



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

Prevalencia del Comercio Exterior como aporte a la economía familiar de la
Provincia del Santa por alumnos de universidades privadas. Año 2017

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

AUTOR:

Acosta Salinas Carlos Fernando

ASESOR:

Dra. Olenka Ana Catherine Espinoza Rodriguez

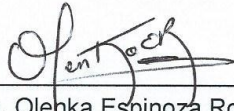
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

CHIMBOTE – PERÚ

(2017)

PAGINA DEL JURADO



Dra. Olenka Espinoza Rodríguez

Presidente



Mg. Édison Chacón Arenas

Secretario



Dra. Jaela Peña Romero

Vocal

DEDICATORIA

A Dios que es mi guía espiritual y el camino que debo seguir para salir adelante y orientarme en mis objetivos.

Dedico este espléndido trabajo a mi madre Ana Salinas Alva, fuente de mi inspiración, quien me inculco la disciplina, perseverancia en mis objetivos y me brindo todo su apoyo a lo largo de este camino tan importante y novedoso para mí; por compartir conmigo un sueño

A mi familia en general quienes fueron los que estuvieron más cerca de mí y en quienes pude encontrar apoyo en todo momento en esta travesía de mi vida universitaria.

A mis profesores que fueron los cuales sembraron la semilla para que diera resultados y permitiera ser lo que hoy soy, gracias por educarme y ser testigos de sus enseñanzas en esta etapa de mi vida.

AGRADECIMIENTO

A mi familia, fuente de apoyo constante e incondicional en toda mi vida y más aún en mis duros años de carrera profesional y en especial quiero expresar mi más grande agradecimiento a mi madre que sin su ayuda hubiera sido imposible culminar mi profesión.

A mis asesores Olenka Espinoza Rodriguez (Asesora metodóloga) y Edinson Chacón Arenas (Asesor temático) por la guía y el apoyo brindado para el desarrollo de este proyecto pues sus enseñanzas fueron la base para la elaboración de mi investigación.

A mi novia Alejandra Herrera, por estar conmigo en cada momento apoyándome en todo este trayecto y luchando por que nuestros objetivos propuesto para que hagan realidad como este primer paso que vamos a dar juntos que es el de acabar nuestra carrera profesional.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Carlos Fernando Acosta Salinas con DNI N° 71329161 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales Escuela de Administración declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Nuevo Chimbote, Julio del 2017

Acosta Salinas Carlos Fernando

Tesista

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada "Prevalencia Del Comercio Exterior Como Aporte A La Economía Familiar De La Provincia Del Santa Por Alumnos De Universidades Privadas. Año 2017", la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Administración

El Autor

INDICE

Página del Jurado.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Índice.....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	10
1.1. Realidad Problemática.....	10
1.2. Trabajos Previos.....	13
1.3. Teorías Relacionadas al tema.....	17
1.3.1 Comercio Exterior.....	17
1.3.2 Teorías del comercio exterior.....	18
1.3.3 Características del comercio exterior.....	26
1.3.4 Economía.....	30
1.4. Formulación al Problema.....	34
1.5. Justificación del estudio.....	35
1.6. Hipótesis.....	36
1.7. Objetivo.....	36
II. MÉTODO.....	37
2.1. Diseño de investigación.....	38
2.2. Variables, operacionalización.....	39
2.3. Población y muestra.....	40
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	42
2.5. Métodos de análisis de datos.....	44
2.6. Aspectos éticos.....	46

III. RESULTADOS.....	47
IV. DISCUSIÓN.....	76
V. CONCLUSIONES.....	81
VI. RECOMENDACIONES.....	84
VII. PROPUESTA.....	87
VIII. REFERENCIAS.....	94
ANEXOS.....	97

Instrumentos

Validación de los instrumentos

Matriz de consistencia

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la prevalencia en comercio exterior por alumnos de Universidades Privadas en la Provincia del Santa. La población para esta investigación estuvo conformada por los estudiantes de las 3 universidades Privadas en la provincia del santa, de diferentes carreras quienes proporcionaran información para desarrollar los objetivos establecidos, que son 700 estudiantes, la muestra para esta investigación se consideró 248 alumnos con las características de la población. Habiéndose realizado un muestreo aleatorio simple. La Técnica que se utilizara para la recolección de datos fue la encuesta, como instrumento se utilizó el cuestionario de encuesta, la presente investigación se llevó a cabo en la ciudad de Chimbote. La participación de cada estudiante encuestado duró entre 10 a 20 minutos, todo esto dependiendo de la agilidad y comprensión de cada uno de ellos. Los resultados obtenidos muestran que una proporción de la muestra ya incursiona en el comercio exterior lo cual es beneficioso para un aporte significativo a la economía familiar. Finalmente se concluye que los estudiantes quienes ya incursionan en comercio exterior deben de conocer mayor información de posibilidades para su desarrollo en esta actividad económica que es el comercio exterior y lograr un buen nivel en ello.

Palabras Clave: Exportaciones, importaciones, economía familiar, ingresos.

ABSTRACT

The present research had as general objective to determine the prevalence in foreign trade by students of Private Universities in the Province of Santa. The population for this research was made up of students from the 3 Private Universities in the province of Santa, from different careers who provided information to develop the established objectives, which are 700 students, the sample for this research was considered 248 students with the characteristics Of the population. A simple random sampling was performed. The technique that we used for the data collection was the survey, as an instrument was used the survey questionnaire, the present investigation was carried out in the city of Chimbote. The participation of each student surveyed lasted between 10 to 20 minutes, all depending on the agility and understanding of each one of them. The results obtained show that a proportion of the sample already ventures into foreign trade which is beneficial for a significant contribution to the family economy. Finally, it is concluded that students who are already entering foreign trade must know more information about possibilities for their development in this economic activity that is foreign trade and achieve a good level in this.

Keywords: Exports, imports, family economy, income.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática

El análisis de la realidad problemática permitió analizar con certeza el problema de las personas y en particular de estudiantes universitarios quienes están por terminar una carreras profesional, y no encuentran una estrategia eficaz para emprender un negocio en su localidad, país y el en mundo, pues se puede atribuir que gran parte de los fracasos de estos dan resultados finales, la falta de conocimiento en términos de comercio exterior y la ejecución de esta actividad empresarial que se puede desarrollar y aprovechar una gama amplia de oportunidades, así mismo es de precisar que esto tiene un trasfondo que se remite al aspecto teórico o conceptual respecto de la comprensión en si o concepto del comercio exterior, esto se sustenta en el artículo publicado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, (2014), titulado “Comercio Exterior”, quien afirma que este es el intercambio de bienes productos y servicios entre dos o más países o regiones económicas y se realiza de dos maneras: exportaciones como salidas de mercancía de un país e importaciones como entradas de mercancías procedentes de otros países.

Históricamente se ha observado que en la década de los 90 el Perú se encontró tratando de superar las épocas de hiperinflación y caos que se vivía en el país, lo cual demando muchos años para poder supéralo, pues esta situación genero por muchos años que los habitantes de provincias busquen alternativas y oportunidades laborales para la mejora de la situación económica, sin embargo le fue adverso, por lo que la creatividad del peruano tomo fuerza para subsistir, así el termino emprendimiento se vio motivado por la necesidad, para implementar una idea de negocio sin conocer el potencial de mercado para generar ingresos.

Se reconoce que en nuestro país el ciudadano peruano es un emprendedor innato lo cual le permite incursionar en negocios y generar ingresos posteriormente lograr su bienestar, pues esto resulta ser tan novedoso, ya que sabemos que esto se refleja desde años atrás, sin embargo el emprender

tu propio negocio con objetivos concretos resulta difícil al no conocer fundamentos básicos que servirían trascender en un futuro.

El comercio exterior en nuestro país se está desarrollando de forma creciente en cuanto a las exportaciones e importaciones, lo cual muestra una vista prospera en el emprendimiento de este negocio, pues cada vez hay más interés por productos peruanos que se dan a conocer en el exterior, un dato importante para añadir pues, con la Unión Europea se muestra que las exportaciones e importaciones están creciendo de manera ascendente y lo mejor es que no solo los productos tradicionales como los alimentos o la minería, sino que también la artesanía, productos de lana o de alto valor están generando un mayor interés en el exterior.

Por consiguiente el comercio es una de las mejores herramientas para lograr crear una empresa propia pues se refleja que el Perú tiene recursos y mucha creatividad para conocer al mundo exterior que da la oportunidad de ofertar nuestros productos con un impacto internacional.

Además la economía en nuestra localidad se encuentra en desaceleración por los diferentes acontecimientos vividos, lo cual es necesario una reactivación para el desarrollo de la población, los jóvenes universitarios se ven en la obligación por emprender un negocio que los retribuya personalmente y ayude a que la localidad a surgir de esta situación caótica.

Hoy en día los universitarios no se dan cuenta de las grandes oportunidades que tienen por delante, para generar grandes negocios, la mayoría de jóvenes piensan en terminar su carrera profesional lo cual es gratificante, sin embargo deberían incursionar o emprender en un negocio estando en la etapa académica con puedan lograr objetivos personales y empresariales dado a su futura profesión, pues es necesario verlo desde este punto de vista y dar a notar esta deficiencia y desinterés de los jóvenes por relacionarse con los negocios el cual brinda muchas oportunidades que podrían dar a conocer internacionalmente sus aquellos productos nacionales y creativos que al mismo tiempo darán a notar y realzar sus capacidades y

habilidades para el buen manejo en comercio exterior de tal forma vez poder ser de gran aporte a la economía de su localidad.

La realidad de los jóvenes universitarios en nuestra localidad quienes representan a las universidades privadas entre las cuales se encuentran la Universidad Cesar Vallejo, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote y la Universidad San Pedro. Cada una de ellas brindan conocimientos y cursos con buena data sobre los negocios internacionales, por el contrario son pocas lo llevan a la práctica, lo cual no despierta el ánimo y fervor del alumno en realizar esta actividad de gran beneficio y oportunidad, pues involucrarse en el mundo del comercio permitiría al joven de su natal local a promover los productos locales y a la vez traer productos nuevos e innovadores del exterior para darlos a conocer a la ciudad.

De acuerdo a lo anteriormente explicado, se plantea las siguientes preguntas:

¿Cuál es la prevalencia en la incursión del comercio exterior por los alumnos de universidades privadas en el año 2017?

¿Cómo es el aporte a la economía familiar de la provincia de la Santa por los alumnos de las universidades privadas en el año 2017?

¿Cómo proponer estrategias para incursionar en el comercio exterior y mejorar el aporte de la economía familiar en la provincia de la Santa para el año 2017?

1.2 Trabajos previos

Sotomayor (2014), en su tesis:

Impacto del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos, en las exportaciones de La Libertad: 2005-2012” (Trujillo – Perú) cuyo tipo de investigación es descriptivo, utiliza un diseño longitudinal con una muestra de población de 15 empresas de la Libertad se concluyendo que: El impacto que ha generado la entrada en vigencia del TLC Perú - EEUU en la oferta exportable del departamento de La Libertad. Asimismo tiene como objetivos específicos: Determinar la conformación de la oferta exportable de la Libertad y los principales países destino de sus exportaciones, describir el volumen y valor total de las exportaciones de La Libertad hacia los Estados Unidos, analizar la oferta exportable y medir el grado de diversificación de las exportaciones hacia Estados Unidos durante dos periodos de tiempo: Pre TLC (2005 - 2008) y Post TLC (2009 - 2012). Esta investigación se ha desarrollado utilizando la información obtenida de la base de datos mensual de comercio exterior de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT). El procedimiento seguido en la investigación consistió en la realización de un análisis descriptivo del comportamiento del volumen y valor FOB de las exportaciones de La Libertad hacia los EEUU, haciendo uso de cuadros y gráficos estadísticos. También se utilizó el índice de Herfindahl-Hirschman, para medir el grado de diversificación de la oferta exportable de la región. La hipótesis planteada en la presente investigación sostiene que "el tratado de libre comercio suscrito con los Estados Unidos permitió el crecimiento de las exportaciones liberteñas, principalmente de productos mineros y agroindustriales".

Alfaro (2012), en su tesis:

Estudio sobre el impacto de las exportaciones en el crecimiento económico del Perú durante los años 1970 – 2010” (Lima – Perú) con tipo estudio descriptivo, y un diseño longitudinal de se concluye que: La apertura comercial y promoción de productos a nivel internacional, han hecho que las exportaciones peruanas, sean tradicionales o no tradicionales, aumenten considerablemente en la última década. Así se tiene que como porcentaje del PBI las exportaciones representaron el 3.53% en 1970, el 9.6% en 1980, el 8.78% en 1990, el 12.62% en el 2000 y el 37.17% en el 2010, notándose que luego de la puesta en marcha del Plan Estratégico Nacional Exportador la tasa de crecimiento de las exportaciones ha sido gradualmente mayor.

Del Junco (2013) en su tesis:

Relación entre la exportación de cobre y el desarrollo económico del departamento de Ancash en el periodo (2008 – 2012)” (Chimbote – Perú), cuyo tipo de estudio correlacional, no experimental longitudinal, con una población conformada por informes de exportaciones y técnicos, concluye: Que la exportación de cobre en el departamento de Ancash, según el valor fob, entre los años (2008 – 2009) presento un registro correspondiente a US\$ 2,116. 060 millones a US\$ 1,194.561 millones, por lo tanto registra un crecimiento favorable de durante el periodo estudiado. En el estudio se ha llegado a determinar el desarrollo económico del departamento de Ancash; respecto al PBI entre los periodos 2008 a 2012 paso de S/.6, 457. 79 millones a S/. 7,410.88 millones. Respecto al ingreso per cápita mensual, en el periodo ascendió de S/.66.50 nuevos soles a S/. 703.90 nuevos soles.

Flores (2013) en su tesis:

Análisis del comercio ambulatorio y su crecimiento económico en el distrito de Nuevo Chimbote en el periodo (2010 – 2013), cuyo tipo de estudio descriptivo no experimental longitudinal, con una población de 1700 personas, se concluye que: El comercio ambulatorio ha tenido un crecimiento económico en el distrito de Nuevo Chimbote que ha sido favorable, en donde los ingresos desde el año 2010 al 2013 en un análisis trimestral, van en aumento comparándolos de forma ascendente. El crecimiento promedio por trimestre es de 3.3% del mismo modo se calculó que trimestralmente el área de comercio ambulatorio de la Municipalidad de Nuevo Chimbote tiene un ingreso de S/.38.986.48 eso se debe a los pagos que realiza cada comerciante cuando realiza un trámite de autorización para el uso de la vía pública, como también el pago de la CISA comercial que se hace diariamente. Estos ingresos conjuntamente con el aumento de personas que practican esta actividad, ayuda a tener un crecimiento cada año.

Hualpahuaque (2013) en su tesis:

La exportación de Mango Kent y su efecto en el crecimiento económico de la provincia de Casma (2005 – 2012) (Chimbote - Perú), cuyo tipo de investigación es correlacional causal – de diseño longitudinal, con una población de 11 productores de mango Kent, concluye: Se llegó a analizar el volumen de las exportaciones de mango Kent cuyo volumen promedio de exportación en el periodo 2005 – 2012 fue de 6,366 Y.M. por año, donde su variación porcentual por año deja notar una tendencia ascendente, por lo tanto se concluye que el volumen de exportaciones han incrementado favorablemente año tras año pasando de un volumen exportado de 3,596.08 T.M. en el año 2005 a 10,592.84 T.M. en el

año 2012 y que la oferta exportable de la provincia de Casma se concentra principalmente en los productos agrícolas no tradicionales como el mango Kent.

