



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Barreras a la internacionalización de una empresa que brinda servicios de telecomunicaciones desde la experiencia de los directivos Lima, 2023

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración y Negocios Internacionales**

AUTORA:

Carranza Flores, Diana Cinthya (orcid.org/0000-0003-2435-3129)

ASESOR:

Mgtr. Macha Huaman, Roberto (orcid.org/0000-0002-5361-9910)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2023

Dedicatoria

A mis padres y hermanos, especialmente en memoria de mi bisabuela Nicoláza García que desde el cielo me cuida y protege.

A mi madrina por confiar siempre en mí.

A mis amistades, especialmente a Emily, Naomi y Dula, quienes son parte fundamental en mi vida, ya que con su ayuda y motivación en cada momento de esta aventura puede lograr finalizarlo, sin ellas no hubiera sido fácil.

A mis docentes por la dedicación y paciencia para concluir mi tesis.

Agradecimiento

A mis padres y mis hermanos, por ser mi motivación para poder salir adelante; a mis amistades, quienes me brindaron su apoyo incondicional y me alentaron siempre para seguir; a mis familiares, por sus buenos consejos; a mis supervisoras Jennifer y Liliana por la comprensión y ayuda; y a mis docentes quienes compartieron su conocimiento y experiencia para poder lograr convertirme en una buena profesional, además, a mi asesor, el magister Roberto Macha Huamán que con paciencia y dedicación me guio en el desarrollo de mi tesis.



Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MACHA HUAMAN ROBERTO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, asesor de Tesis titulada: "Barreras a la internacionalización de una empresa que brinda servicios de telecomunicaciones desde la experiencia de los directivos Lima, 2023", cuyo autor es CARRANZA FLORES DIANA CINTHYA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 12.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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 vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 04 de Diciembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MACHA HUAMAN ROBERTO DNI: 07500952 ORCID: 0000-0002-5361-9910	Firmado electrónicamente por: RMACHAHM el 04- 12-2023 23:00:16

Código documento Trilce: TRI - 0681931



Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, CARRANZA FLORES DIANA CINTHYA estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Barreras a la internacionalización de una empresa que brinda servicios de telecomunicaciones desde la experiencia de los directivos Lima, 2023", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

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

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

Nombres y Apellidos	Firma
DIANA CINTHYA CARRANZA FLORES DNI: 74151083 ORCID: 0000-0003-2435-3129	Firmado electrónicamente por: DCARRANZAFL el 04- 12-2023 23:00:38

Código documento Trilce: TRI - 0681929

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria de Autenticidad del Asesor.....	iv
Declaratoria de Originalidad del Autor.....	v
Índice de contenidos.....	vi
Índice de tabla	vii
Índice de figuras	viii
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1. Tipo y Diseño de Investigación	15
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización	17
3.3. Escenario de estudio	18
3.4. Participantes	18
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	18
3.6. Procedimiento	19
3.7. Rigor Científico	20
3.8. Metodología de análisis de datos.....	20
3.9. Aspectos éticos.....	21
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	22
V. CONCLUSIONES.....	34
VI. RECOMENDACIONES.....	35
REFERENCIAS.....	36
ANEXOS	44

Índice de tabla

Tabla 1. <i>Matriz de categorización de barreras a la internacionalización</i>	17
--	----

Índice de figuras

Figura 1. Categoría de barreras a la internacionalización	22
Figura 2. Criterios de la subcategoría de barreras internas.....	23
Figura 3. Tamaño empresarial (atomización)	24
Figura 4. Escasez de recursos financieros.....	25
Figura 5. Falta de liderazgo (habilidades directivas)	26
Figura 6. Recursos humanos poco capacitados.....	27
Figura 7. Criterios de la subcategoría de barreras externas.....	28
Figura 8. Saturación de los mercados	29
Figura 9. Competitividad y competencia de terceros países	31
Figura 10. Competitividad y competencia de terceros países	32
Figura 11. Comoditización productos sector.....	33

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general, explicar las barreras a la internacionalización de una empresa que brinda servicios de telecomunicaciones desde la experiencia de los directivos Lima, 2023. La metodología empleada fue: enfoque cualitativo; diseño fenomenológico; técnica entrevista; instrumento guía de entrevista; participantes 10 directivos de una empresa del sector telecomunicaciones; para el análisis de los datos se empleó MS Excel y software Atlas ti. Los resultados mostraron que las barreras internas tales como: el tamaño de la empresa, carencia de recursos financieros, deficiencia de liderazgo y escasez de personal capacitado dificultan la internacionalización de la organización; asimismo, las barreras externas tales como: la gestión de mercados internacionales, la competencia en nuevos mercados y la calidad del servicio que brindan la organización dificultan el proceso de la internacionalización de la compañía. Por lo tanto, se concluye que las barreras internas y externas limitan la exportación de servicios a nuevos mercados evitando expandirse a nivel internacional y reduciendo los ingresos de la organización.

Palabras clave: Barreras a la internacionalización, barreras internas, barreras externas, exportación de servicios.

