trabajo de investigación “Factores que impulsan la internacionalización en las pymes industriales del Eje Cafetero colombiano”. Sostuvo como objetivo identificar de qué manera los factores influyen en el desarrollo de la globalización de las PYMES para su internacionalización. Su investigación usó un estudio de casos múltiples, de enfoque cualitativo. Concluyó que uno de los factores con mayor relevancia, es el capital humano, en el área de internacionalización ya que, puede afectar de gran manera tanto positiva como negativamente a las PYMES en caso se le dé una buena importancia al momento de su desempeño global.

Bose (2016). En su investigación "Critical success factors of SME internationalization". Tuvo como objetivo descubrir cuáles son los principios de éxito más importantes para obtener un crecimiento notable más allá del territorio nacional convencional de las PYMES. Realizó una labor de investigación de enfoque cualitativo y exploratorio para detectar las principales variables subyacentes existentes en el contexto. Concluyó que, mediante los factores de escenario de internacionalización, perspectivas futuras, competencias y estrategias globales; las PYMES obtuvieron mayor ventaja en su crecimiento económico en el exterior.

Jabłońska, y Stawska (2020) definieron que el emprendimiento se relaciona con la aparición de nuevas entidades comerciales y el desarrollo de las ya existentes, se centra en la percepción de nuevas oportunidades económicas y además introduce nuevas ideas al mercado. El emprendimiento se expresa a través de cualquier intento de iniciar una nueva empresa, como el empleo por cuenta propia, la creación de una nueva entidad comercial o la expansión de una PYME existente. (p.142)

Sobre el emprendimiento internacional Perényi y Losoncz (2018) explicaron que, es un factor que contribuye de manera sustancial a la sostenibilidad económica y la actividad empresarial internacional que se ve facilitada principalmente por las pequeñas y medianas empresas (PYMES), siendo empleadores clave contribuyendo a los resultados económicos de las economías modernas, también impulsan el desarrollo de la investigación y capital humano. (p.1)

El espíritu empresarial también puede percibirse como un conjunto de actitudes, tales como el deseo de lograr una meta, la pasión por crear, el anhelo de libertad, el impulso de independencia, y la encarnación de visiones y sueños empresariales a través de incansables y duro trabajo, la toma de riesgos calculada, la innovación continua y la perseverancia imperecedera. (Kusa, 2019, p.10)

Gault (2018) mencionó con respecto a la innovación, que esta se define como la remodelación de un producto significativamente modificado. Con el fin de renovar la producción, la organización y los procesos de comercio". (p.619)

La capacidad de innovación de productos representa la capacidad de una empresa para desarrollar, modificar o mejorar sus ofertas de productos con el propósito de satisfacer las demandas de los consumidores. La capacidad de innovación de

productos mejora el tiempo de llegada al mercado cuando se introducen nuevos productos. (Falahat, et al., 2020, p.2).

En el caso de las PYMES, la innovación es una forma de superar las limitaciones de recursos internos que limitan el alcance de sus actividades (Falahat, et al., 2020, p.34). Asimismo, se descubrió que la capacidad de innovación de productos conduce a una ventaja de mercado. Por lo tanto, la capacidad de innovación de productos puede ser valiosa y poco frecuente, por ello, puede aportar una ventaja competitiva en cuanto ayuda a una empresa a adaptarse a las necesidades cambiantes de los clientes. (Yang y Ju, 2018, p.4)

Por otro lado, Hoyos (2019) analizó los factores como, a) edad, b) orientación internacional, c) producción, d) innovación, e) mercadeo, f) capital humano, g) gerencia, h) costos, i) calidad, que impulsaron a las PYMES industriales en Colombia a internacionalizarse. Se entiende por factores internos aquellos que son innatos a la empresa y los emprendedores tienen control de estas mismas permitiendo así un mejor manejo del mercado internacional. (p.11)

Asimismo, estudios recientes resaltan la importancia de los factores propios del emprendedor y su relación con el emprendimiento como edad, actitud al riesgo, experiencia, formación profesional, espíritu empresarial (Kusa, 2019), iniciativa empresarial, motivación (Puente et al., 2019), asunción de riesgos, autoeficacia, (Eniola, 2020). Asimismo, la inteligencia emocional, creatividad, el liderazgo carismático pueden influir también en la actividad emprendedora, así como las condiciones personales, como el nivel educativo de los emprendedores y su estado civil. (Lopez y Alvarez, 2018)

Por otro lado, Puente et al., (2019) enfatizaron sobre la iniciativa empresarial dando a conocer que se presenta dos indicadores principales para la iniciativa empresarial impulsados por la necesidad e impulsados por la oportunidad. Un emprendedor por necesidad inicia un negocio para compensar la falta de empleo y está relacionado con las aspiraciones de bajo crecimiento de su negocio. Podría considerarse que los empresarios impulsados por la necesidad tienen características negativas, dado que sus aspiraciones de crecimiento y productividad son bajas. (p.1)

Fairlie y Fossen (2018) manifestaron que, el emprendedor por oportunidad está positivamente asociado con las condiciones económicas locales, también comprobaron que la iniciativa empresarial de oportunidad está asociada con una actividad empresarial

más orientada al crecimiento con más posibilidades de desarrollo debido a sus altas aspiraciones. (p.26)

Definieron el capital humano como aptitudes y los conocimientos con mayor transferibilidad entre las diferentes actividades económicas como la educación formal, experiencia laboral general y demografía, el capital humano específico se define como las aptitudes y los conocimientos menos transferibles pero muy centrados en su materia como la experiencia en la industria, experiencia de gestión, experiencia empresarial, etc. (El Shoubaki et al., 2019, p.5)

Bagheri, et al., (2019) definieron que, la orientación internacional (OI) es el grado en que las PYMES exploran activamente nuevas oportunidades de negocio en los mercados extranjeros y comprometen recursos adecuados para las operaciones internacionales [...]. Las empresas altamente orientadas hacia la internacionalización son capaces de reconocer y beneficiarse mejor de las nuevas oportunidades de negocio y de identificar las amenazas en el extranjero. (p.123)

Un amplio conjunto de investigaciones revela que la orientación internacional posee un impacto positivo en el desarrollo de las PYMES como, rentabilidad, innovación y el rendimiento en general, en particular para las PYMES. Este impacto positivo también es válido en el contexto del emprendimiento internacional. Por ejemplo, estudios anteriores ofrecen pruebas de que el emprendimiento influye en el grado de internacionalización, en los resultados de las exportaciones y en los resultados internacionales generales. (Karaim y Tang, 2019, p.109)

Además, Thanos et al., (2017) constataron que la orientación empresarial internacional (OEI) estimula el desarrollo internacional mediante la explotación de oportunidades, y que la orientación empresarial es particularmente importante para que los emprendedores aprovechen las posibles oportunidades en entornos altamente hostiles. (p.501)

Se entiende como factores externos, aquellos que surgen del ambiente y que pueden favorecer o limitar a las PYMES en su proceso de internacionalización. La investigación muestra factores externos de emprendimiento como la educación, apoyo financiero, políticas públicas, cultura empresarial, infraestructura. (Miranda, et al., 2020, p.24)

Asimismo otros estudios aportaron diferentes factores externos que favorecen o limitan el emprendimiento para la internacionalización, como la sostenibilidad política y la reglamentación de los negocios, entre otros, el crecimiento de la actividad empresarial en países con diferentes niveles de desarrollo económico (Kuiken, 2019, p.14), programas ofrecidos por las incubadoras, las diferencias entre los países, el apoyo financiero que se ofrece internacionalmente para las PYMES y las estrategias aplicadas por los gobiernos y otras instituciones para promover las exportaciones de sus bienes y servicios (Lopez y Tavaréz, 2018, p.32), Información Comunicación y Tecnología (TIC). (Orser, et al., 2019, p.273)

A diferencia de las grandes empresas multinacionales, las PYMES pueden ser incapaces de diversificarse de los riesgos asociados a operar en un mercado extranjero y pueden arriesgar sus recursos que se reparten de forma demasiado escasa en una variedad de mercados. Además, sus limitados recursos hacen que las PYMES sean más vulnerables a los cambios del entorno externo. Por lo tanto, después de entrar en un mercado extranjero las PYME pueden experimentar dificultades que las obligan a salir de la exportación, ceder las filiales extranjeras o cambiar su modo de operación de compromiso. (Kuiken, 2019, p.18)

Un ecosistema empresarial se define como una comunidad dinámica dentro de una región geográfica, compuesta por actores variados e interdependientes como, por ejemplo, empresarios, instituciones y organizaciones y factores como, por ejemplo, mercados, marco reglamentario, entorno de apoyo y cultura empresarial, siendo un proceso que evoluciona con el tiempo, cuyos actores y factores coexisten e interactúan para promover la creación de nuevas empresas mediante el espíritu empresarial. (Pawitan, et al., 2019, p.276)

El apoyo financiero se define como una ayuda económica que permite a los emprendedores acceder a créditos para solventar los gastos de inversión del proyecto, existen varios programas del estado que apoyan el emprendimiento, como el caso del capital semilla que se otorga en distintos concursos a las ideas más innovadoras con el objetivo de reducir los problemas de financiamiento y guiar a los emprendedores en la fundación y puesta en marcha de negocios de alto potencial de crecimiento. Un emprendimiento de alto crecimiento se define como aquel que nace como una microempresa, pero que crece rápidamente hasta convertirse en una Pequeña y

Mediana Empresa (PYME) durante sus primeros cinco años de existencia. (Cancino, et al., 2019, p.2).