De acuerdo a los resultados obtenidos se concluye que la tendencia del crecimiento económico de la provincia de Casma medido en función al PBI de Ancash es creciente, puesto que el PBI de Ancash en el año 2004 tuvo un valor de 5, 253,292 en miles de nuevos soles y en el periodo 2012 su valor fue de 6, 846,129 en miles de nuevos soles lo que hace notar un aumento aproximado de un 30 % del año 2014 al 2012.

Suazo (2014) en su tesis:

Influencia de la Agro exportación no tradicional en el crecimiento de la Región de Ancash Periodo (2005 – 2012) (Chimbote – Perú), cuyo tipo de investigación es descriptivo de diseño longitudinal, con una población de 43 productores agrónomos, concluye: Se ha analizado las variaciones del crecimiento económico de la Región de Ancash entre el lapso de años de 2005 al 2012, donde se determina que la variación promedio por año es de 2.49 % logrando tener crecimiento económico de forma positiva con el transcurrir de los años.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1 COMERCIO EXTERIOR

Daniels (2012) define que consisten en todas las transacciones comerciales (incluidas ventas, inversiones y transporte) que se llevan a cabo entre dos o más países (p.7).

Resaltan los intercambios comerciales que se puede dar entre países, personas para así dar a conocer sus productos de procedencia.

Salvador (2008) define que es la introducción de productos extranjeros a un país y la salida de estos a otros países, integran lo que se denomina Comercio Exterior” (p.21).

Salvador denomina al comercio exterior como a la entrada de productos internacionales hacia un país y la salida de otros productos a los demás países.

Alcides (2010), aduce que la prevalencia:

Es la proporción de individuos de una población que presentan el evento en un momento, o periodo de tiempo, determinado la noción de prevalencia se vincula con la definición oficial que establece que toda prevalencia es el hecho de sobresalir o destacarse de algún objeto, alguna persona o alguna situación también menciona que una de las características principales de la prevalencia es que es un número estático que no puede ser aplicado a varios momentos o espacios ni del cual se pueden obtener proyecciones completamente verificables (pag 13).

Avalos (2012), manifiesta que la participación estudiantil o universitaria participación estudiantil es fundamental para el buen desarrollo democrático de la institución, la participación universitaria es, además, una preocupación central de los órganos y cargos de dirección de la universidad.

Núñez (2011) manifiesta que es un conjunto de transacciones comerciales o de intercambio de bienes y servicios entre dos o más países, que generan actividades de exportación e importación". (p.38)

El autor hace referencia al comercio exterior como el intercambio de productos o servicios entre países lo cual genera una exportación e importación para estos.

1.3.2 TEORÍAS DEL COMERCIO EXTERIOR

Daniels (2012) manifiesta que la teoría del mercantilismo:

Sostiene que las ganancias de un país se mide por sus ganancias, que por lo general es determinado como oro, sin embargo los países deben exportar en mayor cantidad de lo que importan y así podrán lograr éxito, recibirán oro de los países que operan con déficit.

Además la definición de balanza comercial, que es parte de la etapa del mercantilismo explica cuando una balanza comercial es favorable e indica que un país exporta más de lo que importa, por lo contrario cuando

es desfavorable indica lo opuesto a lo que se conocemos como déficit, por consiguiente, no es necesariamente benéfico operar con un superávit comercial ni desventajoso operar con un déficit comercial.

Un determinado País que opera con una balanza comercial favorable, está en ese momento importando bienes y servicios con un valor menor al que puede exportar (p.210).

Daniels hace referencia a la importante teoría del mercantilismo donde es el mismo país el que debe exportar en gran magnitud a comparación de importar, de tal forma puede generar mayor ingresos.

Sullivan (2011) manifiesta a la teoría de la ventaja absoluta:

Esta teoría sostiene que diferentes países producen los mismos bienes de forma más eficiente que otros, y pregunta por qué los ciudadanos de cualquier país deberían comprar productos o bienes internamente, cuando podrían ser comprarlos a más bajo precio en el exterior. Si el comercio fuera restringido, el país se especializaría en aquellos productos que le dieran una ventaja competitiva, pues los recursos se canalizarían hacia las industrias más eficientes debido a que no podrán competir en las incompetentes, a través de la especialización podría incrementar su eficacia por las siguientes razones importantes:

La mano de obra se volvería más especializada al repetir las mismas tareas.

Las jornadas largas de producción proporcionarían incentivos para desarrollar métodos de trabajo más efectivos (p.222).

Sullivan, en esta teoría de la ventaja absoluta trata de explicarnos con mucho énfasis que cada país debe tener una ventaja competitiva en la cual se desarrolle y sea más eficiente para así poder lograr la especialidad en un bien a producir.

Porter (2008) manifiesta la estrategia de diferenciación:

Consiste en producir o vender productos considerados únicos en el mercado y que ofrezcan algo que les permita diferenciarse o distinguirse de los de la competencia. A través de la aplicación de esta estrategia se busca principalmente la preferencia de los consumidores, pudiendo llegar al punto de aumentar los precios en caso de que éstos reconozcan las características diferenciadoras del producto.

Lo que refiere Porter con esta estrategia es darle una diferencia o un atributo que distinga al producto para un negocio eficaz y captación del mercado.

Porter (2008), refiere a la estrategia de enfoque:

Consiste en concentrarse en un segmento específico del mercado; es decir, concentrar los esfuerzos en producir o vender productos que satisfagan las necesidades o preferencias de un determinado grupo de consumidores dentro del mercado total que existe para los productos. A través de la aplicación de esta estrategia se busca especializarse en un mercado reducido pero bien definido y, por tanto, ser más eficiente de lo que se sería atendiendo a un mercado amplio y variado.

Porter manifiesta que este tipo de estrategia se concentra y aplica a un determinado sector del mercado para satisfacer sus necesidades.

Sullivan (2011) define a la teoría de la ventaja comparativa:

Describe que incluso así puede haber ganancias por la eficacia del comercio global, pues si un país se especializa en lo que puede producir de modo más eficaz, sin importar si otros países pueden producir o no los mismos bienes eficientemente, pues aunque esta teoría podría parecer incongruente al inicio, una analogía debe aclarar la lógica. Refiere a que el mejor médico que hay en la ciudad también es el mejor administrador médico, este no tendría sentido económico para este profesional manejar todas las responsabilidades médicas, incluso aunque eso signifique tener que contratar a un administrador menos especializado para la oficina, de igual forma un determinado país gana si concentra los recursos en los bienes que puede producir de manera más eficiente, entonces comercializa algunos de los productos básicos por otros producidos de afuera (p.225).

Sullivan, nos transmite lo que realmente significa realizar una ventaja comparativa, diferente a la ventaja absoluta, pues esta es la capacidad que tiene una persona, organización o país para poder producir un bien utilizando relativamente menos recursos que los demás, de tal forma realiza lo realiza con mayor eficiencia.

Salvador (2008) manifiesta que la teoría clásica del comercio internacional desarrollo económico:

De acuerdo con la teoría, los países deben aprovechar los recursos naturales y del tal forma especializarse en la producción de artículos que gocen de ventajas comparativas. Estas naciones deben exportar a fin de poder importar de otras naciones bienes producidos en mejores condiciones.

De tal manera, se establece una división internacional del trabajo que beneficia a todos los países, debido a que tendría como resultado un ingreso más elevado y cada vez mejor distribuido entre todas las naciones.

Salvador, resalta lo importante de esta teoría que es que los países deben explotar sus recursos y concentrarse en la producción en las que tengan mayor especialización y por otra parte importar de otros países lo mejor que hacen.

Salvador (2008) refiere a la teoría Pura y Monetaria del Comercio Internacional:

El estudio teórico del comercio internacional comprende 2 campos: la teoría Pura refiere el análisis del valor aplicado y intercambio internacional. Esta teoría considera los siguientes aspectos: El enfoque positivo, refiere a la explicación y a la predicción de acontecimientos, por ello, se debe dar contestación a interrogantes como:

¿Por qué un país comercia de la manera que lo hace?

¿Qué determina la estructura, la dirección y el volumen del intercambio entre países?

¿Cuáles son las fuerzas que determinan si se va a importar o exportar un tipo u otro de producto?

¿Cuánto se intercambiaría de cada mercancía?

El análisis del bienestar, investiga los efectos que tendrá un cambio de demanda sobre la relación real de intercambio de un país, análisis que conduce a este tipo de preguntas: ¿Cuáles son las ventajas del comercio internacional? ¿Aumenta o disminuye el consumo y la tasa de desarrollo económico con el comercio internacional? (p.345).

Teoría Monetaria, comprende la aplicación de los principios monetarios al intercambio de internacional, o sea el enfoque explicativo de la acción de la moneda mediante la secuencia: circulante – nivel de precios – saldo comercial, y sus efectos sobre los precios, los ingresos y en especial sobre el tipo de cambio y el tipo de interés. El análisis del proceso de ajuste mediante el empleo de instrumentos monetarios, cambiarios y

financieros, procurando contrarrestar los efectos de los desequilibrios de la balanza de pagos en cuanto a la duración, intensidad y amplitud hasta restablecer el equilibrio, o en su defecto, para preservar este nivel deseado (p.350).

Salvador, expone en estas dos teorías muy importantes, en la primera la teoría pura en como un país determina lo que va a exportar e importar y de qué forma lo realizara, por otro lado la teoría monetaria según el autor determina que los niveles de precios y los efectos sobre estos como el tipo de cambio y el interés que se tendrá al realizar una transacción entre países.

Salvador (2008) manifiesta a las teorías del equilibrio y el comercio internacional:

En el mercado, el precio de la mercancía depende no solo del precio de los factores productivos, por el contrario es el precio de todas las mercancías, pues existe una doble interdependencia; de un lado, los precios de las mercancías y factores productivos y por otro lado, las remuneraciones y distribución del ingreso que determina la estructura de la demanda. Estos y otros aspectos determinan un complejo de fuerzas que están en continua dependencia de conjunto. Esta interdependencia radica con la esencia de la teoría del equilibrio económico, dentro del cual no existe un principal causal que determine la sucesión de causas y efectos de naturaleza lineal, por el contrario determina una reciproca desarrollo de numerosos mercados interrelacionados que finalmente conducen a un sistema circular, en el cual lo causante resulta causado.

Dentro del funcionamiento de una estructura socioeconómica todo depende de todos los demás (p.56).

Salvador, expresa en la teoría del equilibrio y el comercio internacional de cómo se determina el precio de un bien o servicio y que no depende de los factores productivos si no de dicho precio estándar de todas las mercancías.

Salvador (2008) menciona la teoría de localización:

Se inicia de un hecho básico en el cual todos los recursos naturales se hallan limitados y no están distribuidos de forma equitativa en el globo terrestre, pues esta distribución desigual de recursos naturales determina, a primera instancia el desarrollo económico y las condiciones entre los países para poder producir ciertos productos. La explotación de los recursos naturales conduce a los individuos a la especialización en determinadas actividades o productos, pues en la medida que la acumulación de capital y el conocimiento tecnológico logran un desarrollo, originan la tendencia a depender menos de los recursos naturales, y cuando la humanidad avanza considerablemente, surge la sustitución de estos sintéticos (p.32).

Salvador manifiesta en esta teoría que los recursos que tienen algunos países para elaborar sus productos determinan que tan eficientes son con ellos y la explotación que le dan sin desaparecerla y cuidarla para una producción por un buen tiempo en el que se aproveche de manera diligente.

Salvador (2008) define la teoría del comercio Interregional:

En concordancia con lo anterior, el comercio interregional se le considera como un capítulo de la teoría de la localización porque la diferencia de oferta de factores entre las regiones geográfico-económicas determina la localización de las actividades productivas. Dicha especialización interregional de la producción tiene semejanzas con la especialización individual. Esta descansa en diferencias de habilidad personal y aquella en diferencias de equipo de valores (factores). Las ventajas de la especialización a su vez determinan que: Ninguna produzca todo lo que necesite, pues las regiones se verán obligadas a comercializar. Como el recurso puede con mayor variedad de mercancías, aprovechando las ventajas derivadas del comercio mismo. El principio de la teoría de la localización establece las bases para el intercambio (p.48).

Salvador, declara que el comercio interregional parte de la teoría de la localización ya que es desde ese punto tomando geográficamente podemos determinar dicha localización en actividades productivas y de tal forma realizar una especialización.

1.3.3 CARACTERISTICAS DEL COMERCIO EXTERIOR

Radebaugh (2011) define los tipos de productos comercia un país:

En los países que tienen muchas personas en relación con la cantidad de tierra, sobresalen en la producción de bienes que requieren grandes cantidades de tierra, como lana o trigo, los negocios producen estos bienes debido a que la tierra es abundante en comparación con el número de personas. Ubicaciones de fabricación, la ubicación causal de las ubicaciones de fabricación también parece corroborar la teoría, pues la tecnología permite el uso de una cantidad mínima de tierra en relación con el número de personas más empleadas.

Capital, costos de mano de obra y especialización, en países donde está disponible un capital reducido para la inversión y la cantidad de inversión para mano de obra es baja, los gerentes esperan encontrar estos costos de mano de obra baratos y para exportar competitividad en productos que necesitan grandes cantidades de mano de obra en relación con dicho capital.

Tecnología del proceso del análisis en las proporciones de los factores se vuelve más complicado por lo que es posible crear el producto mediante diferente tales como la mano de obra o el capital.

Tecnología del producto, la fabricación es por mucho el sector más grande, con los servicios comerciales como el sector de crecimiento rápido, la competitividad de la fabricación depende en gran parte de la tecnología para desarrollar nuevos productos y procesos (p.135).

Radebaugh, aduce los tipos de productos que un país comercia al exterior de las cuales muchas determinan un buen ingreso al país que exporta, de tal forma se puede decir que todo tipo de productos, mano de obra especializada, tecnología y demás se puede exportar e importar para el beneficio o necesidad que se tenga.

Charles (2007) manifiesta que los beneficios del comercio internacional:

Las ganancias se encuentran en como el comercio internacional permite a un determinado país especializarse en la manufactura y exportación de bienes que se produce con mayor eficiencia, puede importar productos que otros países produzcan a su vez con mayor eficacia (p.167).

Charles, determina que el comercio internacional le permite a un país en especializarse con eficiencia y/o eficacia en la explotación de sus bienes producidos , a la vez importar del exterior aquel producto que requiera de otro país con mayor eficiencia en lo que elabora.

Charles (2007) define la ventaja absoluta: En un país tiene ventaja absoluta en la producción de un bien cuando es más eficiente que cualquier otro país” (p. 168).

Charles, refleja a la ventaja absoluta como la especialización con eficiencia sobre un bien o servicio que elabora el país.

Charles (2007) manifiesta que la ventaja comparativa: Es conveniente que un país se especialice en los bienes que produce con mayor eficiencia y compre a otros países lo que produce menos eficientemente” (p. 172).

Charles, a la manifiesta la ventaja comparativa como beneficiosa para que un país se especialice en la elaboración de productos con mayor trascendencia y compre lo que necesite de los demás países que tengan particularidades para otros productos.