Abstract

The general objective of this research was to explain the barriers to the internationalization of a company that provides telecommunications services from the experience of managers Lima, 2023. The methodology used was: qualitative approach; phenomenological design; interview technique; interview guide instrument; Participants: 10 managers of a company in the telecommunications sector; MS Excel and Atlas ti software were used to analyze the data. The results showed that internal barriers such as: the size of the company, lack of financial resources, leadership deficiency and shortage of trained personnel make the internationalization of the organization difficult; Likewise, external barriers such as: the management of international markets, competition in new markets and the quality of the service provided by the organization make internationalization difficult. Therefore, it is concluded that internal and external barriers limit the export of services to new markets, preventing expansion internationally and reducing the organization's income.

Keywords: Barriers to internationalization, internal barriers, external barriers, export of services.

I. INTRODUCCIÓN

La internacionalización es el proceso por el cual las compañías ingresan a un nuevo mercado con la finalidad de expandirse y generar mayor ganancia. Por ello, la internacionalización es el desarrollo por el cual una empresa ingresa al mercado internacional, suponiendo que las empresas multinacionales necesitan operar a gran escala, el proceso de internacionalización llevará más tiempo (Rehman Khan et al., 2017); sin embargo, las principales barreras a la internacionalización tienen que ver con su tamaño y limitaciones de recursos. (Lopes Soares y Ferreira da Silva, 2022); Asimismo, el proceso de la internacionalización es el resultado de la evaluación del mercado y sus múltiples participantes, importadores y exportadores de diferentes sectores de la economía (Lechuga Cardozo et al., 2020). Es decir, la internacionalización ayuda a las empresas a integrarse en nuevos mercados, pero pocas empresas lo logran.

La expansión de diferentes servicios a nivel internacional ha formado parte muy importante para el crecimiento de una empresa (López-Rodríguez et al., 2021); sin embargo, las empresas buscan internacionalizarse para reducir el riesgo al diversificar su presencia en diferentes mercados y expandir sus operaciones hacia nuevos mercados (Kwiotkowska, 2021); es decir, la expansión de los servicios a nivel internacional ha pasado a convertirse en una de las acciones más importantes en del mundo (López-Rodríguez et al., 2022); asimismo, durante los últimos cuarenta años, con los cambios dramáticos en la economía global, el concepto de internacionalización ha sufrido un cambio irreversible que favorece a las empresas (López Rizzo y Pinot de Villechenon, 2020). Por lo tanto, la expansión de una empresa de telecomunicación en el mercado extranjero es un conjunto de oportunidades en un nuevo mercado.

Las telecomunicaciones son uno de los sectores más crucial de la economía del país y tiene mayores perspectivas de crecimiento, teniendo en cuenta la dependencia que tienen otros sectores de la economía nacional (Bedenlier et al., 2018); asimismo, uno de los fenómenos más importantes y dinámicos que tiene lugar en la industria de las telecomunicaciones es la internacionalización de los operadores como parte del fenómeno más extenso de la globalización (León García y Baez Landeros, 2020); además, las telecomunicaciones han recorrido un largo camino desde una industria con un comportamiento lineal y predecible hasta una

industria extremadamente compleja, impredecible y multifactorial (Jahanbakht et al., 2022). Por lo tanto, el servicio de telecomunicaciones cada vez está creciendo más, de esta manera está formando parte de un crecimiento económico y global.

El proceso de internacionalización se puede observar durante la experiencia en los mercados extranjeros que fomenta el aprendizaje y crea una reserva de conocimientos a la que la empresa puede acceder (Kahiya, 2018); sin embargo, el nuevo fenómeno de la internacionalización no puede ser explicado por las tres perspectivas tradicionales: (1) económica, (2) de proceso y (3) de red (Parra-Acosta et al., 2022). Además, en la economía globalizada actual, donde los proveedores de todas las formas y tamaños están integrados en cadenas de valor regionales y globales, las PYMES (Micro y Pequeña Empresa) interesadas en crecer están destinadas a internacionalizarse (López Rizzo y Pinot de Villechenon, 2020). Por ello, para que una empresa se internacionalice tiene que estar preparado para los riesgos que se puedan presentar.

El sector de las telecomunicaciones ha revolucionado en los últimos años no solo ha cambiado drásticamente la forma en que nos comunicamos personalmente, sino que también ha sido objeto de poderosos cambios económicos, productivos y organizacionales, etc (Rodríguez-Miglio, 2016); asimismo, la proactividad combinada con un conocimiento preciso de los mercados extranjeros ayudan a acelerar la internacionalización de la empresa (Galdino et al., 2019); además, la internacionalización de los servicios está cambiando nuestra vida cotidiana, pero también se está manifestando en las nuevas apariciones de nuevos productos y diferentes servicios, como la telefonía móvil o los servicios de Internet (Rodríguez-Miglio, 2016). Por lo tanto, la internacionalización de los servicios está cambiando al mundo de diferentes formas tanto como económico y calidad de servicio.