El término TIC es cualquier forma de tecnología que incluye actividades que abarcan la creación, el almacenamiento, manipulación y comunicación de información, así como sus sistemas, procedimientos y aplicaciones. Contando con diferentes facetas que desempeñan un papel fundamental, donde los gobiernos prestan servicios sociales a toda la población, optimizando tanto sus procesos comerciales como sus servicios al cliente. (Gbadegeshin, et al., 2019, p.2).

Mohammed, et al., (2020) definieron que, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) se basaron en la integración de tecnología permitiendo así a las PYMES, reducir sus costos aplicando métodos más eficientes de comunicación como por ejemplo las respuestas a las demandas del mercado y de sus socios comerciales, reduciendo el tiempo de entrega, mejorando la toma de decisiones y permitiendo la entrada a diversos mercados extranjeros. (p.165)

Asimismo, Grazzi y Jung (2019) aportaron que, se reconoce generalmente que las TIC han modificado radicalmente la forma en que se llevan a cabo los negocios modernos, beneficiando el desempeño de la empresa a través de varios canales, así como el aumento de la eficacia de las empresas, desarrollos internos, extendiendo el alcance del mercado e incrementando el desarrollo de la innovación. (p.34)

Sibiya y Kele (2019) definieron a las políticas públicas como instrumentos que crean un entorno favorable para que las PYMES crezcan y amplíen sus mercados, siendo destinadas para equiparlas y puedan hacer frente a los obstáculos tradicionales, como las barreras reglamentarias, el mercado de acceso, financiación e información de mercado. (p.3)

Xu (2020) mencionó que, gran parte de países proporcionan abundante y diversificadas políticas beneficiosas para las PYMES, estas políticas proporcionan ayuda contra una serie de problemas, como la capacitación laboral proporcionada por parte del estado y sector privado, capacitaciones de comercio, la agrupación, crédito financiero, entre otros. (p.47). Asimismo, OCDE (2019) argumentó que, los países de Latinoamérica buscan una política la cual sea conveniente para la progresión de las PYMES y que estos se fortalezcan mediante el desarrollo competitivo y sostenible, con el objetivo de



promover el sector productivo ejerciendo actividades más avanzadas de fabricación y servicios. (p.8)

Bardales (2019) señaló a la internacionalización como un proceso en el cual las industrias planifican sus funciones hacia los mercados globales, permitiéndoles participar y acceder a nuevos mercados, abriéndose así un mundo nuevo lleno de posibilidades que les beneficien en corto, mediano y largo plazo (p.1). Asimismo, Centeno (2017) explicó que, el concepto de la internacionalización está relacionado a una acción emprendedora con un grado de nivel muy alto en riesgo e innovación. (p.7)

Mendoza y Giraldo (2017) hicieron énfasis sobre los propósitos para la internacionalización de las PYMES los cuales serían, a) Intercambio de conocimientos tecnológicos, b) Búsqueda de estrategias nuevas tanto económicas y financieras, c) Dinamismo para los procesos de gerencia, d) Conversión de la cultura organizacional, e) Modificar los ciclos de aprendizaje en la empresa, f) Potenciar el capital humano y técnicos. (p.10)

Por otro lado, Liñan y Fayolle (2019) ofrecieron modelos sobre las perspectivas de la internacionalización de las PYMES. Los modelos utilizados en su investigación se especifican como, a) Modelo Uppsala, b) Modelo de Redes, c) Modelos Born Global d) Modelo Ecléctico de Dunning. (p.21)

Dragun, et al., (2020) afirmaron que, la teoría Uppsala sugiere que el comportamiento de una PYME en el proceso de su internacionalización depende de su conocimiento práctico. También se ha explicado que las PYMES desarrollen inicialmente sus operaciones en los mercados locales y junto con los conocimientos cada vez más amplios se expandan con entusiasmo a los mercados extranjeros (p.125). Asimismo, Liñan y Fayolle (2019) explicaron que, la Modelo de Uppsala enfatiza que las PYMES pasan por un proceso de internacionalización gradual y sugiere que estas tiendan a iniciar su internacionalización en mercados que tengan una corta distancia psíquica. (p.4)

Las empresas aumentan sus actividades internacionales de manera gradual e incremental a medida que acumulan el aprendizaje y la experiencia de sus incursiones internacionales. Este proceso permite a las empresas reducir el nivel de incertidumbre y desconocimiento en el mercado exterior y aumentar su compromiso respectivamente. (Bagheri, et al., 2019, p.123)

Según el Modelo Uppsala, las PYMES siguen un proceso de internacionalización en el que irán entrando poco a poco en los mercados extranjeros fuera del mercado primario a medida que estas vayan superando el temor a la distancia y el miedo al fracaso. (Paul y Rosado, 2019, p.14). Asimismo, las empresas aumentan sus actividades internacionales de manera gradual e incremental a medida que acumulan el aprendizaje y la experiencia de sus incursiones internacionales. Este proceso permite a las empresas reducir el nivel de incertidumbre y desconocimiento en el mercado exterior y aumentar su compromiso respectivamente. (Bagheri, et al., 2019, p.123)

Se definió al modelo de redes como un factor clave porque influye en la internacionalización de las PYMES. Las redes disponibles ayudan a los empresarios a iniciar su actividad comercial internacionalmente y obtener de esta manera la integración internacional en los mercados extranjeros. (Chandra y Wilkinson, 2017, p.695)

Lobo, et al., (2019) con respecto a la definición en red enfatizaron que, estas relaciones tienen un fuerte impacto en la selección del mercado, así como en el modo de entrada, debido a la facilidad con la que identifican y explotan las oportunidades, las redes de cooperación favorecen sin duda la competitividad de las PYMES y se han convertido en un importante instrumento de apoyo a la internacionalización de estas mismas PYMES, afirmando que las relaciones potencialmente conflictivas e intereses divergentes son vistas por las partes como asociaciones de colaboración en torno a un objetivo común. (p.3)

El paradigma ecléctico complementa la teoría de la internacionalización con una explicación de la elección del país y las formas de producción. Este enfoque se define como, la inversión extranjera directa como forma de internacionalización y distingue tres ventajas principales que animan a las empresas a iniciar la expansión internacional. Estas ventajas están relacionadas con la propiedad de la empresa que combinan la posibilidad de aumentar los ingresos, la capacidad de sugerir una producción valiosa en los mercados extranjeros y la decisión de la ubicación que mejor se acondicione a los requerimientos de la empresa. (Bužavaitė, et al., 2019, p.1499)

Asimismo, el paradigma ecléctico también conocido como Paradigma OLI (Ownership, Localization e Internacionalization) determina que la internacionalización de las empresas está determinada por la realización de tres tipos de ventajas relacionadas con la probabilidad de un mayor beneficio económico, primer ventaja, a) las ventajas de propiedad de la empresa que acumulen activos intangibles, capacidades tecnológica o

futuras innovaciones, en segundo lugar, b) las ventajas de localización referidas a los factores productivos en la zona ubicada y por último c) las ventajas de internacionalización que se relaciona con la suficiencia de la empresa para gestionar y coordinar actividades en la cadena de valor añadido. (Barbosa y Romero, 2016, p. 91)