Cabello (2009) define la zona de libre comercio:

Es un grupo de dos o más territorios aduaneros entre los cuales se puede eliminar los derechos aduaneros y demás reglamentaciones comerciales restrictivas con respecto a lo esencial de los intercambios comerciales de los productos originarios de los territorios constitutivos de dicha zona de libre comercio (p. 29).

Cabello, ratifica que el territorio de libre comercio pertenece a un determinado conjunto de dos a más territorios aduaneros en los cuales se suprimen las leyes aduaneras con respecto a los intercambios comerciales de bienes.

Salvador (2008) define los canales de distribución:

Son los conductos que cada empresa escoge para la distribución más completa, eficiente y económica de sus productos y servicios, de manera que el consumidor pueda adquirirlos con el menor esfuerzo posible y en el lugar que los solicite (p. 241).

Salvador realiza un minucioso concepto sobre los canales de distribución pues en esta cada organización escoge para su repartición más eficiente de sus productos y servicios, de tal forma que los clientes puedan adquirirlo de forma fácil y en el lugar que más lo necesiten.

Tremer (2012) define a la importación:

Es la operación mediante la cual somete a una mercancía extranjera y la regulación de fiscalización tributaria, para poderla después libremente destinar a una función económica de uso, producción o consumo (p.45).

Importación, es el conjunto de mercancía extranjera adquirida por un determinado país que tiene la necesidad para satisfacer.

Salvatierra (2013) manifiesta la exportación: Es un régimen aduanero que permite la salida legal de mercancías del territorio nacional para su uso o consumo en el mercado exterior. (p.24).

Salvatierra, expresa el concepto de exportación como un régimen que da la posibilidad de una salida de forma legal de bienes de un territorio para el consumo internacional.

Salvatierra (2013) define las estructuras de las exportaciones:

Las exportaciones nacionales son todas aquellas salidas de bienes y/o servicios o cualquier mercancía nacional o nacionalizada que salen del país en forma legal con destino a mercados extranjeros para su posterior consumo, incluyen las ventas en el territorio nacional a los organismos extra territoriales y a los hogares no residentes (p.80).

Salvatierra, revela que las estructuras de las exportaciones son aquellas salidas de productos o servicios nacionales que salen al exterior para su consumo, y estos incluyen ventas en el mismo territorio y demás.

1.3.4 ECONOMÍA

Parkin (2004) manifiesta: La ciencia social que observa las elecciones que hacen los individuos, empresas, gobiernos y sociedades todas, para enfrentar la escasez e incentivos en cuanto influyen en esas elecciones y las concilian (p. 2).

Parkin, alega el concepto de economía como una rama social la cual estudia las alternativas que hacen las personas, organizaciones, gobiernos y comunidades para darle frente a la escasez e incentivos.

Mankiw (2008) define:

Es el estudio del cómo es que la sociedad gestiona sus bienes escasos, en la mayoría de las comunidades, estos bienes no son asignados por un único programador central sino por medio de las acciones unidades de millones de hogares y de organizaciones (p. 10).

Es la observación de como una determinada población ejecuta sus bienes limitados, los cuales no los delega un solo planificador si no por medio de toda la comunidad.

Fischer Y Schmalensee (2004) manifiesta: Es el análisis de la forma en que las poblaciones determinan que van elaborar, tanto y para quien, con los recursos insuficientes y limitados (p.32).

Fischer & Schmalensee, realiza un concepto de la economía como la observación de como las comunidades realizan una determinada actividad con recursos limitados y para un significativo grupo de personas.

Torrealba (2008) define:

La base del desarrollo económico de un país es la actividad de los negocios empresariales, la cual debe llevarse a cabo con relaciones adecuadas y estables, que garanticen a los individuos su inserción en el ámbito económico, para tener acceso a bienes y servicios, que hagan factible la elevación de su calidad de vida (p.56).

Torrealba hace aduce a la economía y el desarrollo de este en una sociedad como la actividad laborable la cual es la que ayuda e incrementa que las personas puedan gozar y tener un poder adquisitivo bueno en beneficio a su vida.

Parkin (2004) manifiesta la teoría monetarista: Considera las fluctuaciones de la cantidad de dinero como la causa principal de la cantidad de dinero como la causa principal de las fluctuaciones económicas (p. 710).

Parkin, orienta la teoría monetarista como las variaciones de cantidades de dinero, como la principal fuente de cambios económicos en el mundo.

Méndez (2007) define: Es la disciplina que se encarga del estudio de la complacencia de las necesidades humanas mediante recursos que siendo escasos tienen usos rotatorios entre los cuales se puede optar (p. 39).

Mendez, explica a la economía como una materia la cual se encarga de satisfacer necesidades de los humanos por medio de recursos para su bienestar.

Robbins (2006) manifiesta:

Es la ciencia que determina cómo los seres humanos satisfacen dichas necesidades limitadas con recursos escasos que tienen distintos usos, cuando un hombre decide utilizar un recurso para la producción de cierto producto, asume el costo de no poder usarlo para la producción de otro diferente. A

esto se lo conoce como costo de oportunidad. La función de la economía es aportar ciertos criterios racionales para que la asignación de recursos sea lo más eficaz posible (p.67).

Robbins, revela que la economía es la especialización que analiza a las personas y el cómo satisfacen sus necesidades con pocos recursos en distintos usos.

Alvarado (2008) manifiesta:

El estudio de la economía y sectores económicos de una sociedad y familias, productores, consumidores y capitales, refleja la distribución de riqueza y el estudio para conocer el sistema. Aquí es donde los economistas mueven con conocimiento creando teorías e hipótesis económicas para poder tener opción al reparto de la riqueza (p.55).

Alvarado, refleja a la economía como un concepto que se distribuye entre todos los involucrados dentro de los límites geográficos de un lugar.

Larrain (2011) manifiesta el producto bruto interno: Es un indicador estadístico que intenta medir el valor total de los bienes y servicios que se producen dentro de los límites geográficos de un país o territorio en un periodo específico (p.20).

Larrain, expresa al PBI como un indicador que mide el valor de los productos y servicios que se realizan dentro de un país un un determinado periodo.

Kaldor (2003) define los ingresos: Son los componentes tanto monetarios como no monetarios que se incrementan y que se obtienen como consecuencia de un círculo de consumo – ganancia (p.65).

Son el flujo o cantidad de dinero que se obtiene de sueldos, salarios, dividendos.

Gómez (2008) refiere al presupuesto, como la determinación y asignación de los recursos requeridos para la consecución de objetivos” (p.23).

Presupuesto son el conjunto de gastos e ingresos que se prevén para un determinado lapso de tiempo.

1.3 Formulación del Problema

¿Cuál es la prevalencia del comercio exterior como aporte a la economía familiar de la provincia del santa, por los alumnos de universidades privadas en el Año 2017?

1.4 Justificación del estudio

La presente investigación se enfocara en estudiar la prevalencia del comercio exterior como aporte a la economía en la provincia del santa, ya que debido a la desaceleración económica la localidad se ve afectada por diversas circunstancias que la disminuyen, así el presente trabajo podrá mostrar el porcentaje de los alumnos quienes hayan incursionado en los negocios internacionales, y así poder también profundizar los conocimientos teóricos sobre el comercio exterior, además ofrecer una vista integral sobre las oportunidades y beneficios al introducirse en esta actividad.

Esta investigación es conveniente para todos los jóvenes universitarios a quienes permitirá crear bases de conocimientos y estrategias que deben realizar para incursionar en el comercio internacional, tiene la función de lograr en aquellas personas una forma de desarrollar negocios en el exterior e interior como alternativa de emprendimiento y así tener las ventajas para realizar transacciones al exterior, el cual tendrá un beneficio personal y en la economía de la localidad.

Dicha investigación afectara de manera significativa a la economía de la comunidad y a quienes lo ejecuten, pues podrá desarrollar un efecto de circulación y reactivación para la situación económica del lugar además para un mayor conocimiento de productos locales al exterior e interior del país, tendría un impacto sobre la comunidad muy provechoso en los pequeños empresarios y estudiantes de todas las universidades puedan exhibir sus productos de manera novedosa en el exterior.

La presente investigación tendrá como resultado, ayudar a resolver la principal problemática que es generar una estrategia con mayor alcance en los negocios y el desarrollo de aquellos, pues los emprendedores podrán trascender de forma eficaz con nuevas estrategias en comercio de tal forma dar mayor aporte y reactivación a la economía de la comunidad.

1.5 Hipótesis

Hernández, Fernández y Batista (2014):

La formulación de hipótesis en un tipo de estudio descriptivo solo se formulan cuando se pronostica un hecho o dato, en la investigación no será posible formular ningún tipo de hipótesis ya que solo se analizaran las variables de estudio sin influir ni medir su efecto de ellas (p.105).

1.6 Objetivos

General

Determinar la prevalencia del comercio exterior como aporte a la economía familiar de la Provincia del Santa por alumnos de universidades privadas en el Año 2017

Específicos

- O₁ Estimar la prevalencia de la incursión en comercio exterior por los alumnos de universidades privadas al año 2017.
- O₂ Determinar el desarrollo de comercio exterior realizado por los alumnos de universidades privadas al año 2017.
- O₃ Identificar la participación de los alumnos por universidades privadas quienes estén incursionando en comercio exterior en la provincia del santa.
- O₄ Identificar el aporte a la economía familiar de la provincia del santa por los alumnos de las universidades privadas al año 2017.
- O₅ Proponer estrategias para incursionar en el comercio exterior y mejorar la economía familiar de la provincia de la santa para el año 2017.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de Investigación

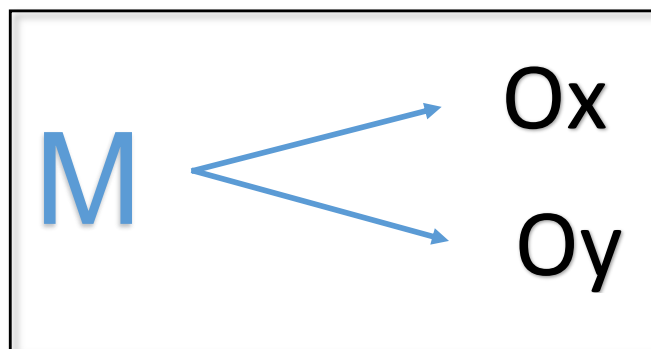
Hernández et al. (2014) aduce que el diseño no experimental:

Analiza cual es el nivel o modalidad de una o diversas variables en un momento dado, a la vez evalúa una situación, comunidad, evento, fenómeno o contexto en un punto del tiempo para determinar o ubicar cual es la relación entre un conjunto de variables en un momento. (p.154)

Hernández et al. (2014) Manifiesta que los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único.” (p154)

Hernández et al. (2014) afirma al estudio descriptivo:

Los estudios descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades, etc., y proporcionar su descripción. (p. 155)



M: Muestra

Ox: Comercio Exterior

Oy: Aporte a la economía

2.2 Variables, Operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
COMERCIO EXTERIOR	Se basa en todos aquellos intercambios comerciales, que se ejecutan entre dos o más países quienes ejecutan este tipo de transacciones. Daniels (2012)	El comercio exterior es la actividad la cual conlleva poner un producto fuera del país y a su vez traer productos nuevos hacia el nuestro lo cual genera un beneficio económico, el cual se mide mediante las exportaciones e importaciones.	Exportaciones según el sector Importaciones según el sector	Nominal
ECONOMÍA FAMILIAR	La base del desarrollo económico de un país es la actividad de los negocios empresariales, la cual garanticen a los individuos su inserción y aporte en el ámbito económico, para tener acceso a bienes y servicios, que hagan factible la elevación de su calidad de vida Torrealba (2007)	El aporte a la economía es aquella actividad empresarial la cual lograra un incremento de forma accedente a la fluctuación de la economía en una determinada localidad o país, la cual se podrá medir mediante los ingresos de las personas, el presupuesto familiar de cada hogar.	Ingresos Mensual Presupuesto familiar	Nominal

Nota: Indicadores basados en la variable comercio exterior e indicadores basados en la variable economía familiar

2.3 Población y muestra

Población

La población para el presente estudio está comprendida por el total de alumnos de las diferentes carreras profesionales de las universidades privadas:

Universidad Cesar Vallejo

Universidad San Pedro

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote

Quienes se encuentran en la Provincia del Santa quienes están cursando del 6° al 10° ciclo de las carreras de administración, contabilidad, ingeniera industrial, derecho y comprenden información en cursos de comercio exterior o negocios internacionales, que 700 personas en el año 2017.

UNIVERSIDADES PRIVADAS	N° DE ALUMNOS DEL 6° Y 10° CICLO
CESAR VALLEJO	340 → 49%
SAN PEDRO	200 → 28%
ULADECH	160 → 23%
TOTAL	700 → 100%

Muestra

Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirma que “La muestra es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (p.175).

La muestra para esta investigación se consideró a 248 colaboradores con las características de la población.

Muestreo

Se utilizó el muestreo probabilístico aleatorio simple para hallar la muestra final con una porción desconocida se utiliza la formula siguiente.

Donde:

Población (N) = 168

Proporción (p) = 50% = 0.50

Error (e) = 5% = 0.05

Z → 95% = 1.96

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + e^2 (N-1)}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50 * 700}{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50 + (0.05)^2 (700-1)}$$

$$n = 248 \text{ alumnos}$$

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnica: Encuesta

La encuesta es “una técnica de investigación que permite recoger información de utilidad mediante preguntas orales o escritas que se formulan a personas investigadas que conforman una muestra de estudio de un problema de investigación” (Briones, 2003).

Para la presente investigación y la recolección de datos, esta técnica podrá permitir aplicar el instrumento respectivo a los alumnos, con el fin de que brinden la información clara y objetiva, de tal forma que permita analizar y describir cómo se da la incursión en el comercio exterior y de tal manera como estos dan un aporte a la economía de la localidad.

Instrumento: Cuestionario

Hernández, Fernández y Baptista (2014) aducen que: “Un cuestionario reside en un cúmulo de preguntas respecto de una o más variables a medir y debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis” (p. 217).

Para la presente investigación y la recolección de datos, este instrumento es un documento conformado por un conjunto de ítems (preguntas), redactas y formuladas de forma adecuada, organizada y secuenciada, la presente estructurada cuenta con 13 ítems, 9 de ellos están asignados a los indicadores (exportación e importación) que corresponden a los ítems números 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9 por otro lado los otros indicadores (ingreso promedio mensual, y presupuesto promedio personal) corresponde los ítems 10, 11, 12, 13, 14, con el objetivo de que sus respuestas puedan ofrecer toda la información clara y adecuada.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) refieren a la validez:

La validez de un instrumento indica si el mismo en realidad mide lo que debe medir, para poder validar el instrumento de medición se realizará la prueba de juicio de expertos, la cual consiste en el análisis y evaluación del instrumento por un especialista en metodología de la investigación y dos especialistas en marketing (p. 264).

Hernández, Fernández y Baptista (2010) refieren a la confiabilidad que:

“La confiabilidad se denota al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales o semejantes” (p. 268).

Hernández et al, (2014) aduce que el método de alfa de cronbach:

Mediante el cual el cuestionario se someterá a evaluaciones estadísticas para analizar la consistencia interna de los resultados, con la siguiente fórmula.

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

De igual forma, si el coeficiente es cercano a 1 y superior a 0.8, entonces se tendrá una alta confiabilidad de dicho instrumento.

Donde

S_i^2 : es la varianza del ítem i,

S_T^2 : es la varianza de los valores totales observados y

k: es el número de preguntas o ítems.

2.5 **Métodos de análisis de datos**

Para la presente investigación se ha previsto utilizar la estadística descriptiva para representar visualmente un conjunto de datos que corresponden a una situación de interés, se requerirá los siguientes estadísticos para el análisis de la encuesta.

Estadística Descriptiva:

Hernández (2006) sostiene que:

La estadística descriptiva son procedimientos empleados para organizar y resumir conjuntos de observaciones en forma cuantitativa. El resumen de los resultados puede realizarse mediante tablas, gráficos o valores numéricos. Los conjuntos de datos que contienen observaciones de más de una variable permiten estudiar la relación o asociación que existe entre estas. (p. 49)

Para representar visualmente un conjunto de datos que corresponden a una situación de interés, se requerirá los siguientes estadísticos para el análisis de la encuesta.

Los métodos de análisis de datos para la investigación se enmarcan en el método de análisis cuantitativo:

Cervantes (2007) aduce que la distribución de frecuencias, “Es una ordenación en forma de tabla de los datos estadísticos, asignando a cada dato su frecuencia correspondiente” (p.45).

Gráficos: Para hacer más atractiva e interactiva los datos recolectados, se presentarán gráficos, cuyo análisis se presentará adjunto a estos.

Se utilizará software especializado para el tratamiento de los datos como: Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) y Microsoft Office Excel 2013.

2.6 Aspectos éticos

Para el presente proyecto de investigación se realizará de manera clara y precisa y se tomara en las consideraciones éticas, las cuales refiere a no alterar datos, cifras o cantidades las cuales proporcionará la población de estudio. Se tomara en cuenta las contingencias y los beneficios del estudio correspondiente a las variables: Comercio exterior y el aporte a la economía familiar, para lo que se podrá consignar sin ocasionar riesgos para los informantes, con relación a los datos recolectados y obtenidos por los alumnos de las universidades privadas en la Provincia del Santa, de tal forma respaldar la privacidad de los datos propios de los informantes y resultados adquiridos en el estudio.

III. RESULTADOS

- **Objetivo específico 1:** Estimar la prevalencia de la incursión en comercio exterior por los alumnos de universidades privadas al año 2017

Tabla 1:

Incursión en alguna actividad referida al comercio exterior por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa – 2017.

Incursión en comercio exterior	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Exportación	11	4.4	4.4	4.4
Importación	20	8.1	8.1	12.5
Ambas	6	2.4	2.4	14.9
Ninguna de las anteriores	211	85.1	85.1	100.0
Total	248	100.0	100.0	

Nota: Cuestionario para estimar la prevalencia en comercio exterior, con escala nominal.

Elaboración propia

Figura 1: Incursión en alguna actividad referida al comercio exterior por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa – 2017

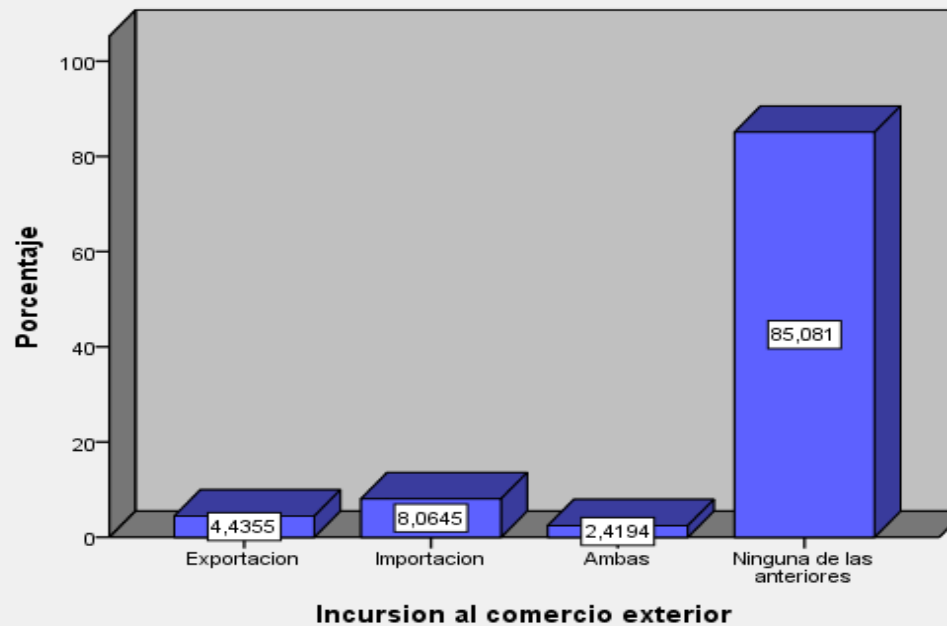


Figura 1: Índice de respuesta durante el cuestionario para estimar la prevalencia en comercio exterior.

En la figura 1 se muestra que el 4.4 % de los alumnos incursionan en la exportación, otro 8.1% en la importación, el 2.4 % se encuentra incursionando en ambas, mientras que el 85.1 % sostiene que no ha incursionado a ninguna actividad afine al comercio exterior

- **Objetivo específico 2:** Determinar el desarrollo de comercio exterior realizado por los alumnos de universidades privadas al año 2017.

Tabla 2:

Cantidad de productos exportados o importados por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa - 2017

Cantidad de Productos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mucho	4	1.6	10.8	10.8
Suficiente	13	5.2	35.1	45.9
Regular	20	8.1	54.1	100.0
Sub Total	37	14.9	100.0	
No Incursiona	211	85.1		
Total	248	100.0		

Nota: Cuestionario de nivel de comercio exterior, con escala likert, aplicado a alumnos de universidades privadas.

Elaboración propia

Figura 2: Cantidad de productos exportados o importados por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa – 2017

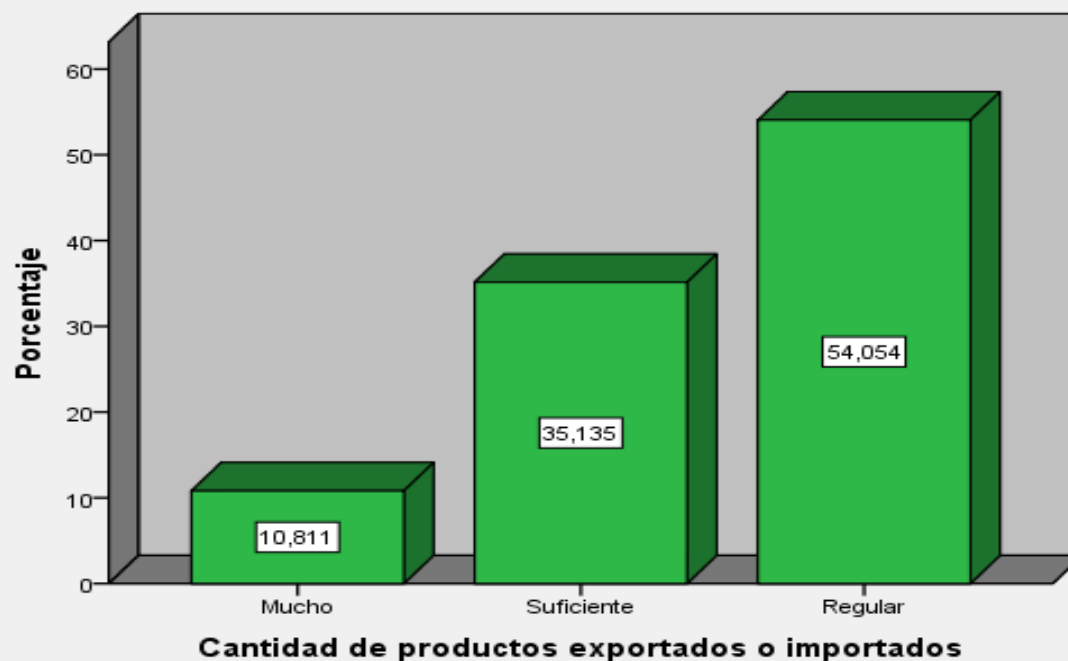


Figura 2: Índice de respuesta durante el cuestionario para determinar el nivel de comercio exterior.

En la figura 2 se muestra que el 10.8% de alumnos aumento mucho la cantidad de productos exportados o importados, el 35.1% asegura que la cantidad fue suficiente, y el 54.1 refiere a que la cantidad fue regular en esta actividad.

Tabla 3:

Capacidad de negocio por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa - 2017

Capacidad de Negocio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Bueno	7	2.8	18.9	18.9
Bueno	26	10.5	70.3	89.2
Regular	4	1.6	10.8	100.0
Sub Total	37	14.9	100.0	
No Incursiona	211	85.1		
Total	248	100.0		

Nota: Cuestionario de nivel de comercio exterior, con escala likert, aplicado a alumnos de universidades privadas.

Elaboración propia

Figura 3: Capacidad de negocio por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa - 2017

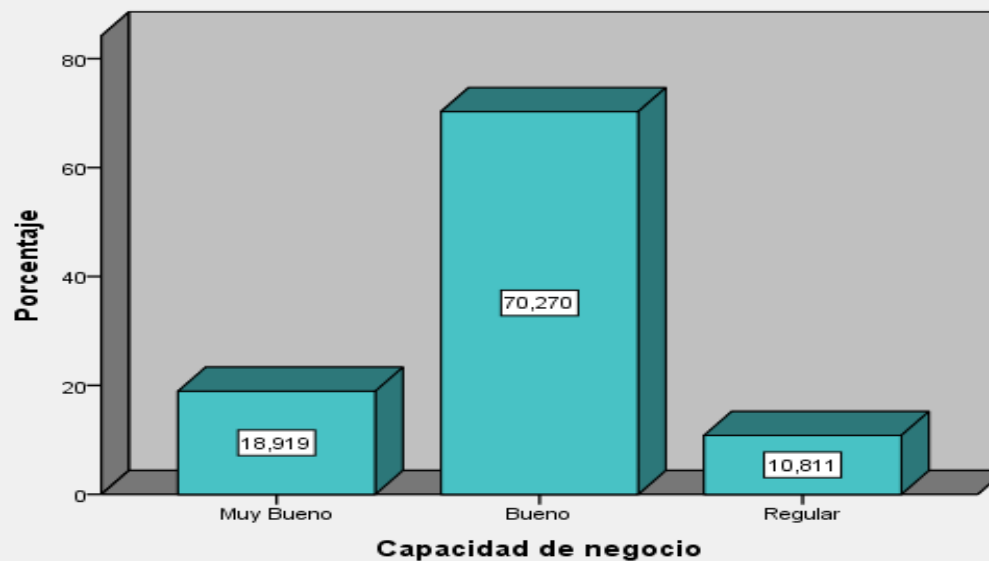


Figura 3: Índice de respuesta durante el cuestionario para determinar el nivel de comercio exterior.

En la figura 3 se muestra que el 18.9 de los alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa tienen una capacidad de negocio muy buena, por otro lado el 70.3 % solo bueno, y el 10.8% considera una capacidad de negocio regular.

Tabla 4:

Experiencia al realizar comercio exterior por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa – 2017.

Experiencia al realizar comercio exterior	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Bueno	16	6.5	43.2	43.2
Bueno	16	6.5	43.2	86.5
Regular	5	2.0	13.5	100.0
Sub Total	37	14.9	100.0	
No Incursiona	211	85.1		
Total	248	100.0		

Nota: Cuestionario de nivel de comercio exterior, con escala likert, aplicado a alumnos de universidades privadas.

Elaboración propia

Figura 4: Experiencia al realizar comercio exterior por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa - 2017

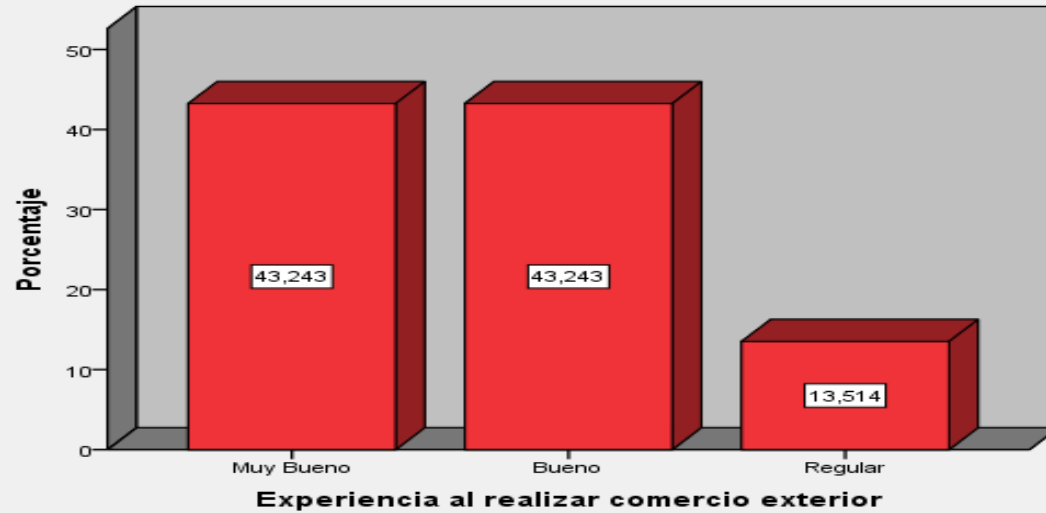


Figura 4: Índice de respuesta durante el cuestionario para determinar el nivel de comercio exterior.

En la figura 4 se muestra que el 43.2 % de los alumnos de universidades privadas manifiesta una experiencia muy buena y buena a la vez al realizar comercio exterior, mientras que el 13.5 % considera una experiencia regular.

Tabla 5:

Manejo para minimizar costos por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa – 2017.

Manejo para minimizar costos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Bueno	2	1.8	5.4	5.4
Bueno	16	6.5	43.2	48.6
Regular	19	7.7	51.4	100.0
Sub Total	37	14.9	100.0	
No Incursiona	211	85.1		
Total	248	100.0		

Nota: Cuestionario de nivel de comercio exterior, con escala likert, aplicado a alumnos de universidades privadas.

Elaboración propia

Figura 5: Manejo para minimizar costos por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa – 2017.



Figura 5: Índice de respuesta durante el cuestionario para determinar el nivel de comercio exterior.

En la figura 5 se muestra que solo el 5.4% de los alumnos en universidades privadas tienen un manejo muy bueno para minimizar costos al realizar comercio exterior, por otro lado un 43.2% considera un buen manejo al minimizar costos, y el 51.3% manifiesta un manejo regular al reducir costos.