Los modelos Born Global fueron definidos como aquellas que se iniciaron en la exportación dentro de los dos años siguientes a su establecimiento y que tienen una participación en las exportaciones superior al promedio de 25 % [...]. Las Born Globals presentan un rendimiento superior en términos de niveles de facturación, niveles de empleo y alcance del mercado en comparación con todas las demás empresas de nueva creación. (Moen, y Rialp, 2019, p.5)

Mosquera (2017) explicó que, en el momento de liderar una empresa Born Global de forma efectiva, una herramienta que se está volviendo cada vez más importante a través del tiempo es la red de contactos que se define como "la relación entre el equipo directivo y los empleados de una empresa con los proveedores, competidores, clientes, gobierno, banqueros, familias o cualquier otra parte que le posibilite internacionalizar sus actividades empresariales" siendo de esta manera un instrumento útil para varias empresas permitiendo su expansión mundial. (p.11)

De la misma manera Paul y Rosado (2019) manifestaron que, existen tres capacidades empresariales que son particularmente importantes para el éxito de la creación de las Nuevas Empresas Internacionales (INV) siendo estas, saber identificar oportunidades internacionales, la creación de conexiones institucionales y la capacidad por la colaboración intercultural. Con frecuencia, las nuevas empresas se especializan y colaboran con las empresas multinacionales ya existentes para su expansión internacional a través de la cadena de suministro ascendente. (p.11)

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Tipo y diseño de investigación**

El presente proyecto de investigación fue de tipo aplicada, Corte (2020) definió que "Una investigación de tipo aplicada depende de conocimientos científicos con el objetivo de enriquecer futuras investigaciones, brindando un comportamiento específico en una reiterada posición delimitada" (p.11), siendo a la vez de enfoque cualitativo. Torres (2019) definió al enfoque cualitativo como un tipo de estudio de fenómenos de

desarrollos sistemáticos, que es medido por revisiones de estudios previos, con el propósito de originar una teoría que sea congruente con lo que se verá en observación en el transcurso del proceso sistemático. Un diseño de investigación de Teoría fundamentada. El método de la teoría fundamentada genera una explicación general respecto a sucesos, procesos o interacciones que se utilizaran en un contexto concreto, ayudando a generar nuevos conceptos en su disciplina y en la literatura de investigación más amplia, desde la vista de varios participantes. (Charmaz y Thornberg, 2020, p.2)

### **3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización apriorística**

Mi eje temático es el emprendimiento de las PYMES por lo que se requiere ser estudiado a profundidad por ello se le asigno subcategoría como factores de emprendimiento interno y factores de emprendimiento externo. Cada subcategoría consta de diversos factores que se encontraron en la investigación. (Ver anexo 3)

### **3.3 Escenario de estudio**

El escenario de este proyecto de investigación conlleva al estudio que realizaron los investigadores basados en datos recolectados mediante una recopilación de artículos científicos en general hallados en los respectivos países como un sustento para la investigación verídica que se está aportando a la sociedad, donde según Patnaik (2019), enunció que es “Un criterio mencionado en una metodología de la investigación, con el objetivo declarado de encontrar la mejor manera posible que represente exhaustivamente el fenómeno de interés en todo su conjunto” (p.123).

### **3.4 Participantes**

Zambrano, et al., (2020) indicó que es “Un conjunto de individuos, sean personas u objetos, en un determinado lugar y tiempo sobre los cuales ejercen investigaciones u observaciones” (p.172).

Los participantes de nuestro proyecto de investigación están conformados por todas las PYMES que serán estudiadas por medio de nuestro instrumento validado, que será una entrevista semiestructurada.

### **3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Para la técnica de recolección de datos de nuestro proyecto de investigación se optó por el instrumento de la entrevista semiestructurada, una recolección de preguntas hechas hacia pequeñas empresas para obtener información de primera fuente.

### 3.6 Procedimientos

El proyecto de investigación se basa mediante una recopilación de datos disponibles por medio de los autores tales como artículos científicos, investigaciones de instituciones internacionales, etc., tomando en consideración búsquedas con determinadas palabras claves en fuentes de datos académicos como EBSCO, Scielo, Proquest, Google Académico, etc., teniendo en cuenta además una antigüedad no pasada a cinco años, con el uso respectivo de palabras claves en inglés y español, dependiendo la naturaleza de la realización de la investigación.

Se utilizó una tabla resumen de los documentos empleados considerando los criterios de inclusión, tal como se plasma en la tabla siguiente:

Tabla 1. Resumen de criterio de búsqueda

Tipo de documento	Descripción del documento	Cantidad	Palabras clave
Artículo científico	Factores de emprendimiento	17	Capital humano, innovación, políticas públicas, apoyo financiero
Artículo científico	Emprendimiento internacional	12	PYMES internacionales
Artículo científico	Modelos de internacionalización	12	Uppsala, enfoque de redes, modelo de innovación
Artículo científico	Internacionalización	15	Cultura empresarial, tecnologías
Artículo científico	Orientación empresarial	9	Emprendimiento, espíritu empresarial

Artículo científico	Ecosistema empresarial	11	Cultura empresarial, desarrollo empresarial
<i>Artículo científico</i>	<i>Born Global</i>	6	<i>Born Global, nuevas empresas internacionales</i>

---

**Nota: Elaboración propia**

### 3.7 Rigor científico

El proyecto de investigación logró un importante proceso en el estudio de rigor, en el cual (Hoorani, et al., 2019) explicaron que el rigor es un aspecto importante de la investigación, porque asegura que los resultados de un estudio y las afirmaciones representan una base sólida para una mayor elaboración en la comunidad de investigadores. Por lo tanto, una mayor transparencia en el rigor permite la replicabilidad de los resultados. (p.19). Para garantizar un buen rigor científico, es recomendable utilizar varias estrategias durante la recolección de datos, incluyendo el compromiso prolongado y la persistente observación. (Hamilton y Finley, 2019, p.5)

### 3.8 Método de análisis de información

El análisis de datos que se utilizó en este proyecto de investigación, son los distintos modelos de análisis dependiendo del punto de interés y diseño elegido (Vicerrectorado de Investigación UCV, 2020). En el caso de la investigación se usó un diseño de investigación basado en teorías fundamentadas analizando lo siguiente: grupos de categorías o subcategorías con descripciones de criterios similares, diferentes, más frecuentes y contemporáneos; enfoques que marcaron las diferencias entre fases o etapas en su evolución histórica, personajes resaltantes entre las fases o etapas de una evolución histórica.

Ante ello, la triangulación analizará y enfatizará la recolección de datos basados en nuestro instrumento, con el fin de interpretarlos y obtener un conocimiento fundamental que aporte a la calidad de la investigación. (Ávila, González y Licea, 2019)

### **3.9 Aspectos éticos**

Para el proyecto de investigación no se halló manipulación alguna de elementos condicionados en el código de ética de la Universidad César Vallejo, en todo el periodo de la investigación, se respetó autorías de fuentes de información. Los datos recopilados para esta investigación solo serán de uso reservado y se emitirán utilizando el nombre de la institución previa aprobación.

## **IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

El proyecto de investigación tuvo como objetivo principal determinar los factores primordiales de emprendimiento más relevantes que contribuyen con un comercio internacional sostenible para las PYMES, los resultados obtenidos fueron a través de una entrevista semiestructurada, dicho instrumento fue aplicado a PYMES con más de 5 años de experiencia en el mercado.

En relación al objetivo principal, los emprendedores entrevistados respondieron, “Creo que los factores más importantes son, asumir riesgos, capital de inversión, iniciativa emprendedora, liderazgo eficaz”. (Entrevistado 1), “[...], lo principal es contar con un buen capital de inversión, [...] otro punto importante es el capital humano ya que son las principales armas para sacar a flote el negocio, esto influye mucho en el rendimiento de toda la empresa [...]. Otro punto importante es el económico, ya que el administrar los ingresos y egresos de la empresa tienen que estar acorde con la necesidad de la misma, siempre priorizar el capitalizar y realizar los gastos necesarios para no excederse y generar algún desbalance [...]”, (Entrevistado 2), “Son necesarias estos cuatro factores: 1. Capital de Inversión (Bancario, propio y/o socios); 2. Capital Humano (Empleados); 3. Plan logístico bien desarrollado y 4. Plan de negocios este último punto es el que engloba todo para poder iniciar un emprendimiento ya que primero se estudia el mercado y la competencia, antes de realizar la creación del negocio”, (Entrevistado 3).

Con relación al primer objetivo específico, los entrevistados respondieron con respecto al factor de talento humano, “Claro que sí debemos siempre apoyar al talento humano y confiar que esto nos puede llevar a la internacionalización” (Entrevistado 1), “Si, ya que dependiendo del giro del negocio este puede ser explotado mucho más rápido para la internacionalización, [...]” (Entrevistado 2), “Definitivamente, ya que al fortalecer el talento humano y desarrollar la misma se tendrá un equipo sólido para resolver

problemas, esto apoya a la expansión de la empresa tanto internacional como nacional” (Entrevistado 3)

En relación al segundo objetivo específico, factores externos que contribuyen al comercio internacional de los emprendedores, los entrevistados respondieron lo siguiente, “El Estado debe promover más ferias internacionales para mostrar nuestros productos. Debe brindar preparación y capacitación a empresas que desean internacionalizarse” (Entrevistado 1), “Ya que muchos emprendedores no tenemos claro cómo salir al exterior, creo q el estado debería armar programas para conocer el manejo de este, por lo que facilitar y hacer menos engorrosos los trámites sean muchos sencillos; esto ayudaría mucho de la mano con la inyección de capital y la forma de invertirlo correctamente” (Entrevistado 2), “Realizar programas para incentivar a las empresas a exportar productos terminados” (Entrevistado 3).

En relación al tercer objetivo específico, los emprendedores entrevistados respondieron lo siguiente, “Para incrementar las exportaciones de nuestro país para que esas ganancias que se producen en el exterior signifiquen más divisas para nuestro país” (Entrevistado 1), “Para una amplia exportación de materia prima (verduras, frutas, etc.) ya que es uno de los puntos fuerte en el país para internacionalizarse, ya que esta es de consumo masivo en el mundo por lo que sus ventas van a ser de mayor rapidez y a más grande escala, es la que considero como una excelente inversión”, (Entrevistado 2), “Para mayores ingresos a la empresa, además para conocer nuevos mercados y culturas, para un intercambio de ideas de negocio y tecnología para salir de la zona de confort.” (Entrevistado 3).

En relación al cuarto objetivo específico, los empresarios entrevistados respondieron “En realidad, no. Sólo tuvimos la idea de poner empresa en otros países, pero desconocemos la manera exacta de hacerlo por cada país según sus condiciones de cada uno” (Entrevistado 1), “No, por el momento aún no hemos considerado el punto de internacionalizarnos” (Entrevistado 2), “No, por el momento aún no considero llevar a la empresa a otras fronteras” (Entrevistado 3).

De acuerdo con el objetivo principal el cual es determinar los factores primordiales de emprendimiento que contribuyen con un comercio internacional sostenible para las PYMES, los autores Gutierrez, et al., (2020) tuvieron como objetivo examinar la posición competitiva de las PYMES en las zonas de Trujillo, determinando los factores claves para el rendimiento que tendrán en relación con una competitividad sostenible. Llegando a la



conclusión que los factores estudiados como, calidad, alianzas estratégicas, capital humano, son de gran utilidad para el desarrollo de las PYMES en Trujillo. Jabłońska, y Stawska (2020) sostienen que el emprendimiento se relaciona con la aparición de nuevas entidades comerciales y el desarrollo de las ya existentes, se centra en la percepción de nuevas oportunidades económicas y además introduce nuevas ideas al mercado. Es por ello, se relaciona con el primer objetivo específico el cual es determinar si los factores internos de emprendimiento contribuyen con el comercio internacional sostenible para las PYMES. Falahat, et al., (2020) manifestó que la innovación es una forma de superar las limitaciones de recursos internos que limitan el alcance de sus actividades, y con la información que se recopiló, los entrevistados sostuvieron que los factores primordiales para un emprendimiento sostenible es iniciar con un capital de inversión para dar el primer paso y adquirir experiencia en el transcurso, otro punto que se resalta es contar con un óptimo capital humano, ya que son las personas que estarán contigo en todo momento, si tus colaboradores se mantienen constantemente incentivados y tienen un líder a quien seguir darán su compromiso por cumplir las metas trazadas. Además, sé apreció que los emprendedores entrevistados tienen la facultad para asumir riesgos conforme la situación lo amerite y esto concuerda con el estudio de Gutierrez, et al., (2020). Los factores de emprendimiento son esenciales para la supervivencia de las PYMES ya que, vivimos en un entorno cambiante y estas siempre deben estar dispuestas al cambio, los entrevistados confían en que el talento humano es un factor clave para el éxito del negocio, tener un equipo de trabajo ayuda asumir los problemas que se avecinan también es un factor esencial emocionalmente ya que muchas veces el éxito dependerá del estado de ánimo de los colaboradores.

Así que, con respecto al segundo objetivo específico, determinar los factores externos que contribuyen al comercio internacional de los emprendedores. Canales y De la Vega (2020) tuvieron como objetivo determinar qué factores críticos influyeron en la internacionalización de los productos exportados de Perú y Chile en el periodo 2012-2018. Llegaron a la conclusión que los factores más importantes para una buena internacionalización, en un sector agroindustrial, son la tecnología, el clima empresarial y las políticas gubernamentales, generando así una gran influencia en el desarrollo económico de ambos países. Cancino, et al., (2019) manifestó que, el apoyo financiero se define como una ayuda económica que permite a los emprendedores acceder a créditos para solventar los gastos de inversión del proyecto, existen varios programas del estado que apoyan el emprendimiento. Con la información obtenida por parte de los

entrevistados no concuerda con lo que manifestaron Canales y de la Vega (2020) en su investigación y se pudo apreciar que la presencia del estado es nula, ya que los emprendedores no confían que el gobierno aplique estrategias para promover la internacionalización de sus bienes o servicios.

En relación al tercer objetivo específico con respecto a los propósitos para internacionalizar. Díaz, et al., (2020), tuvieron como objetivo identificar las estrategias y retos que las PYMES enfrentan para participar en los mercados internacionales. Concluyeron de esta manera que es de gran importancia la búsqueda de apoyo de los gobiernos hacia las PYMES para que aumenten sus niveles de competitividad exigidos por las normas de los mercados internacionales de esta forma, promover diversas maneras para su internacionalización, en las que estas empresas cuenten con el acceso a mejores tecnologías y procesos de innovación. Por ello, Mendoza y Giraldo (2017) hicieron énfasis sobre los propósitos para la internacionalización de las PYMES los cuales serían, a) Intercambio de conocimientos tecnológicos, b) Búsqueda de estrategias nuevas tanto económicas y financieras. Los emprendedores entrevistados relacionan los propósitos de internacionalizar con el beneficio de obtener mejores ingresos para sus negocios, así como conocer nuevas culturas y nutrirse de aprendizaje con nuevas tecnologías que le permita sobresalir concordando así con Diaz, et al., (2020) en su investigación.

En relación al cuarto objetivo específico con respecto a los modelos de internacionalización de las PYMES. Pla-Barber, et al., (2020) tuvieron como objetivo interpretar ventajas internacionales específicas para que las PYMES después de su internacionalización puedan encontrar oportunidades para explotar sus recursos en distintos factores múltiples hallados en distintos países utilizando novedosos modelos de negocio basados en su flexibilidad. Llegando a la conclusión que mediante el modelo de redes internacionales facilitan el desarrollo internacional de las PYMES de economías emergentes, facilitando su desempeño mundial a futuro. Chandra y Wilkinson (2017) manifestaron que los modelos de internacionalización ayudan a los empresarios a iniciar su actividad comercial internacionalmente y obtener de esta manera la integración internacional en los mercados extranjeros. Con la interpretación de las respuestas se pudo apreciar que las PYMES, los emprendedores no concuerdan con lo que manifestaron Pla-Barber, et al., (2020) y no consideran internacionalizarse debido a muchos motivos que estas enfrentan, como el escaso apoyo que obtienen de los gobiernos e incluso el propio miedo de fracasar las mantienen aferrados al mercado

nacional, esto es una consecuencia muy grave porque cada día son más los emprendedores que inician una empresa por necesidad de mejorar su estilo de vida en un mercado sumamente atascado.