Tabla 6:

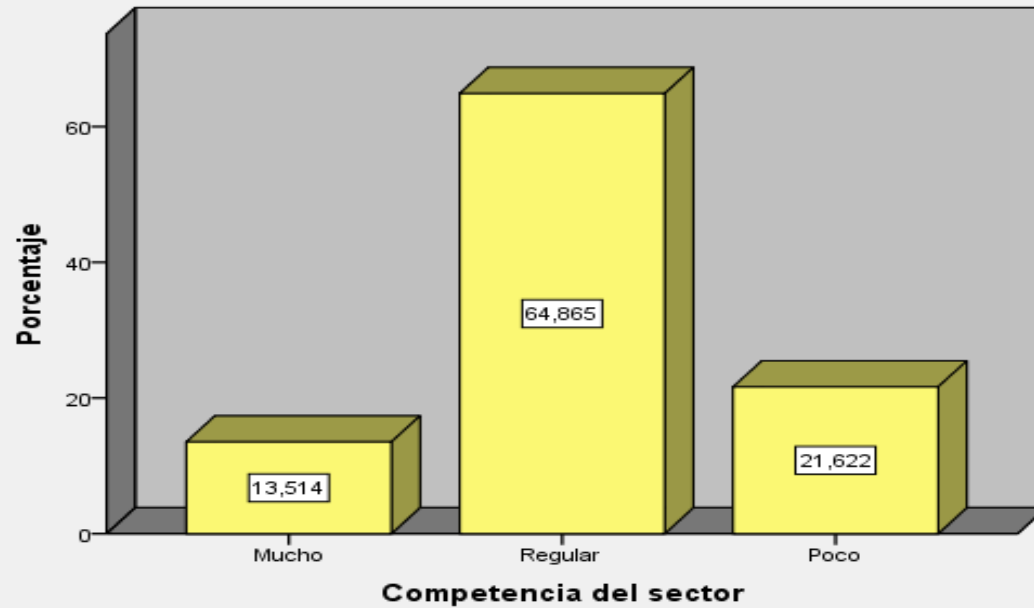
Nivel de competencia en el mercado al cual direcciona el producto por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa – 2017.

Competencia del Sector	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mucho	5	2.0	13.5	13.5
Regular	24	9.7	64.9	78.4
Poco	8	3.2	21.6	100.0
Sub Total	37	14.9	100.0	
No Incursiona	211	85.1		
Total	248	100.0		

Nota: Cuestionario de nivel de comercio exterior, con escala likert, aplicado a alumnos de universidades privadas.

Elaboración propia

Figura 6: Nivel de competencia en el mercado al cual direcciona el producto por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa – 2017



En la figura 6 se muestra que el 13.5 % de alumnos considera que existe mucha competencia en el mercado al cual dirigen su exportación o importación, mientras que el 64.8 % manifiesta una regular competencia, y el 21.6 % refiere a poca competencia en su sector.

Tabla 7:

La demanda de productos para el manejo del comercio exterior por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa – 2017.

Demanda de productos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Bueno	11	4.4	29.7	29.7
Bueno	18	7.3	48.6	78.4
Regular	8	3.2	21.6	100.0
Sub Total	37	14.9	100.0	
No Incursiona	211	85.1		
Total	248	100.0		

Nota: Cuestionario de nivel de comercio exterior, con escala likert, aplicado a alumnos de universidades privadas.

Elaboración propia

Figura 7: La demanda de productos para el manejo del comercio exterior por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa – 2017.

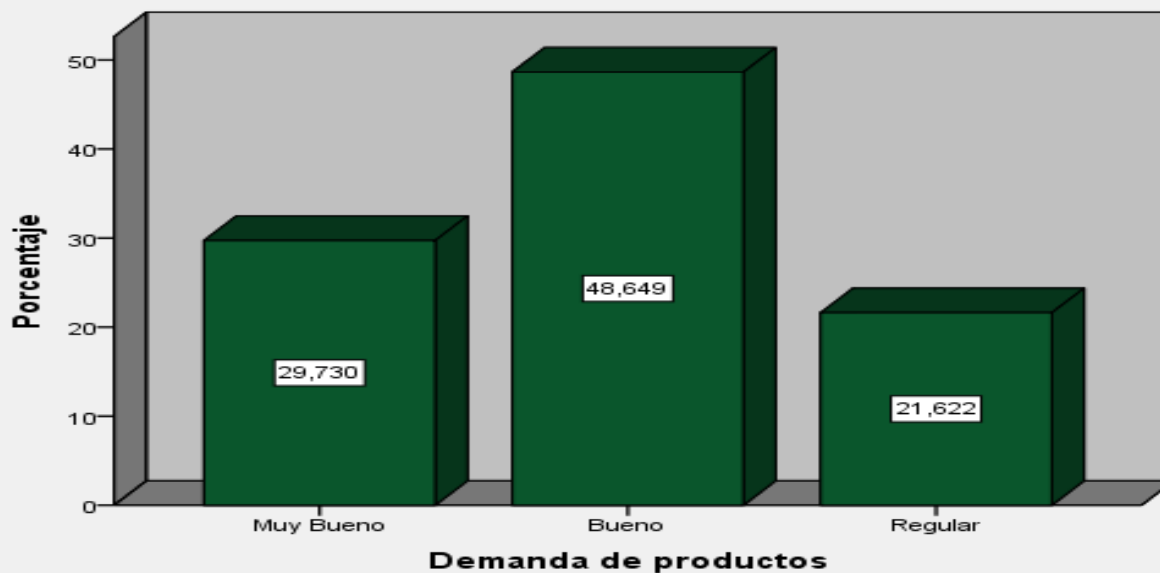


Figura 7: Índice de respuesta durante el cuestionario para determinar el nivel de comercio exterior.

En la figura 7 se muestra que el 29.7 % de los alumnos manifiesta una demanda muy buena para la realizar una actividad referida al comercio exterior, por otro lado el 48,6 % consideran una buena demanda, y el 21.6 % alega una regular demanda.

Tabla 8:

La oferta de productos para el manejo del comercio exterior por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa – 2017

Oferta de Productos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Bueno	17	6.9	45.9	45.9
Bueno	14	5.6	37.8	83.8
Regular	6	2.4	16.2	100.0
Sub Total	37	14.9	100.0	
No Incursiona	211	85.1		
Total	248	100.0		

Nota: Cuestionario de nivel de comercio exterior, con escala likert, aplicado a alumnos de universidades privadas.

Elaboración propia

Figura 8: La oferta de productos para el manejo del comercio exterior por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa – 2017

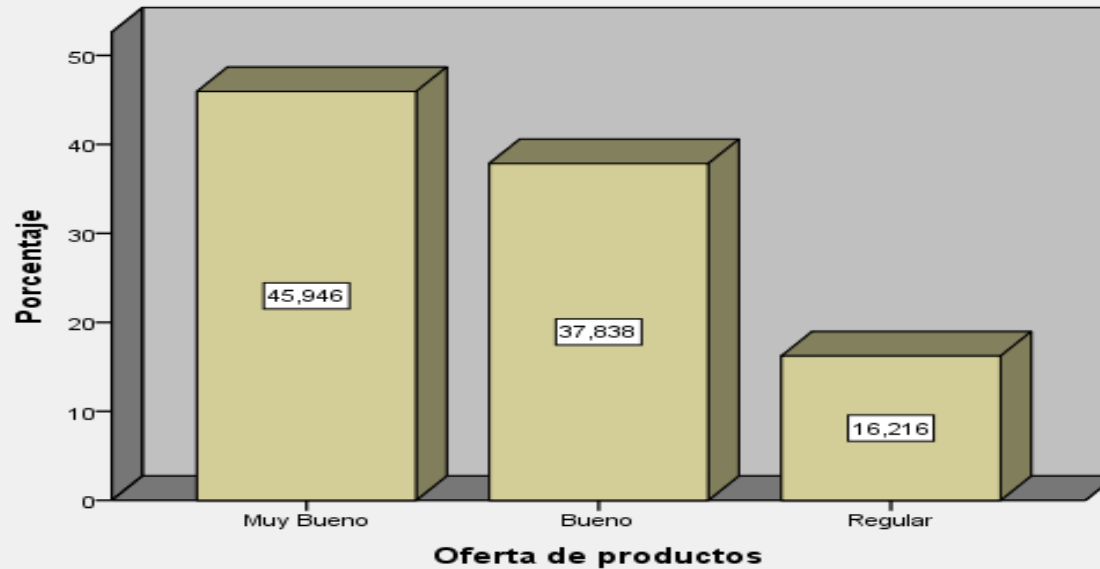


Figura 8: Índice de respuesta durante el cuestionario para determinar el nivel de comercio exterior.

En la figura 8 se muestra que el 45.9 % de los alumnos manifiesta una oferta muy buena para la realizar una actividad referida al comercio exterior, por otro lado el 37.8 % consideran una buena demanda, y el 16.2 % alega una regular oferta.

Tabla 9:

Rentabilidad de la actividad que ejercen al realizar comercio exterior por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa – 2017

Rentabilidad de la actividad ejercida	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Bueno	3	1.2	8.1	8.1
Bueno	25	10.1	67.6	75.7
Regular	9	3.6	24.3	100.0
Sub Total	37	14.9	100.0	
No Incursiona	211	85.1		
Total	248	100.0		

Nota: Cuestionario de nivel de comercio exterior, con escala likert, aplicado a alumnos de universidades privadas.

Elaboración propia

Figura 9: Rentabilidad de la actividad que ejercen al realizar comercio exterior por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa – 2017



Figura 9: Índice de respuesta durante el cuestionario para determinar el nivel de comercio exterior.

En la figura 9 se muestra que el 8.1% de alumnos revelan una muy buena rentabilidad al ejercer el comercio exterior, por otro lado el 67.6 % muestran una buena rentabilidad, y el 24.3 % consideran una regular rentabilidad.

- **Objetivo 3:** Identificar la participación de los alumnos por universidades privadas quienes estén incursionando en comercio exterior en la provincia del santa en el año 2017.

- **Tabla 14:**

Participación de los alumnos por universidades privadas quienes estén incursionando en comercio exterior en la provincia del santa 2017.

Participación de los alumnos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Universidad Cesar Vallejo	22	59.5	59.5	59.5
Universidad San Pedro	7	18.9	18.9	18.9
Universidad Católica los Ángeles de Chimbote	8	21.6	21.6	21.6
Total	37	100.0	100.0	

Nota: Cuestionario de la participación de universidades privadas en la incursión del comercio exterior, con escala nominal, aplicado a alumnos de universidades privadas.

Elaboración Propia

Figura 14: Participación de los alumnos por universidades privadas quienes estén incursionando en comercio exterior en la provincia del santa 2017.

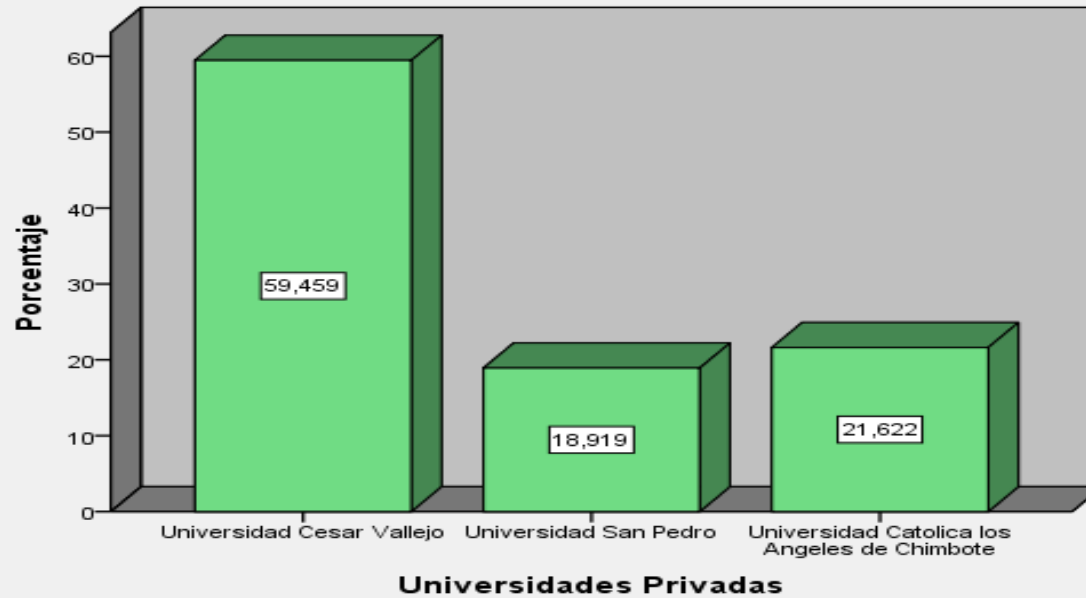


Figura 14: Índice de respuesta durante el cuestionario para estimar la participación en la incursión en comercio exterior por universidades

En la figura 14 se muestra que el 59.5 % de los alumnos de la universidad Cesar Vallejo tienen mayor participación en la incursión al comercio exterior, por otro lado el 18.9 % representa a la universidad San Pedro, mientras que el 21.6 % refieren a los alumnos de la universidad Católica los Angeles de Chimbote.

Objetivo 4: Identificar el aporte a la economía familiar de la provincia del santa por los alumnos de las universidades privadas al año 2017.

Tabla 10:

Ingresos mensuales generados por exterior por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa – 2017

Ingreso generado	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0 – 200	6	2.4	16.2	16.2
201 - 400	21	8.5	56.8	73.0
401 - 600	10	4.0	27.0	100.0
Sub Total	37	14.9	100.0	
No IncurSIONa	211	85.1		
Total	248	100.0		

Nota: Cuestionario para identificar el aporte a la economía familiar, con intervalos de ingreso, aplicado a alumnos de universidades privadas.

Elaboración propia

Figura 10: Ingresos promedio mensual generados por exterior por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa – 2017

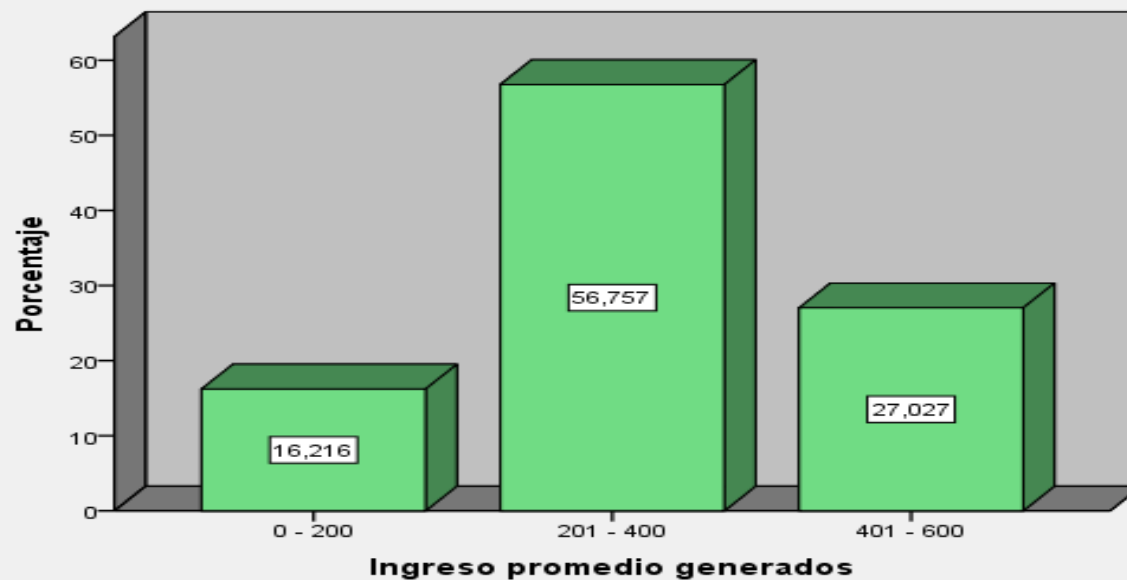


Figura 10: Índice de respuesta durante el cuestionario identificar el aporte a la economía familiar.