## V. CONCLUSIONES

1. En este proyecto de investigación se determinó los factores de emprendimiento más relevantes que contribuyen con un comercio internacional sostenible para las pymes y se concluye que los factores como iniciativa empresarial, capital humano, asunción de riesgos, capital financiero, apoyo estatal son cruciales para la sostenibilidad de una pyme y una fuente para su desarrollo, estos factores rodean al emprendedor e influyen directamente en sus actitudes al momento de tomar decisiones.
2. En este proyecto de investigación se determinó que los factores internos de emprendimiento contribuyen con el desarrollo sostenible para las pymes y se concluye que los emprendedores tienen un fuerte conjunto de actitudes como lo es el deseo por cumplir sus metas y mejorar su estilo de vida, el anhelo de sobrellevar su emprendimiento a otro nivel a través de constante trabajo y desempeño. Por otro lado, estos factores no han sido empleados internacionalmente por los emprendedores entrevistados debido a que aún no han asumido el riesgo de internacionalizarse.
3. En este proyecto de investigación se determinó que los factores externos de emprendimiento no contribuyen con el comercio internacional sostenible para las pymes y se concluye que los emprendedores necesitan más el apoyo de un estado comprometido el cual los guíe hacia un camino lleno de éxito, los emprendedores no creen que el gobierno les brindé su apoyo y más aún que este ente no puede llegar a cada uno de ellos.
4. En este proyecto de investigación se determinó cuáles son los propósitos para la internacionalización de las pymes concluyendo que los emprendedores desean comercializar fuera del país con las intenciones de maximizar sus beneficios, buscar nuevas estrategias comerciales y nichos de mercado lo que les permita generar un incremento en sus ganancias.
5. En este proyecto de investigación se determinó cuáles son los modelos con mayor adaptación para la internacionalización de las pymes, con respecto a modelo de redes, los emprendedores desconocen sobre su naturaleza o finalidad ya que, se les hizo una pregunta en cuestión, pero estos desconocían su definición, y se concluye que los emprendedores no han tomado en cuenta en dar ese paso de comercializar internacionalmente por lo cual comercian en el interior del país.

## **VI. RECOMENDACIONES**

1. Partiendo de los resultados de investigación es necesario que los emprendedores se desarrollen profesionalmente para una mejor orientación empresarial, para que puedan profundizar y poner en práctica las capacidades que poseen y aprovechar las herramientas con las que trabajan, deben tomar en cuenta ser asesorado por personas profesionales sobre inversiones y mercados internacionales.
2. Se recomienda a los emprendedores que en cuanto a su emprendimiento no simplemente sigan su negocio con el fin de obtener ganancias, sino ser más perseverantes, tener visión a corto y mediano plazo y siempre innovando con nuevas ideas de negocio.
3. Se recomienda a los emprendedores que trabajen con bancos que no cobren intereses excesivos y que estos puedan invertir libremente su dinero sin atadura, también se recomienda que participen en los pocos programas que el Estado ofrece sobre emprendimiento de esta manera probar su competitividad con respecto a otras PYMES.
4. Se recomienda a los emprendedores que se acojan a un modelo de internacionalización que se adecue a ellos como se explica en esta tesis y no le teman al fracaso, pueden empezar haciendo exportaciones e importaciones espontáneamente para que en un próximo paso puedan hacerlo mediante intermediarios para finalmente a largo plazo tener una filial en el extranjero.
5. Se recomienda a los emprendedores que establezcan tratos de negocios con otras PYMES para obtener mejores resultados en cuanto beneficios económicos, estas estrategias son muy conocidas en las grandes empresas y en el mismo modo estas pueden ponerlas en práctica para una meta compartida.

## REFERENCIAS

Academy of Management Journal, Vol. 43 No. 3, pp. 342-361

Asemokha, A., Musona, J., Torkkeli, L., & Saarenketo, S. (2019). Business model innovation and entrepreneurial orientation relationships in SMEs: Implications for international performance. *Journal of International Entrepreneurship*, 17(3).

Avila, H., González, M., & Licea, S. (2019). La triangulación metodológica como método de la investigación científica: Apuntes para una conceptualización. *Didasc@ lia: Didáctica y Educación*, 10(4), 137-146.

Bagheri, M., Mitchelmore, S., Bamiatzi, V. y Nikolopoulos, K. (2019). Orientación a la internacionalización en pymes: el papel mediador de la innovación tecnológica. *Revista de Gestión Internacional*, 25 (1), 121-139.

Bagheri, M., Mitchelmore, S., Bamiatzi, V., & Nikolopoulos, K. (2019). Orientation towards internationalisation in SMEs: The mediating role of technological innovation. *International Management Review*, 25(1), 121-139.

Barbosa, F., & Romero, F. (2016). The Links Between Innovation, Strategy and Internationalization Processes: A Comprehensive Literature Review. Academic Conferences and Publishing International Limited.

Bardales, E. (2019). Factores que influyen en la internacionalización en pymes de emprendimiento en etapa temprana del Perú en el año 2015. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Lima, Perú.

Benites, L., Escobar, C., Toledo, M., Pérez, M., Alayo, I., & Martínez, J. (2020). Análisis de los factores de competitividad para la productividad sostenible de las PYMES en Trujillo (Perú). *Revista de Metodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*.

Bianchi, C., Glavas, C., & Mathews, S. (2017). SME international performance in Latin America. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.

Bose, T. (2016). Critical success factors of SME internationalization. *Journal of Small Business Strategy*, 26(2), 87-109.

- Buccieri, D., Javalgi, R., & Cavusgil, E. (2020). International new venture performance: Role of international entrepreneurial culture, ambidextrous innovation, and dynamic marketing capabilities. *International Business Review*, 29(2), 101639.
- Canales, L., & De la Vega, I. (2020). Análisis de los factores críticos que influyeron en las exportaciones de arándanos de Perú y Chile a Estados Unidos en el periodo 2012-2018.
- Cancino, C., Núñez, A., & Lindahl, M. (2019). Influence of a seed capital program for supporting high growth firms in Chile. *Contaduría y administración*, 64(1), 2.
- Centeno, A. (2017). El emprendimiento internacional en países en desarrollo: factores determinantes de la predicción del emprendimiento internacional.
- Chandra, Y., & Wilkinson, I. (2017). Firm internationalization from a network-centric complex-systems perspective. *Journal of World Business*, 52(5), 691–701.
- Charmaz, K. y Thornberg, R. (2020). La búsqueda de la calidad en la teoría fundamentada. *Investigación cualitativa en psicología*, 1-23.
- Corte, I. (2020). *Guía Didáctica: Metodología de la Investigación*.
- Dobрева, N. & Ivanov, S. (2020). Cultural entrepreneurship: a literature review.
- Dragun, Ł., Olszyńska, P., Niewińska, P., & Wilczewska, A. (2020). The Uppsala model vs. the network approach in the process of internationalization.
- Drobyszko, S., Hryhoruk, I., Pavlova, H., Volchanska, L., & Sergiychuk, S. (2019). Entrepreneurship innovation model for telecommunications enterprises. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(2), 1-6.
- El Shoubaki, A., Laguir, I., & den Besten, M. (2019). Human capital and SME growth: The mediating role of reasons to start a business. *Small Business Economics*, 1-15.
- Eniola, A. (2020). Entrepreneurial self-efficacy and orientation for SME development. *Small Enterprise Research*, 1-21.
- Escandón, D., & Hurtado, A. (2014). Factors influencing the export development of SMES in Colombia. *Estudios Gerenciales*, 30(131), 172-183.

- Fairlie, W., & Fossen, M. (2018), "Opportunity versus Necessity Entrepreneurship: Two Components of Business Creation." Stanford Institute for Economic Policy Research (SIEPR) Working Paper, (18-48).
- Falahat, M., Ramayah, T., Soto, P., & Lee, Y. (2020). SMEs internationalization: The role of product innovation, market intelligence, pricing and marketing communication capabilities as drivers of SMEs' international performance. *Technological Forecasting and Social Change*, 152, 119908.
- Fernández, J., Berbegal, V., Velasco, F., & Expósito, A. (2018). Efficient entrepreneurial culture: a cross-country analysis of developed countries. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(1), 105-127.
- Flores, M., Acosta, M., & Acolt, R. (2020). Estrategias y Retos en la incorporación de la Pequeña y Mediana Empresa al Comercio Internacional: un enfoque conceptual. *Revista Academia & Negocios*, 6(1), 31-40.
- Freire, M., Cobos, M., & Urrutia, M. (2020). Emprendimiento innovador: análisis internacional comparado. *UNIANDÉS EPISTEME*, 7(2), 192-206.
- Fritsch, M., & Wyrwich, M. (2018). Regional knowledge, entrepreneurial culture, and innovative start-ups over time and space—an empirical investigation. *Small Business*
- Galvão, A., Ferreira, J., & Marques, C. (2018). Entrepreneurship education and training as facilitators of regional development. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.
- Gault, F. (2018). Defining and measuring innovation in all sectors of the economy. *Research policy*, 47(3), 617-622.
- Gbadegeshin, S., Oyelere, S., Olaleye, S., Sanusi, I., Ukpabi, D., Olawumi, O., & Adegbite, A. (2019). Application of information and communication technology for internationalization of Nigerian small-and medium-sized enterprises. *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 85(1), e12059.
- Gonzales, M., & Pérez, J. (2020). Factores del modelo de internacionalización que incidieron en el desarrollo de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica, periodo 2014-2018.



- Grazzi, M., & Jung, J. (2019). What are the drivers of ICT diffusion? Evidence from Latin American Firms. *Information Technologies & International Development*, 15, 15.
- Hamilton, A., & Finley, E. (2019). Qualitative methods in implementation research: an introduction. *Psychiatry research*, 280, 112516.
- Hoorani, B., Nair, L., & Gibbert, M. (2019). Designing for impact: The effect of rigor and case study design on citations of qualitative case studies in management. *Scientometrics*, 121(1), 285-306
- Hoyos, A. (2019). Factores que impulsan la internacionalización en las pymes industriales del Eje Cafetero colombiano: estudio de caso. *Entramado*, 15(2), 78-103.
- Jayanthi, D. (2019). Un estudio sobre el emprendimiento en la India y su promoción en el marco del "STARTUP INDIA" Scheme.
- Karami, M., & Tang, J. (2019). Entrepreneurial orientation and SME international performance: The mediating role of networking capability and experiential learning. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 37(2), 105–124.
- Kuiken, A. (2019). Exploring the internationalization of small and medium-sized enterprises as a discontinuous process (Doctoral dissertation, Jönköping University, Jönköping International Business School).
- Kusa, R. (2019). Opportunity Perception and Entrepreneurs' Motivation in SME Context. *Jan Sas*, 101.
- Liñán, F., Paul, J., & Fayolle, A. (2019). SMEs and entrepreneurship in the era of globalization: advances and theoretical approaches. *Small Business Economics*, 1-9.
- Lindner, J. (2018). Entrepreneurship education for a sustainable future. *Discourse and Communication for Sustainable Education*, 9(1), 115-127.
- Lobo, C., Maldonado, I., & Pacheco, L. (2019). Approaching international markets-inducing factors that can affect the success of internationalization: Comparative study for Portuguese firms between 2014 and 2019.

- Lopez, T., & Alvarez, C. (2018). Entrepreneurship research in Latin America: a literature review. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*.
- Mahmood, K., Lanz, M., Toivonen, V. & Otto, T. (2018). A performance evaluation concept for production systems in an SME network. *Procedia CIRP*, 72,603-608.
- Melendez, F. (2020). La micro, pequeña y medianas empresas como factor importante en el desarrollo de la economía peruana, periodo 2010-2015.
- Mendoza, C., & Giraldo, M. (2017). Internationalization and its relationship with the competitiveness of textile exporting SMEs located in Metropolitan Lima.
- Moen, Ø., & Rialp, A. (2019). European SMEs and the Born Global concept. *The Routledge Companion to European Business*.
- Mohammed, A., Idris, B., Saridakis, G., & Benson, V. (2020). Information and communication technologies: a curse or blessing for SMEs? In *Emerging Cyber Threats and Cognitive Vulnerabilities* (pp. 163-174). Academic Press.
- Mosquera, S. (2017). Competitiveness of Latin American born global: the case of Digital Partners Group (Doctoral dissertation).
- OCDE. (2019) Índice de Políticas PYME: América Latina y el Caribe 2019
- Onkelinx, J., Manolova, T., & Edelman, L. (2016). Human capital and SME internationalization: Empirical evidence from Belgium. *International Small Business Journal*, 34(6), 818-837.
- Orser, B., Riding, A., y Li, Y. (2019). Adopción de tecnología y educación y capacitación en emprendimiento inclusivo de género. *Revista Internacional de Género y Emprendimiento*
- Patnaik, A. (2019). Research Methodology, Design and Methods. In *Institutional Change and Power Asymmetry in the Context of Rural India* (pp. 113-150). Palgrave Macmillan, Singapore.
- Paul, J. & Rosado, A. (2019). Gradual internationalization versus new native global/international models of entrepreneurship *International marketing magazine*.
- Perényi, Á., & Losoncz, M. (2018). A systematic review of international entrepreneurship special issue articles. *Sustainability*, 10(10), 3476.

- Pino, C., Felzensztein, C., & Chetty, S. (2020). Institutional Knowledge in Latin American SMEs. *Journal of Small Business Management*, 1-27.
- Pla-Barber, J., Villar, C., & Ghauri, P. (2020). The internationalisation of SMEs: Creating models for long-term development.
- Puente, R., González, C., & Cervilla, M. (2019). Necessity entrepreneurship in Latin America: it's not that simple. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(9-10), 953-983.
- Ramos, A. (2018). *Metodología de investigación*. (5ta. Ed). México: Grupo Editorial Area de innovación y desarrollo, S.L.
- Ruiz, J., & Pérez, P. (2017). Financing the Internationalization of Spanish Industrial SMEs, 1980-2000: The Case of the Grifols Group. *Universia Business Review*, (55), 64-79.
- Santhosh, C., & Subrahmanya, M. (2019). Internationalization of SMEs in Emerging Economies: Critical Role of Firm-Level Resources. In *Transnational Entrepreneurship* (pp. 37-53). Springer, Singapore.
- Sauza, A., Márquez, M., & Fernández, E. (2018). Políticas de Apoyos Financieros Federales Financing Policies: Federal Financial Support. *Revista Perspectiva Empresarial*, 5(2), 53-62.
- Serida, J., Guerrero, C., Alzamora, J., Borda, A., & Morales, O. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2016-2017*.
- Sibiya, V., & Kele, T. (2019). Barriers and public policies impeding smes international market expansion: a south african perspective. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(1), 1-19.
- Thanos, I., Dimitratos, P. & Sapouna, P. (2017) The implications of international entrepreneurial orientation, politicization, and hostility upon SME international performance. *International Small Business Journal* 35(4): 495–514.
- Torres, R. (2019). *Research methodology. The quantitative, qualitative and mixed routes*.
- Trespalacios, J. (2017). *Marketing insights: the response of commerce to trends in consumer social behavior*.

- Windapo, A. (2018). Entrepreneurial factors affecting the sustainable growth and success of a South African construction company. *Sustainability*, 10(4), 1276.
- Xu, P. (2020). ¿La política de las PYME mejora la productividad de la empresa? Evidencia empírica de América Latina y China. *Investigación de negocios internacionales*, 13 (3), 1-47.
- Yang, Y., Ju, X., (2018). Entrepreneurial orientation and firm performance: is product quality a missing link? *Entrepreneur. Res. J.* 8 (1), 1–13.
- Zambrano, P., Toledo, C., & Menendez, M. (2020). Research Methodology. In *Biblioteca Colloquium*.

## ANEXO

### ANEXO 1: Matriz de categorización

CATEGORÍA		SUBCATEGORÍA	SITUACIÓN PROBLEMÁTICA	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVO ESPECÍFICOS
CATEGORÍA 1	EMPRESARIADO	FACTORES INTERNO	<p>La mayoría de investigaciones se han basado principalmente en las grandes empresas, dejando de lado el estudio hacia las PYMES, de esta manera se ha reducido el apoyo que merecen y necesitan para afrontar los desafíos que estos emprendedores enfrentan en un intento por salir del país e internacionalizarse en la lucha por la sobrevivencia y seguir siendo rentables, librándose de la saturación en los mercados locales.</p>	<p>Este proyecto de investigación planteó como problema general, ¿Cuáles son los factores primordiales de emprendimiento más relevantes que contribuyen con un comercio internacional sostenible para las PYMES?</p>	<p>El objetivo general se planteó con fin de dar respuesta a los problemas de la investigación, siendo el objetivo principal, Determinar los factores primordiales de emprendimiento más relevantes que contribuyen con un comercio internacional sostenible para las PYMES</p>	<p>PE1: ¿De qué manera los factores internos de emprendimiento contribuyen con el comercio internacional sostenible para las PYMES?</p>	<p>OE1: Determinar si los factores internos de emprendimiento contribuyen con el comercio internacional sostenible para las PYMES</p>
		FACTORES EXTERNOS				<p>PE2: ¿De qué manera los factores externos de emprendimiento contribuyen con el comercio internacional sostenible para las PYMES?;</p>	<p>OE2: Determinar si los factores externos de emprendimiento contribuyen con el comercio internacional sostenible para las PYMES</p>
PROPOSITOS	<p>PE3: ¿De qué manera los propósitos para la internacionalización de las PYMES contribuyen con el comercio internacional sostenible para las PYMES?</p>	<p>OE3: Determinar cuáles son los propósitos para la internacionalización de las PYMES para la contribución con el comercio internacional sostenible para las PYMES</p>					
MODELOS INTERNACIONALES	<p>PE4: ¿De qué manera los modelos con mayor adaptación para la internacionalización de las PYMES contribuyen con el comercio internacional sostenible para las PYMES?</p>	<p>OE4: Determinar cuáles son los modelos con mayor adaptación para la internacionalización de las PYMES para la contribución con el comercio internacional sostenible para las PYMES.</p>					
CATEGORÍA 2	INTERNACIONALIZACIÓN						