En la figura 10 se muestra que el 16.2 % de los alumnos de universidades tienen un ingreso promedio generados dentro del rango de 0 – 200, por otro lado el 56.8 % alega que se encuentran dentro de 201 – 400, mientras que el 27.0 % se encuentra dentro de 401 – 600.

Tabla 11:

Presupuesto familiar por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa – 2017

Presupuesto familiar promedio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0 – 200	22	8.9	59.5	59.5
201 – 400	13	5.2	35.1	94.6
401 – 600	2	.8	5.4	100.0
Sub Total	37	14.9	100.0	
No Incursiona	211	85.1		
Total	248	100.0		

Nota: Cuestionario para el aporte a la economía familiar, con intervalos de presupuesto, aplicado a alumnos de universidades privadas.

Elaboración propia

Figura 11: Presupuesto promedio familiar por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa – 2017

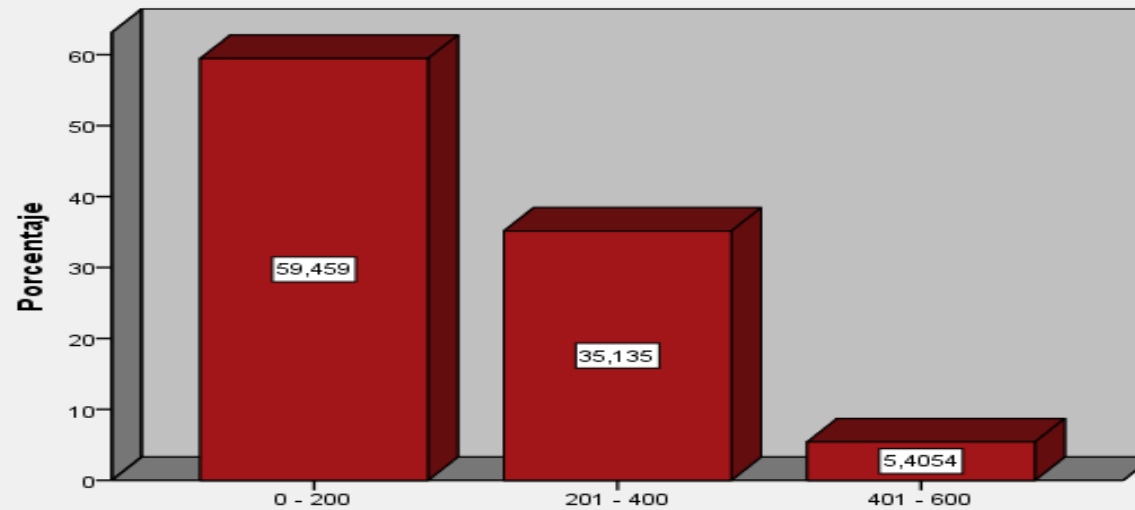


Figura 11: Índice de respuesta durante el cuestionario identificar el aporte a la economía familiar.

En la figura 11 se muestra que el 59,5 % de los alumnos determinan su presupuesto dentro del rango de 0 – 200 , por otro lado el 35,1% alega que su presupuesto se encuentra dentro del rango de 201 – 400, mientras el 5.4% lo considera dentro del rango 401 - 600.

Tabla 12:

Mejora de situación económica en los próximos años por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa – 2017

Mejora de situación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mucho	19	7.7	51.4	51.4
Suficiente	18	7.3	48.6	100.0
Sub Total	37	14.9	100.0	
No Incursiona	211	85.1		
Total	248	100.0		

Nota: Cuestionario para el aporte a la economía familiar, con escala likert, aplicado a alumnos de universidades privadas.

Elaboración propia

Figura 12: Mejora de situación económica en los próximos años por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa – 2017



Figura 12: Índice de respuesta durante el cuestionario identificar el aporte a la economía familiar.

En la figura 12 se muestra que el 51.3 % de los alumnos de universidades privadas alega que su situación económica podría mejorar mucho, por otro lado el 46,6% considera que su situación podría mejorar lo suficiente en los próximos años.

Tabla 13:

Ingreso único o recurre al de otro determinado por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa – 2017

Ingreso Único o recurre al de otro miembro	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	4	1.6	10.8	10.8
No	30	12.1	81.1	91.9
Depende de otro	3	1.2	8.1	100.0
Sub Total	37	14.9	100.0	
No Incursiona	211	85.1		
Total	248	100.0		

Nota: Cuestionario para el aporte a la economía familiar, con escala nominal, aplicado a alumnos de universidades privadas.

Elaboración propia

Figura 13: Ingreso único o recurre al de otro determinado por alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa – 2017

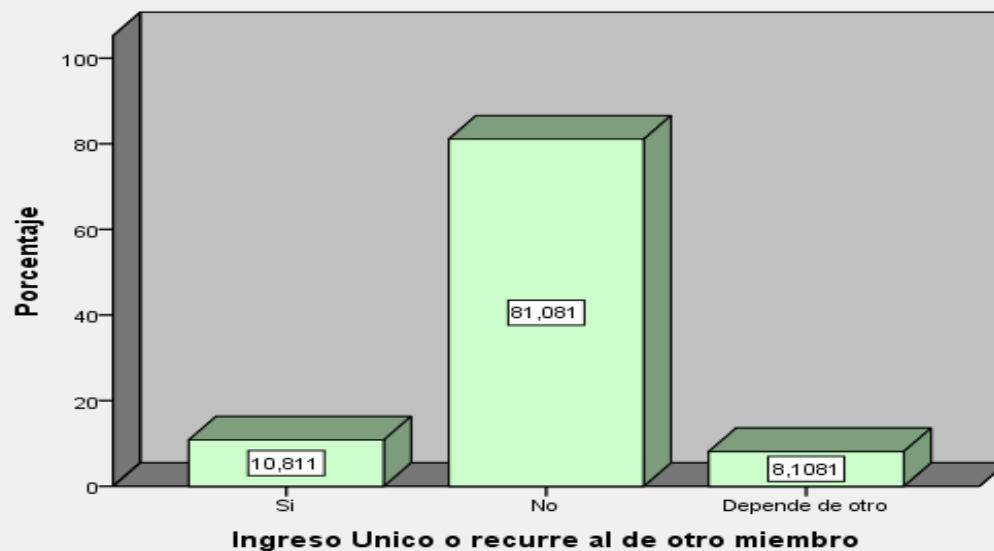


Figura 13: Índice de respuesta durante el cuestionario identificar el aporte a la economía familiar.

En la figura 13 se muestra que el 10,8% de alumnos de universidades privadas si recurre a otro ingreso de algún miembro de la familia, mientras el 81.1% no recurre a ningún ingreso externo, por otro lado el 8.1 % considera que depende de otro miembro familiar.

IV. DISCUSSION

IV. DISCUSIÓN

El comercio exterior es un término que en la actualidad se usa mucho para hacer referencia a las actividades de exportación e importación pues el común de los estudiantes de las diferentes universidades privadas no incursionan ni emprenden en estas actividades económicas, de tal forma que se realizó la investigación por lo dicho, considerando que tiene como objetivo brindar información sobre esta actividad económica lo cual será una oportunidad para los estudiantes en generar sus propios ingresos lo cual será de aporte a la economía familiar, sin embargo las limitaciones fueron considerables, pues el periodo de tiempo a fue muy reducido para una investigación a fondo, los alumnos desconocían y reflejaron poco interés al entablar una encuesta sobre temas de comercio exterior, además los horarios no se podían definir, lo cual genero una dificultad al realizar la investigación pues el lugar también fue un factor muy importante al no tener comodidad para encuestar a los alumnos de cada universidad privada.

Alcides (2010), aduce que la prevalencia es la proporción de individuos de una población que presentan el evento en un momento, o periodo de tiempo, determinado la noción de prevalencia se vincula con la definición oficial que establece que toda prevalencia es el hecho de sobresalir o destacarse de algún objeto, alguna persona o alguna situación también menciona que una de las características principales de la prevalencia es que es un número estático que no puede ser aplicado a varios momentos o espacios ni del cual se pueden obtener proyecciones completamente verificables, lo cual se puede corroborar los resultados en donde se observa que solo un 14.9 % representan a los 37 alumnos de universidades privadas en la Provincia del Santa actualmente los incursionan en alguna actividad referida al comercio exterior (Figura N°1).

La prevalencia del comercio exterior de los alumnos aun estudian en universidades Privadas en la Provincia del Santa son un pequeño porcentaje lo cual refleja que muchos no tienen conocimiento o información de esta nueva actividad económica la cual beneficia a los alumnos quienes los cuales ya se introdujeron al mundo de los negocios internacionales.

Sullivan (2011), en la teoría de la ventaja absoluta sostiene que diferentes países producen los mismos bienes de forma más eficiente que otros, y pregunta por qué los ciudadanos de cualquier país deberían comprar productos o bienes internamente, cuando podrían ser comprarlos a más bajo precio en el exterior, de esta forma se corrobora la oferta y demanda que se analiza en los resultados donde el 48.6 % refleja una buena demanda en esta actividad económica, por otro lado un 45.9 % sostiene una oferta muy buena para el manejo de los negocios internacionales, pues los alumnos o estudiantes reflejan un buen panorama para sus negocios. (Figura N°7, N°8).

El nivel de comercio exterior, también se ve anexada a estos puntos tan importantes pues para todo negocio es importante la oferta y demanda de la población, de tal forma que represente una forma de satisfacer y cubrir las necesidades demandadas y ofertadas por los consumidores.

Salvador (2008), en la teoría clásica del comercio internacional sostiene que los países deben aprovechar los recursos naturales y del tal forma especializarse en la producción de artículos que gocen de ventajas comparativas. Estas naciones deben exportar a fin de poder importar de otras naciones bienes producidos en mejores condiciones en cantidades que vayan de forma creciente, de este modo y comparando los resultados de la investigación se determina según el nivel de los que incursionan en dicha actividad que la cantidad de productos exportados e importados es regular con representado con un 54.1 % lo cual refleja una cantidad estándar que puede seguir generando óptimos resultados (Ver Tabla N° 2).

La cantidad que se importa o exporta, determinando el nivel del comercio exterior es primordial, pues considera que a más productos exportados o importados puedes constituirte como empresa de tal forma que los resultados en dicha actividad son óptimos y tienen un panorama atractivo para el futuro de los estudiantes.

Charles (2007), manifiesta los beneficios del comercio internacional, determina que las ganancias se encuentran en como el comercio internacional permite a un determinado país especializarse en la manufactura y exportación de bienes que se produce con mayor eficiencia, puede importar productos que otros países produzcan a su vez con mayor eficacia, en la investigación para determinar el nivel de comercio exterior por los que incursionan según los resultados se precisa que el 67.6 % considera una buena rentabilidad al ejercer comercio internacional de este modo que los beneficios en términos de ingresos son muy atractivos para los universitarios en la Provincia del Santa (Tabla N° 9).

La rentabilidad o ganancia, es importante para toda persona que realiza negocios pues es la motivación a seguir esforzándose en crecer en este mundo, es así que los estudiantes al considerar una buena rentabilidad crean un sistema de satisfacción personal e incentivo para realizar negocios internacionales.

Avalos (2012), determina que la participación estudiantil o universitaria participación estudiantil es fundamental para el buen desarrollo democrático de la institución, la participación universitaria es, además, una preocupación central de los órganos y cargos de dirección de la universidad, porque se dice y se sabe que tal participación es determinante para diferentes actividades económicas y sus beneficios, de tal forma que la presente investigación corrobora dicha participación por universidades Privadas en la Provincia del santa, la cual refleja a una como la que mayor participación tiene con estudiantes ya incursionando en comercio exterior representando el 59.5% para la universidad Cesar Vallejo (Ver Tabla N°14).

Este punto es determinante para todas las universidades privadas que existe en la Provincia del santa, pues al reflejar una de ellas (Cesar Vallejo), en la cual hay mayor porcentaje de alumnos incursionando en el comercio exterior, sirve como ejemplo para las demás mencionadas en materia de estudio y así seguir trabajando en brindar información y practica en cursos afines a los negocios internacionales para su alumnado.

Siman (2010), considera el aporte a la economía familiar como aquella contribución que alguien se realiza a un determinado hogar o una organización, esta contribución puede consistir una suma de dinero, o aquel aporte que una persona produce a través de algún trabajo o desarrollo que ha generado en el desempeño de algún que hacer específico o actividad económica, de este modo se corrobora en la investigación que los ingresos mensuales generados por los estudiantes el cual representa el 56.8 % que se encuentran dentro del rango (201 – 400) y determina un aporte estándar por dichos estudiantes. (Ver Tabla N°10).

El aporte a la economía familiar debe considerarse como tal, al no ser significativa de un modo pero beneficiosa para cada hogar, pues de este modo se podrá analizar cómo se desenvuelven los estudiantes en los negocios y en qué modo contribuyen a dicha economía.

El comercio exterior entonces, significa una nueva oportunidad de negocio en los alumnos quienes querrán incursionar en ellos y el cual les resultara atractivos, pues la información sobre estos temas se maneja de forma empírica o en cada universidad, esta investigación tiene como alcance contribuir con cada estudiante el cual no encuentre un modo de generar ingresos, y pueda así de manera personal y sin mucho presupuesto realizar negocios internacionales para crecer y poder crear empresas que realicen exportaciones e importaciones lo cual desde ya estudiante podrá tener la oportunidad de crecer y cuando se constituya profesional tener un negocio bajo la manga el cual le sea rentable, al igual que en Chimbote en donde a las universidades en estudios deben asumir retos, para transmitir mayor conocimiento e información sobre estos temas, y para el resto del país también pues lo que se quiere lograr con la sociedad es generar mayor emprendedurismo, no solo por alumnos si no por las demás personas quienes aún no hayan constituido un proyecto de negocio.

V. CONCLUSIONES

V. CONCLUSIONES

Concorde a los objetivos planteados se ha llegado a las siguientes conclusiones:

5.1. En la investigación se ha llegado a estimar la prevalencia del comercio exterior por alumnos de universidades Privadas en la Provincia del Santa cuyo resultado refleja que solo 37 personas ya realizan alguna actividad referida al comercio como exportación e importación y/o ambas, en el año 2017, lo cual determina que solo un pequeño porcentaje de la muestra se encuentra en esta actividad empresarial y la mayoría de estudiantes aun no generan ingresos con la ejecución del comercio exterior, además dichos alumnos ya están generando una oportunidad de negocio creciente a futuro (Tabla N°1).

5.2. Queda determinado por medio de la investigación el nivel del comercio exterior por los que ya están ejecutando dicha actividad, pues el 54.1 % de los alumnos ya exportan e importan productor con regularidad (Figura N°2), además el 70 % de estos considera una capacidad buena para realizar estas transacciones con el exterior (Tabla N°3), por otro lado y analizando el nivel, el 51.4 % determina un manejo para minimizar costos de negociación regular lo cual es provechoso para esta actividad, analizando la oferta y demanda el 48.6 % considera una buena demanda para el negocio y el 45.9 % refleja que la oferta es muy buena para dicha actividad económica (Tabla N°7 y Tabla N°8), para concluir algo referencial que ayuda a englobar dicho objetivo es que el 67.6 % de los alumnos considera que este negocio es rentable para ellos lo cual servirá de motivación para seguir creciendo (Figura N°9).

- 5.3. De acuerdo a los resultados obtenidos en la presente investigación, identificamos la participación de alumnos por universidades quienes se encuentran incursionando en el comercio exterior, se determinó que el 59.5 % de los alumnos de la universidad Cesar Vallejo en su mayor porcentaje, frente a las otras universidades en materia de investigación, son los que ya se encuentran realizando comercio internacional lo cual refleja la provechosa y creciente oportunidad económica, considerando que esta universidad entonces tiene muchas ventajas en generar alumnos que incursionen en el comercio exterior (Tabla N°14).
- 5.4. En la investigación se llegó a analizar e identificar el aporte a la economía familiar de los alumnos pertenecientes a universidades privadas, cuyos resultados plasman que el 56.8 % de estos generan ingresos dentro del rango de (201 – 400) de forma mensual, además el 94.6 % considera que su presupuesto mensual se encuentra dentro del mismo rango que sus ingresos (Tabla N°10, Figura N°11), a la vez 51.4% considera que mejorara mucho su situación económica en los próximos años, puesto que este panorama que genera comodidad para los estudiantes, pues ven una atractiva actividad económica en los negocios internacionales (Tabla N°12).
- 5.5. Se ha formulado una propuesta, en base a los resultados obtenidos los cuales nos permitieron plantear estrategias más formales y estructuradas para la incursión al comercio exterior por estudiantes, con el fin de coadyuvar a los alumnos quienes no saben cómo empezar a realizar negocios internacionales, y de manera formal con el propósito a un creciente desarrollo en esta actividad.
- 5.6. Se pudo determinar entonces la prevalencia del comercio exterior como aporte a la economía familiar, pues los resultados fueron óptimos ya que pudo reflejar la propuesta de la investigación y analizarlo de forma detallada y específica para llegar a la meta, se contrastó que un pequeño porcentaje de la muestra ya incursionaban en comercio exterior, y a la vez que de las universidades en estudios, la universidad Cesar Vallejo tuvo el mayor porcentaje de alumnado incursionando en esta actividad con un aporte beneficioso y un panorama alentador y muy atractivo.

VI. RECOMENDACIONES

VI. RECOMENDACIONES

- 6.1. Se sugiere a los alumnos de las distintas universidades privadas deben tener en cuenta lo indispensable que es generar ingresos antes de culminar sus carreras profesionales para que sean independientes, pues este incentivo a ejecutar comercio exterior debe seguir constantemente de manera teórica y práctica para que tomen en cuenta la gama de oportunidades que les brinda el mundo exterior para que se realicen como profesionales al fin, concretándose al fin una mayor proporción de estudiantes para los futuros años.

- 6.2. Se recomienda a los alumnos quienes ya realicen y/o ejecuten dicha actividad, tener un seguimiento constante para generar en mayores proporciones y generar mayores ingresos lo cual permitirá al estudiante ver el mundo exterior con otros ojos mediante distintas estrategias que se puedan seguir o adquirir para sumergirse profundamente en el mundo del comercio internacional, de tal forma que puedan conformar una empresa en la cual se dediquen a dar a conocer en el caso de las exportaciones productos peruanos al exterior con valor agregado, y en el caso de las importaciones genera cubrir satisfacer las necesidades de la población con productos novedosos de los países del exterior, de tal forma que fomente un modelo a los demás estudiantes quienes no estén en este camino y quieran generar dinero por sus propios medios y esfuerzo personal.

- 6.3. Frente a la proporción de mayor participación en la incursión del comercio exterior se sugiere a las universidades privadas, brindar información, pues esto es de vital importancia pues son en las aulas donde los catedráticos deben generar la mayor información sobre esta novedosa y provechosa actividad que es el comercio exterior para que así puedan originar motivación en los estudiantes, la Universidad Cesar Vallejo debe seguir con la continuidad de difundir toda la información y practicas activas en cursos referentes al comercio exterior, a la vez cada universidad de las mencionadas en la investigación deben tener en cuenta que es primordial introducir a los alumnos al mundo de los negocios para que generen por sus propios medios ingresos y puedan solventar sus necesidades.
- 6.4. Se recomienda a los estudiantes con respecto al aporte a la economía familiar en la Provincia del Santa, seguir generando ingresos de tal forma que sean independientes y logren sus objetivos empresariales, lo cual con diferentes guías estratégicas en comercio exterior, puedan maximizar su economía familiar y lograr beneficios personales.
- 6.5. Se recomienda a los futuros investigadores, que realicen una indagación en la cual se analice la aplicación y que beneficios obtendría los diferentes universitarios de diversas universidades e institutos, a la vez que pueda darle un realce más específico y que represente la oportunidad para estos, en tanto seguir proporcionando mayor información a mayor escala quienes lo necesiten.

VII. PROPUESTA

VII. PROPUESTA

DATOS INFORMATIVOS:

TITULO: Estrategias para la incursión en comercio exterior por alumnos de universidades Privadas para el aporte a la economía familiar de la provincia del Santa 2017.

BENEFICIARIOS: Alumnos de las diferentes universidades Privadas en la Provincia del Santa.

OBJETIVO GENERAL:

Lograr que los alumnos incursionen en los negocios internacionales con estrategias y técnicas puntuales para su desarrollo.

ALCANCE DE LA PROPUESTA:

Las estrategias para la incursión en el comercio exterior constituirá de dos estrategias puntuales (Estrategia de Enfoque y Estrategia de Diferenciación), además de distintas técnicas pues permita al estudiante o universitario tener en cuenta diferentes puntos los cuales formaran parte para realizar una exportación e importación, no obstante dichas estrategias tendrán que realizarse con mucho esfuerzo y ser constante para lograr el alcance, considerando que este formato pueda beneficiar a la economía familiar para así generar un desarrollo, siguiendo los dichas estrategias y técnicas para determinar su nivel y formalidad, esta estructura podrá generar el único propósito que es un buen desarrollo en los negocios internacionales.

DISEÑO DE LAS ESTRATEGIAS:

ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES A REALIZAR	RESPONSABLE
<p style="text-align: center;">ENFOQUE:</p> <p>Concentrar los esfuerzos en producir o vender productos que satisfagan las necesidades o preferencias de un determinado grupo de consumidores dentro del mercado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Concentrarse en un grupo específico de consumidores. • Concentrarse en un mercado geográfico en particular. • Concentrarse en una línea de productos. • Cerrar una o más divisiones para concentrarse en la que mejor rendimiento presente. 	<p>El estudiante a través de la aplicación de esta estrategia buscara especializarse en un mercado reducido pero bien definido y, por tanto, ser más eficiente de lo que se sería atendiendo a un mercado amplio y variado.</p>
<p style="text-align: center;">DIFERENCIACION:</p> <p>Consiste en producir o vender productos considerados únicos en el mercado y que ofrezcan algo que les permita diferenciarse o distinguirse de los de la competencia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevo diseño del producto. • Darle nuevos atributos o características. • Buena calidad. • Marca distintiva. • Brindar un buen servicio o atención al cliente. • Una atención personalizada en la transacción o negocio. • Eficiente rapidez en la entrega. • Ofrecer servicios adicionales. 	<p>El estudiante a través de la aplicación de esta estrategia buscara principalmente la preferencia de los consumidores, pudiendo llegar al punto de aumentar los precios en caso de que éstos reconozcan las características diferenciadoras del producto.</p>

TECNICAS A SEGUIR:

Estas técnicas puntuales determinan una formalidad para realizar una incursión estructurada y con un buen desarrollo.

Determinación del mercado, tamaño, segmento, demanda y breve descripción de la estrategia de comercialización.

Descripción de la empresa

Contiene información detallada acerca de la empresa con especial énfasis en la descripción de su capacidad, experiencia y habilidades para poner en práctica el proyecto y en definir sus fortalezas y debilidades.

1.1. Misión, Visión y Objetivos de la empresa: Es determinante la formalidad para constituir una empresa personal la cual genera una imagen de confiabilidad para los clientes.

1.2. Políticas administrativas: administración del personal, sobre remuneraciones, producción, atención a clientes. Análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA)

1.3. Selección de la tecnología:

Con que llevara a cabo la actividad de comercio exterior para la conexión con sus clientes, y para poder realizar.

2. Análisis del producto

Contempla los elementos indispensables para el conocimiento a detalle del producto o servicio a comercializar.

2.1. Descripción del producto o servicio.

Determina describir los atributos del producto y las necesidades que puede satisfacer

2.2. Diferenciación del producto.

Darle un tipo de diferenciación al producto para tener mayor alcance en el exterior o interior donde se comercialice.

2.5. Insumos empleados y proveedores.

Tener en cuenta todos los insumos que fueron necesarios para el proceso de producción y los proveedores que lo proporcionaron.

2.6. Tecnología utilizada.

Es primordial tener en cuenta la tecnología empleada para la distribución y obtención de los productos.

2.7. Control de calidad.

Realizar un control básico para analizar el producto que se comercializara.

2.8. Mantenimiento y respaldo al producto y servicio.

Tener un mantenimiento y respaldo del producto el cual determine una conformidad con los clientes que obtengan dicho producto.

2.9. Análisis de costos.

Manejo de costos, lo cual permitirá tener un equilibrio para poder minimizar y saber que se obteniendo mayor ingreso al comercializar.

2.10. Clasificación arancelaria.

Tener determinado las tarifas a pagar por los productos obtenidos o enviados al exterior.

3. Análisis del mercado meta

Se definen los criterios de selección que se utilizaron para elegir el mercado meta. Se describe y calcula el mercado actual, el potencial y el crecimiento previsto. Se identifican y evalúan oportunidades y amenazas del macroentorno.

Se identifica a los competidores y sus principales fortalezas y debilidades. Se fijan objetivos y metas y se define la estrategia a seguir para alcanzarlos.

3.1. Investigación del mercado con datos estadísticos para análisis histórico (cinco años mínimo) sobre: producción nacional, balanza comercial del producto entre México y el mercado meta, consumo nacional aparente en el mercado meta.

3.2. Mercado meta, segmentación, medición y características del mismo.

Realizar un análisis del mercado al que se apunta, y segmentar a tu target con las características y estilos que se quiere satisfacer.

3.3. Precios de referencia en el mercado meta.

Saber los precios del mercado al cual estamos apuntando para tener referencia y determinar un precio justo para el consumidor.

3.4. Canales comercialización.

Determinar los canales de distribución, los cuales pueden ser (redes sociales de forma masiva ya que es la más económica).

3.5. Análisis de la competencia.

Establecer un panorama de la competencia en la cual nos encontramos e introducir nuevas estrategias para seguir teniendo mayor participación en ella.

3.6. Identificación de clientes potenciales.

Conocer a los principales clientes y darles mayor atención para convertirlos en fieles consumidores.

3.7. Estrategia de ingreso al mercado.

Definir diferentes estrategias de marketing los cuales permitan un ingreso rápido y eficaz al mercado meta.

3.8. Contratos, formas de pago y negociaciones

Concertar contratos los cuales permitan una facilidad para los clientes que obtengan nuestros productos.

4. Riesgos críticos

Identificar los problemas potenciales que pudieran tener un efecto negativo en el proyecto, así como los planes de contingencia para contrarrestarlos.

4.1. Riesgos internos y externos

Señalar los riesgos y tener una respuesta o reacción clara y concisa la cual no perjudique el dinamismo de la comercialización.

4.2. Planes de contingencia.

Definir un instrumento de gestión para el manejo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el dominio del soporte y el desempeño.

5. Proyecciones financieras

Se analiza la viabilidad del proyecto a través de diferentes escenarios. Los recursos y aplicaciones deben estar perfectamente fundamentados.

5.1. Requerimientos de capital para el proyecto.

Fijar los requerimientos que se necesitan para tener un capital al comenzar un proyecto.

5.2. Análisis del Punto de Equilibrio.

Establecer una estructura en la cual el volumen de ventas o los ingresos son iguales a los costos.

VIII. REFERENCIAS

VIII. REFERENCIAS

Alfaro, (2010). Estudio sobre el impacto de las exportaciones en el crecimiento económico del Perú durante los años 1970 – 2010. (Tesis para el Grado Académico Magíster en Economía con mención en Comercio Exterior). Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Cabello, J. (2009) Zonas de libre comercio 2° ed. Colombia: Editorial

Daniels, (2012), Negocios Internacionales 4° ed. Madrid: 354 p.

Daniels, (2010), Negocios Internacionales 2° ed. Madrid: 450 p.

Del Junco, (2013). Relación entre la exportación de cobre y el desarrollo económico del departamento de Ancash en el periodo (2008 – 2012). (Tesis para el grado Titulado en administración), Universidad Cesar Vallejo.

Flores, (2013). Análisis del comercio ambulatorio y crecimiento económico en el distrito de Nuevo Chimbote en el periodo (2010 – 2013). (Tesis para el grado Titulado en administración). Universidad Cesar Vallejo.

Hernandez, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación.5^{ta} ed. México: Editorial. Mc Graw Hill.

Hernandez, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación.6^{ta} ed. México: Editorial. Mc Graw Hill.