## ANEXO 2: Matriz de convergencia y divergencia

OBJETIVOS	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	COVERGENCIAS	DIVERGENCIAS
<p>El objetivo general se planteó con fin de dar respuesta a los problemas de la investigación, siendo el objetivo principal, Determinar los factores primordiales de emprendimiento más relevantes que contribuyen con un comercio internacional sostenible para las PYMES</p>	EMPREDIMIENTO	FACTORES INTERNOS	<p>Con la información obtenida por parte de los entrevistados se pudo apreciar que los emprendedores entrevistados tienen la facultad para asumir riesgos conforme la situación lo amerite y esto es un factor esencial para la supervivencia de las PYME, Concordando así con Hoyos (2019) en su investigación "Factores que impulsan la internacionalización en las pymes industriales del Eje Cafetero colombiano"</p>	
		FACTORES EXTERNOS		<p>Con la información obtenida por parte de los entrevistados se pudo apreciar que la presencia del estado es nula, ya que los emprendedores no confían que el gobierno aplique estrategias para promover la internacionalización de sus bienes o servicios. Asimismo, las respuestas obtenidas por parte de los entrevistados no concuerdan con lo que manifestaron Canales y De la Vega (2020) en su tesis titulada "Análisis de los factores críticos que influyeron en las exportaciones de arándanos de Perú y Chile a Estados Unidos en el periodo 2012-2018"</p>
	INTERNACIONALIZACIÓN	PROPÓSITOS	<p>Los emprendedores entrevistados relacionan los propósitos de internacionalizar con el beneficio de obtener mejores ingresos para sus negocios, así como conocer nuevas culturas y nutrirse de aprendizaje con nuevas tecnologías que le permita sobresalir. Asimismo, la información recopilada por parte de los empresarios concuerda con lo</p>	

			<p>que manifestaron Diaz, Macías y Gonzales (2020), en su investigación "Estrategias y Retos en la incorporación de la Pequeña y Mediana Empresa al Comercio Internacional"</p>	
		<p>MODELOS INTERNACIONALES</p>		<p>Con la interpretación de las respuestas se pudo apreciar que las PYMES no consideran internacionalizarse debido a muchos motivos que estas enfrentan. Asimismo, no concuerda con el estudio realizado por Pla-Barber, Villar y Ghauri (2020) en su investigación "The internationalization of SMEs: Creating models for long-term development".</p>

### ANEXO 3: Matriz de revisión documental y entrevistas

Objetivos	Categorías	Subcateg	Revisión Documental	Entrevistas			Ideas principales
				E1	E2	E3	
<p>El objetivo general se planteó con fin de dar respuesta a los problemas de la investigación, siendo el objetivo principal, Determinar los factores primordiales de emprendimiento más relevantes que contribuyen con un comercio internacional sostenible para las PYMES</p>	<p>EMPRENDIMIENTO</p>	<p>FACTORES INTERNOS</p>	<p>Por otro lado, Puente et al., (2019) enfatizaron sobre la iniciativa empresarial dando a conocer que se presenta dos indicadores principales para la iniciativa empresarial impulsados por la necesidad e impulsados por la oportunidad. (p.1)</p>	<p>Pienso que una Iniciativa empresarial es un nuevo proyecto o una nueva idea de negocios para una empresa ya establecida o recién por establecerse.</p>	<p>Es las ganas de progresar; las ganas de realizar tus sueños y mejorar tu estilo de vida con esfuerzo y empeño, lo que te incita a una iniciativa empresarial o poner tu propio negocio.</p>	<p>Es el emprendimiento de una persona o grupo de personas para realizar un plan de negocios, al encontrar o crear una necesidad.</p>	<p>Iniciativa empresarial</p>
		<p>FACTORES EXTERNOS</p>	<p>Existen varios programas del estado que apoyan el emprendimiento, como el caso del capital semilla que se otorga en distintos concursos a las ideas más innovadoras con el objetivo de reducir los problemas de financiamiento y guiar a los emprendedores en la fundación y puesta en marcha de negocios de alto potencial de crecimiento. (Cancino,</p>	<p>El Estado debe promover más ferias internacionales para mostrar nuestros productos. Debe brindar preparación y capacitación a empresas que desean internacionalizarse.</p>	<p>Ya que muchos emprendedores no tenemos claro cómo salir al exterior, creo q el estado debería armar programas para conocer el manejo de este, por lo que facilitar y hacer menos engorrosos los trámites sean muchos sencillos; esto ayudaría mucho de la mano con la inyección de capital y la forma de</p>	<p>Realizar programas para incentivar a las empresas a exportar productos terminados.</p>	<p>Apoyo del estado</p>



		Núñez y Lindahl, 2019, p.2).		invertirlo correctamente.		
INTERNACIONALIZACIÓN	PROPÓSITOS	Bardales (2019) señaló a la internacionalización como un proceso en el cual las industrias planifican sus funciones hacia los mercados globales, permitiéndoles participar y acceder a nuevos mercados, abriéndose así un mundo nuevo lleno de posibilidades que les beneficien en corto, mediano y largo plazo (p.1)	Para incrementar las exportaciones de nuestro país para que esas ganancias que se producen en el exterior signifiquen más divisas para nuestro país	Para una amplia exportación de materia prima (verduras, frutas, etc.) ya que es uno de los puntos fuerte en el país para internacionalizarse, ya que esta es de consumo masivo en el mundo por lo que sus ventas van a ser de mayor rapidez y a más grande escala, es la que considero como una excelente inversión	Para mayores ingresos a la empresa, además para conocer nuevos mercados y culturas, para un intercambio de ideas de negocio y tecnología para salir de la zona de confort.	Propósitos de internacionalización
	MODELOS INTERNACIONALES	Se definió al modelo de redes como un factor clave porque influye en la internacionalización de las PYMES. Las redes disponibles ayudan a los empresarios a iniciar su actividad comercial internacionalmente y obtener de esta manera la integración internacional en los mercados extranjeros. (Chandra y Wilkinson, 2017, p.695)	En realidad, no. Sólo tuvimos la idea de poner empresa en otros países, pero desconocemos la manera exacta de hacerlo por cada país según sus condiciones de cada uno	No, por el momento aún no hemos considerado el punto de internacionalizarnos.	No, por el momento aún no considero llevar a la empresa a otras fronteras	Modelo de Internacionalización