Hualpahuaque, Mesa Yuyin (2013). La exportación de Mango Kent y su efecto en el crecimiento económico de la provincia de Casma (2005 – 2012). (Tesis para el Grado de Titulado en administración). Universidad Cesar Vallejo

Parkin, Roger (2004), Economía. 3°ed. México: Editorial

Radebaugh, Jasón (2011) Negocios y economía 4° ed. México: Editorial

*Salvador, Francisco (2008), Comercio Internacional. 3° ed. Venezuela: Editorial
ESIC*

Sullivan, Robert (2011), Negocios del exterior. 2° ed. México: Editorial

*Samuelson, Paul y Nordhaus, William (2006), Economía de hoy. 6 ed. Colombia:
Editorial*

*Sotomayor, (2014). Impacto del tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos,
en las exportaciones de la Libertad (2005 – 2012) (Tesis para el Grado
Magister en Economía). Pontificia Universidad Católica de Chile Instituto de
economía.*

*Suazo, (2014). Influencia de la Agro exportación no tradicional en el crecimiento de
la Región de Ancash Periodo (2005 – 2012). (Tesis para el Grado de Titulado
en administración). Universidad Cesar Vallejo.*

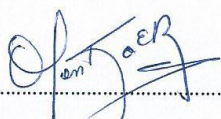
VIII. ANEXOS

ANEXO 1
ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD
DE LOS TRABAJOS ACADÉMICOS DE LA UCV

Yo, Olenka Espinoza Rodríguez, docente de la experiencia curricular de, Administración del ciclo X, y revisor del trabajo académico titulado: Prevalencia del Comercio Exterior como aporte a la economía familiar de la provincia del Santa por alumnos de Universidades privadas. Año 2017, del estudiante: Acosta Salinas, Carlos Fernando; he sido capacitada e instruida en el uso de la herramienta Turnitin y he constatado lo siguiente:

Que el citado trabajo académico tiene un índice de similitud de 10 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, grado de coincidencia mínimo que convierte el trabajo en aceptable y no constituye plagio, en tanto cumple con todas las normas del uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Chimbote, 11 de Julio de 2017



Dra. Olenka Espinoza Rodríguez

Docente

Desarrollo de proyecto de investigación

Experiencia curricular

DNI: 18092486

ANEXO
DECLARACIÓN DE AUTORÍA

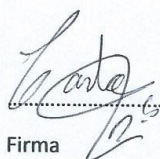
Yo, Acosta Salinas Carlos Fernando, estudiante de la Escuela profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, sede/filial Chimbote; declaro que el trabajo académico titulado "Prevalencia del Comercio Exterior como aporte a la economía familiar de la Provincia del Santa por alumnos de universidades privadas. Año 2017", presentada en 111 folios para la obtención del grado académico/título profesional de

Administración es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Chimbote, 17 de Julio del 2017


.....
Firma

TITULO DE LA INVESTIGACION	PROBLEMA DE INVESTIGACION	OBJETIVOS	VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Escala de Medición
PREVALENCIA DEL COMERCIO EXTERIOR COMO APOORTE A LA ECONOMIA FAMILIAR DE LA PROVINCIA DEL SANTA POR ALUMNOS DE UNIVERSIDADES PRIVADAS. AÑO 2017	¿Cuál es la prevalencia del comercio exterior como aporte a la economía familiar de la provincia del santa, por los alumnos de universidades privadas en el Año 2017?	General Determinar la prevalencia del comercio exterior como aporte a la economía de la provincia del santa por alumnos de universidades privadas en el Año 2017	COMERCIO EXTERIOR	Se basa en todos aquellos intercambios comerciales, que se ejecutan entre dos o más países quienes ejecutan este tipo de transacciones.	El comercio exterior es la actividad la cual conlleva poner un producto fuera del país y a su vez traer productos nuevos hacia el nuestro lo cual genera un beneficio económico, el cual se mide mediante las exportaciones e importaciones.	COMPONENTES DEL COMERCIO EXTERIOR	EXPORTACION IMPORTACION	1,2,3,4,5,6,7,8,9	Nominal
		Específicos - Estimar la prevalencia de la incursión en comercio exterior por los alumnos de universidades privadas al año 2017. - Identificar el aporte a la economía de la provincia de la santa por los alumnos de las universidades privadas al año 2017. Identificar la participación de los alumnos por universidades privadas quienes estén incursionando en comercio exterior en la provincia del santa. - Proponer estrategias para incursionar en el comercio exterior y mejorar la economía de la provincia de la santa para el año 2017.	La base del desarrollo económico de un país es la actividad de los negocios empresariales, la cual garanticen a los individuos su inserción y aporte en el ámbito económico, para tener acceso a bienes y servicios, que hagan factible la elevación de su calidad de vida	El aporte a la economía es aquella actividad empresarial la cual lograra un incremento de forma accedente a la fluctuación de la economía en una determinada localidad o país, la cual se podrá medir mediante los ingresos de las personas, el presupuesto y aporte a su hogar.	APORTE A LA ECONOMIA	APORTE A LA ECONOMIA FAMILIAR DE LA PROVINCIA DEL SANTA	INGRESOS MENSUALES PRESUPUESTO FAMILIAR	10,11,12,13	Nominal

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS ALUMNOS DE LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS DE LA PROVINCIA DEL SANTA AÑO 2017

El propósito del presente cuestionario es conocer la prevalencia en comercio exterior como aporte a la economía familiar de la Provincia del Santa por alumnos de universidades privadas.

La información que se obtenga será de carácter confidencial y con fines de estudio.

Instrucciones: Registre en el casillero la respuesta que mejor le parezca

- Datos de información:

Genero:

Masculino

Femenino

Universidad Privada de la Provincia del Santa perteneciente actualmente:

Universidad Cesar Vallejo

Universidad San pedro)

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote

Carrera profesional perteneciente actualmente:

Administración

Contabilidad

Ingeniería Industrial

Derecho

Conocimientos e información sobre comercio exterior o negocios internacionales

Si

No

- Datos de estudio:

1. Incursión en alguna actividad referida al comercio exterior:

Exportación () Importación () Ambas () Ninguna de las Anteriores ()

2. La cantidad de productos exportados o importados aumento desde que inició esta actividad:

Mucho () Suficiente () Regular () Poco () Muy Poco ()

3. Como determinaría su capacidad de negocio para realizar el comercio exterior:

Muy Bueno () Bueno () Regular () Malo () Muy Malo ()

4. La experiencia al realizar una exportación o importación de productos ha sido hasta la actualidad:

Muy Bueno () Bueno () Regular () Malo () Muy Malo ()

5. Como considera el manejo de minimizar los costos para realizar una exportación o importación en comercio exterior:

Muy Bueno () Bueno () Regular () Malo () Muy Malo ()

6. Como considera el nivel de competencia en el mercado al cual dirige su exportación o importación:

Mucho () Suficiente () Regular () Poco () Muy Poco ()

7. Como considera la demanda de los productos para el buen manejo del comercio exterior:

Muy Bueno () Bueno () Regular () Malo () Muy Malo ()

8. Como considera la oferta de los productos para el buen manejo del comercio exterior:

Muy Bueno () Bueno () Regular () Malo () Muy Malo ()

9. Como considera la rentabilidad al realizar comercio exterior:

Muy Bueno () Bueno () Regular () Malo () Muy Malo ()

10. Los ingresos promedio mensuales generados por esta actividad para su economía familiar está dentro del rango:

0 – 200 () 201 – 400 () 401 – 600 () 601 – 800 () 801 – 1000()

11. Dentro de las posibilidades, como determina su presupuesto promedio familiar según el rango:

0 – 200 () 201 – 400 () 401 – 600 () 601 – 800 () 801 – 1000()

12. ¿Usted cómo cree que podría mejorar su situación económica en los próximos años?

Mucho () Suficiente () Regular () Poco () Muy Poco ()

13. ¿Su ingreso es el único o recurre al ingreso de otro miembro de la familia para llegar a fin de mes?

Si () No () Depende de otro ()

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **Manuel Antonio Cardoza Sernaqué**, titular del DNI. N° **02855165**, de profesión Docente, ejerciendo actualmente como Jefe del Fondo Editorial, en la Universidad César Vallejo, Filial Chimbote.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en

_____.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los Ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

En Chimbote, a los 14 días del mes de noviembre de 2016



Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

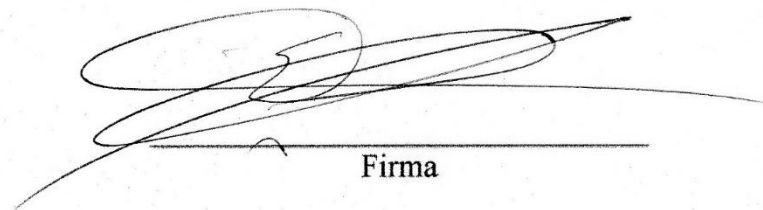
Yo, Edinson Miguel Chacón Arenas, titular
del DNI, N° 25573328, de profesión
Administrador, ejerciendo
actualmente como Docente TIP, en la
Institución UCV - Chimboke

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems				X
Amplitud de contenido			X	
Redacción de los Ítems			X	
Claridad y precisión			X	
Pertinencia				X

En Chimboke, a los 14 días del mes de noviembre del
2016


Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Sonia Aguilar Sánchez, titular
del DNI. N° 32969014, de profesión
Administradora, ejerciendo
actualmente como Docente a Tiempo Completo, en la
Institución Universidad César Vallejo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de
Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al
personal Alumnos de las Universidades Privadas que labora en

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las
siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los Ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

En Chimbote, a los 15 días del mes de Noviembre del
2016

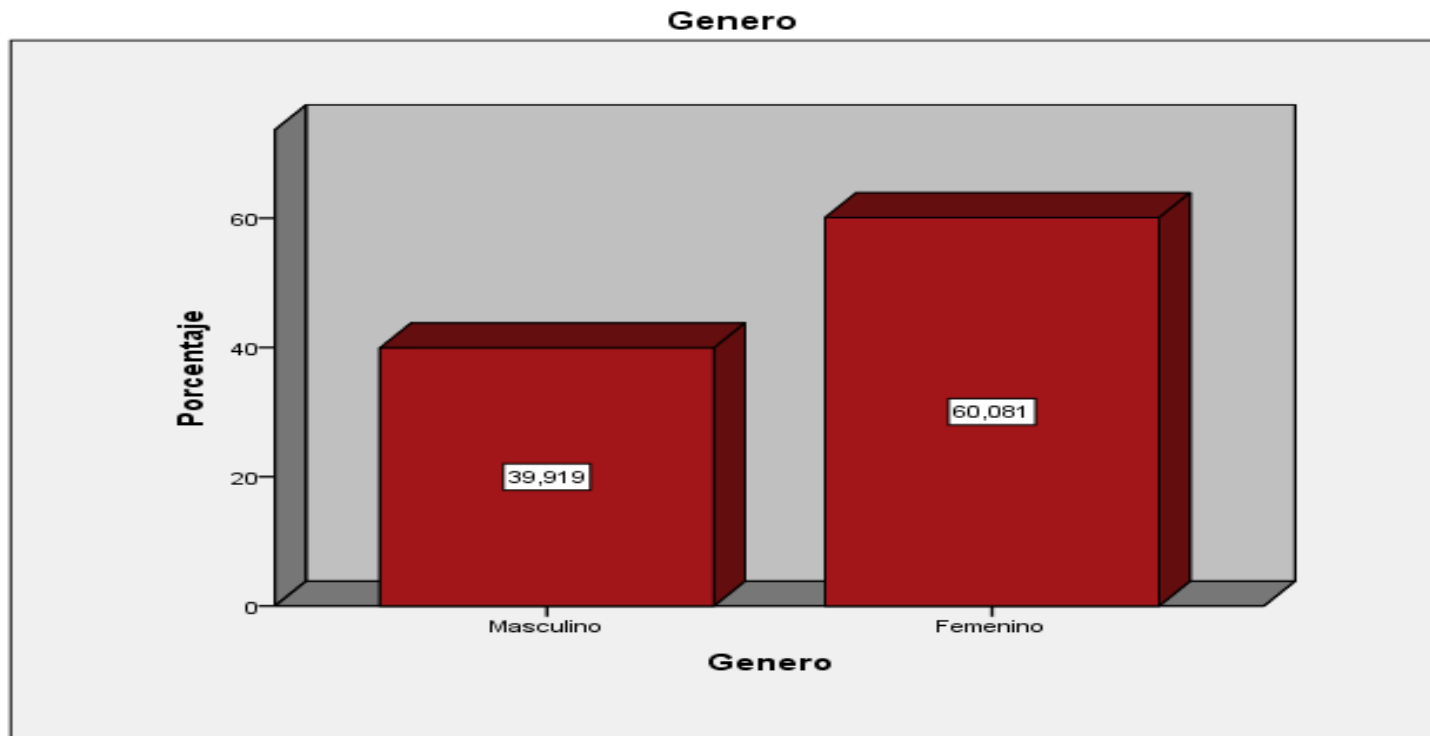

Firma

FICHA TECNICA

FICHA TÉCNICA DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	
Nombre original	Cuestionario para analizar la prevalencia del comercio exterior por alumnos de universidades privadas. Año 2017.
Autora	Acosta Salinas, Carlos
Procedencia	Chimbote Perú
Administración	Individual
Duración	Duración aproximada 20 minutos
Aplicación	Está constituida por los 248 alumnos de las diferentes universidades privadas situadas en la Provincia del santa para el año 2017.
Puntuación	Calificación manual
Significación: Dimensiones	<ul style="list-style-type: none">- COMPONENTES DEL COMERCIO EXTERIOR (EXPORTACION, IMPORTACION)- APOORTE A LA ECONOMIA FAMILIAR DE LA PROVINCIA DEL SANTA (INGRESO MENSUALES, PRESUPUESTO FAMILIAR)
Usos	En la Administración y en la investigación.
Materiales	Cuestionario que contiene los ítems, hoja de respuestas

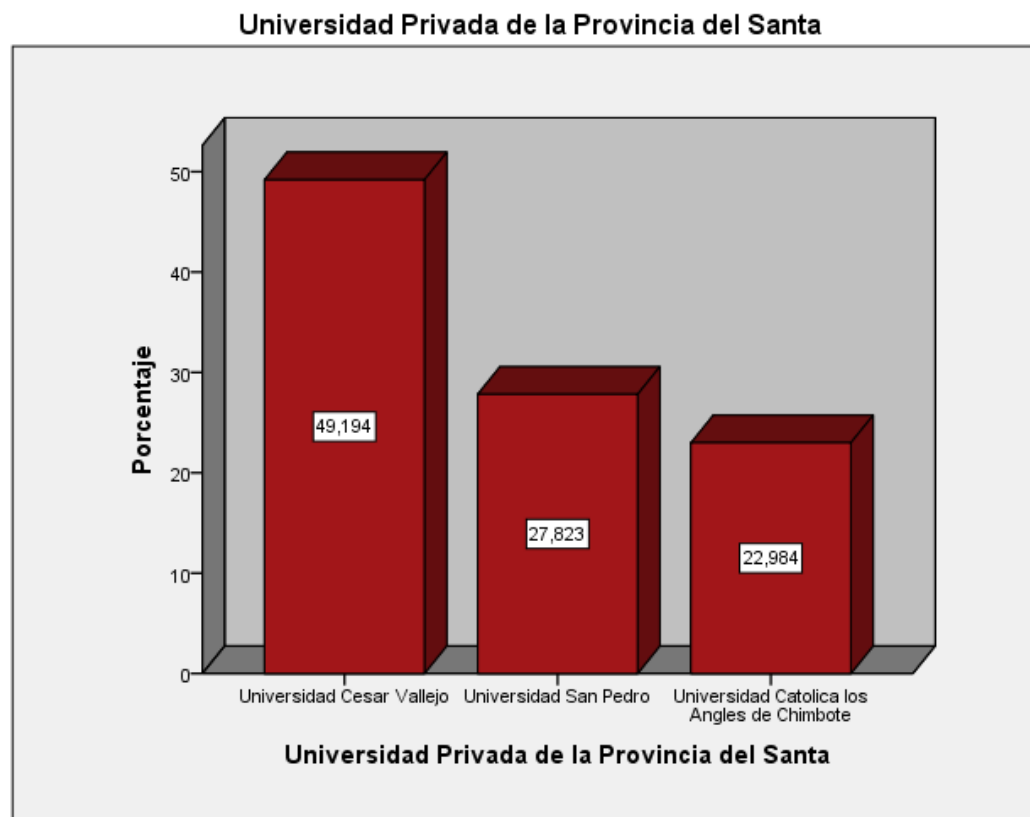
DATOS GENERALES:

Genero	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	99	39.9	39.9	39.9
Femenino	149	60.1	60.1	100.0
Total	248	100.0	100.0	



UNIVERSIDADES PRIVADAS:

UNIVERSIDADES PRIVADAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Universidad Cesar Vallejo	122	49.2	49.2	49.2
Universidad San Pedro	69	27.8	27.8	77.0
Universidad Catolica los Angles de Chimbote	57	23.0	23.0	100.0
Total	248	100.0	100.0	



CARRERA PROFESIONAL:

Carrera Proesional	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Administracion	96	38.7	38.7	38.7
Contabilidad	69	27.8	27.8	66.5
Ingenieria Industrial	46	18.5	18.5	85.1
Derecho	37	14.9	14.9	100.0
Total	248	100.0	100.0	