#### ANEXO 4: Matriz de revisión documental y antecedentes

OBJETIVOS	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	Revisión Documental	Antecedentes	Comentarios
<p>El objetivo general se planteó con fin de dar respuesta a los problemas de la investigación, siendo el objetivo principal, Determinar los factores primordiales de emprendimiento más relevantes que contribuyen con un comercio internacional sostenible para las PYMES</p>	EMPREDIMIENTO	FACTORES INTERNOS	<p>Hoyos (2019) analizó los factores como, a) edad, b) orientación internacional, c) producción, d) innovación, e) mercadeo, f) capital humano, g) gerencia, h) costos, i) calidad, que impulsaron a las PYMES industriales en Colombia a internacionalizarse.</p>	<p>Gutiérrez, Escobar, Toledo, Pérez, Alayo y Martínez (2020) en su tesis “Análisis de los factores de competitividad para la productividad sostenible de las PYMES en Trujillo - Perú”. Tuvieron como objetivo examinar la posición competitiva de las PYMES en las zonas de Trujillo, determinando los factores claves para el rendimiento que tendrán en relación con una competitividad sostenible.</p>	<p>Utilizaron un enfoque cualitativo basado en una recopilación de información mediante encuestas de diversos sectores de la zona de Trujillo. Llegando a la conclusión que los factores estudiados como, calidad, alianzas estratégicas, capital humano, son de gran utilidad para el desarrollo de las PYMES en Trujillo.</p>
		FACTORES EXTERNOS	<p>Se entiende como factores externos, aquellos que surgen del ambiente y que pueden favorecer o limitar a las PYMES en su proceso de internacionalización. La investigación muestra factores externos de emprendimiento como la educación, apoyo financiero, políticas públicas, cultura empresarial, infraestructura. (Miranda, Morales y Morales, 2020, p.24)</p>	<p>Hoyos (2019) en su investigación “Factores que impulsan la internacionalización en las pymes industriales del Eje Cafetero colombiano”. Sostuvo como objetivo identificar de qué manera los factores influyen en el desarrollo de las PYMES para su internacionalización.</p>	<p>Se concluyó que los factores internos son de mayor relevancia en el área de internacionalización ya que, puede afectar de gran manera tanto positiva como negativamente a las PYMES si se le da mayor importancia al perfil y nivel educacional de los colaboradores y directiva que trabajan en la empresa, el conocimiento y la capacitación les permitirá a las pymes asumir mayores riesgos de desarrollo internacional.</p>
	INTERNACIONALIZACIÓN	PROPÓSITOS	<p>Mendoza y Giraldo (2017) hicieron énfasis sobre los propósitos para la internacionalización de las</p>	<p>Canales y De la Vega (2020) en su tesis titulada “Análisis de los factores críticos que influyeron en</p>	<p>Llegaron a la conclusión que los factores más importantes para una buena</p>

			<p>PYMES los cuales serían, a) Intercambio de conocimientos tecnológicos, b) Búsqueda de estrategias nuevas tanto económicas y financieras, c) Dinamismo para los procesos de gerencias[...]. (p.10)</p>	<p>las exportaciones de arándanos de Perú y Chile a Estados Unidos en el periodo 2012-2018". Tuvieron como objetivo determinar qué factores críticos influyeron en la internacionalización de los productos exportados de Perú y Chile en el periodo 2012-2018.</p>	<p>internacionalización, en un sector agroindustrial, son la tecnología, el clima empresarial y las políticas gubernamentales, generando así una gran influencia en el desarrollo económico de ambos países.</p>
		<p>MODELOS INTERNACIONALES</p>	<p>Liñan y Fayolle (2019) ofrecieron modelos sobre las perspectivas de la internacionalización de las PYMES. Los modelos utilizados en su investigación se especifican como, a) Modelo Uppsala, b) Modelo de Redes, c) Modelos Born Global d) Modelo Ecléctico de Dunning. (p.21)</p>	<p>Diaz, Macías y Gonzales (2020), en su investigación "Estrategias y Retos en la incorporación de la Pequeña y Mediana Empresa al Comercio Internacional: un enfoque conceptual", tuvieron como objetivo identificar las estrategias y retos que las PYMES enfrentan para participar en los mercados internacionales.</p>	<p>Esta investigación usó un estudio de casos múltiples, de enfoque cualitativo. Concluyeron de esta manera que es de gran importancia la búsqueda de apoyo de los gobiernos hacia las PYMES para que aumenten sus niveles de competitividad exigidos por las normas de los mercados internacionales de esta forma, promover diversas maneras para su internacionalización, en las que estas empresas cuenten con el acceso a mejores tecnologías y procesos de innovación.</p>

## ANEXO 5: Instrumento de recolección de datos

<b>CATEGORÍA 1: FACTORES DE EMPRENDIMIENTO</b>
1. ¿Según su experiencia cuáles cree que son los factores más importantes que un emprendedor debe poseer para el desarrollo y crecimiento de una PYME?
<b>SBC 1: FACTORES DE EMPRENDIMIENTO INTERNO</b>
2. ¿A qué denomina usted iniciativa empresarial?
3. ¿Se considera usted capaz de asumir riesgos conforme la situación lo amerite?
4. ¿Considera usted que el apoyo hacia el talento humano guía hacia el camino de la internacionalización?
<b>SBC 2: FACTORES DE EMPRENDIMIENTO EXTERNO</b>
5. ¿Ha tenido problemas de trámites con algún producto importado o exportado? ¿Qué tipo de problemas?
6. ¿Considera usted que el apoyo que brinda el estado es suficiente para que las pequeñas empresas se desarrollen y se internacionalicen?
7. Con respecto al apoyo financiero. ¿Qué entidades económicas conoce y cuáles recomienda para el desarrollo de una PYME?
8. ¿Cuál cree que sería un buen incentivo por parte del estado para que una empresa pueda llegar a internacionalizarse?
<b>CATEGORÍA 2: INTERNACIONALIZACIÓN</b>
<b>SBC 1: PROPÓSITO DE INTERNACIONALIZACIÓN</b>
9. ¿Cuáles considera como razones importantes para realizar actividades económicas fuera del país?
10. ¿Según su experiencia qué países proporciona mejores beneficios y con cuales desearía formar vínculos? ¿Por qué?
11. ¿De qué manera las entidades públicas lo han favorecido?
12. ¿Cuáles fueron sus mayores retos al momento de iniciar su empresa? ¿Qué actitud impuso para poder superarlos?
<b>SBC 2: MODELO DE INTERNACIONALIZACIÓN</b>
13. ¿UD. tuvo algún modelo de internacionalización? ¿En qué consistió?
14. ¿Utilizó algún modelo de redes para ofrecer su producto o servicio?
15. ¿Vio la necesidad de salir del país con la ayuda de un socio comercial?
16. ¿Qué tipo de problemas ha enfrentado al realizar actividades de comercio exterior? ¿Y cómo lo solucionó?



## Anexo 6: Validación de expertos

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

#### I. DATOS GENERALES

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Mike Paul Berta Hinostraza  
 I.2. Especialidad del Validador: Magister en Negocios Internacionales  
 I.3. Cargo e Institución donde labora: Director de Escuela Profesional  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Clasificación de factores de emprendimiento para la internacionalización de las PYMES  
 I.5. Autor del instrumento: Ramos Miranda, Nathaly Paola y Sipirán Suárez, Jerzy Mircovich

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

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

#### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

#### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90

Los Olivos, 30 de setiembre del 2020.

  
 Firma de experto informante  
 DNI: 07861796  
 Teléfono: \_\_\_\_\_

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**
**I. DATOS GENERALES**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: José Chombo Jaco  
 I.2. Especialidad del Validador: Magister en Negocios Internacionales  
 I.3. Cargo e Institución donde labora: Director de Escuela Profesional  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Clasificación de factores de emprendimiento para la internacionalización de las PYMES  
 I.5. Autor del instrumento: Ramos Miranda, Nathaly Paola y Sipirán Suárez, Jerzy Mircovich

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

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**
**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

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

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

80
----

San Juan de Lurigancho, 30 de noviembre del 2020.




Firma de experto informante

DNI: 09652149

Teléfono: 974158898

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**
**I. DATOS GENERALES**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Navarro Soto Fabiola Cruz  
 I.2. Especialidad del Validador: Doctora  
 I.3. Cargo e Institución donde labora: Investigadora, Universidad César Vallejo  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Clasificación de factores de emprendimiento para la internacionalización de las PYMES  
 I.5. Autor del instrumento: Ramos Miranda, Nathaly Paola y Sipirán Suárez, Jerzy Mircovich

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

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**
**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

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

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

92%

San Juan de Lurigancho, 01 de octubre del 2020.



Firma de experto informante

DNI: 21010733

Teléfono: 998595925



**Declaratoria de Originalidad de los Autores**

Nosotros, RAMOS MIRANDA NATHALY PAOLA, SIPIRAN SUAREZ JERZY MIRCOVICH estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "CLASIFICACION DE FACTORES DE EMPRENDIMIENTO PARA LA INTERNACIONALIZACION DE LAS PYMES", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
SIPIRAN SUAREZ JERZY MIRCOVICH <b>DNI:</b> 75627443 <b>ORCID</b> 0000-0002-1693-3919	Firmado digitalmente por: JSIPIRANS el 28-12-2020 10:06:38
RAMOS MIRANDA NATHALY PAOLA <b>DNI:</b> 73689285 <b>ORCID</b> 0000-0002-7551-4466	Firmado digitalmente por: RAMOSM11 el 28-12-2020 10:04:27

Código documento Trilce: INV - 0025818