El mercado del sector telecomunicaciones ha experimentado una fuerte caída en los últimos años debido a la naturaleza técnica del negocio, lo que se refleja en el valor de los productos y servicios (García Rendón y Posada Aparicio, 2016); asimismo, los cambios organizacionales que tuvieron las empresas de telecomunicaciones han sido en el talento humano (Arenas y Bayón, 2020); además, muchos admiten que es difícil encontrar personal calificado para trabajar, mientras que algunos realizan investigaciones sobre mercados extranjeros (Panibratov y Klishevich, 2020). Es decir, lo que más les cuesta a las empresas a

la hora de expandirse es encontrar personal preparado, por esa razón algunas empresas aún no se internacionalizan.

En resumen, la internacionalización es el proceso de desarrollar operaciones en otros países que garantiza el crecimiento y aumenta las oportunidades futuras de la empresa; en el sector servicios, prefieren ingresar a mercados que sean cercanos al país de origen, que sean similar en el aspecto cultural o expandirse a nivel internacional; sin embargo, existe las siguientes barreras a la internacionalización: (1) limitaciones de recursos financieros, (2) disponibilidad de recursos humanos capacitados, (3) dificultades para encontrar socios potenciales y oportunidades de negocios en otros países, (4) dificultades para obtener información sobre mercados extranjeros y (5) riesgo político y legal que retrasan el crecimiento de muchas empresas de servicios.

Por ello se planteó el siguiente problema general: ¿De qué manera las barreras a la internacionalización dificultan a una empresa que brinda servicios de telecomunicaciones desde la experiencia de los directivos Lima, 2023?; seguido se formuló el problema específico 1: ¿De qué manera las barreras internas dificultan a la internacionalización de una empresa que brinda servicios de telecomunicaciones desde la experiencia de los directivos Lima 2023?; asimismo, como problema específico 2: ¿De qué manera las barreras externas dificultan a la internacionalización de una empresa que brinda servicios de telecomunicaciones desde la experiencia de los directivos Lima,2023.

En esta investigación se dará a conocer las barreras para lograr internacionalización de las compañías que brindan servicios en Perú. Para eso conoceremos a profundidad cuáles son las complicaciones de una empresa extranjera en su internacionalización que brinda servicios en el Perú. En ese sentido, la presente investigación tiene una justificación práctica; se tocarán temas sobre la internacionalización. Justificación práctica, ya que se dará a conocer las barreras que ha superado la empresa que brinda servicios que ha tenido que enfrentar y para que el resto de empresas conozcan, y eviten inconvenientes en el proceso de internacionalización. Asimismo, en esta investigación contará también con la justificación económica, debido a que beneficia a las organizaciones que desean internacionalizarse para mejorar su desempeño económico dado a que se abarcaran temas sobre las barreras de la internacionalización, para así poder

general iniciativas en su crecimiento de las empresas en un mercado internacional. Además, tendrá una justificación social, el desarrollo de la internacionalización de las compañías que brinda servicios de telecomunicaciones ha logrado alcanzar a más personas y en lugares donde no se contaba con antenas anteriormente, pero actualmente ya es posible contar con mayor comunicación y acceso que beneficia a la población.

De esta manera el objetivo general es explicar las barreras a la internacionalización de una empresa que brinda servicios de telecomunicaciones desde la experiencia de los directivos Lima, 2023; de esta manera, los objetivos específicos son: Objetivo específico (1) Describir las barreras internas en la internacionalización de una empresa que brinda servicios de telecomunicaciones desde la experiencia de los directivos Lima, 2023; asimismo, el objetivo específico (2) Describir las barreras externas en la internacionalización de una empresa que brinda servicios de telecomunicaciones desde la experiencia de los directivos Lima, 2023.

II. MARCO TEÓRICO

Antecedentes internacionales

Uribe y Norman (2020) tuvieron como objetivo analizar las barreras de entrada al mercado y las oportunidades de cooperación para aumentar la capacidad instalada. Entre los temas tratados, destacaron la importancia de la investigación profunda de los mercados emergentes para generar oportunidades de exportación y programas de intervención de los gremios y el Estado. Son 19 de sus investigaciones que se realizaron en Micro y Pequeña Empresa (MYPES) que exportan software. La investigación que se realizó fue cuantitativa y un enfoque descriptivo, direccionando a estudiar mediante las encuestas y la percepción de los gerentes de las diferentes compañías de Software y Tecnologías Informáticas (SW&TI) conectado a la Federación Colombiana de la Industria del Software y Tecnologías Informáticas Relacionadas (FEDESOFTE) en Colombia. Por lo tanto, los investigadores concluyeron que el ángulo trampolín puede llegar a ser beneficiosos en las capacidades y bienes de una empresa para su expansión de sus locales mediante la adquisiciones y controles de las filiales.

Pérez-Morón et al. (2020) plantearon como objetivo detallar el poder de los elementos que inciden en el proceso de internacionalizar una Micro y Pequeña Empresa (PYME). En los diferentes temas formulados, la competencia intensa y la modernización se destacan como factores que conducen al crecimiento empresarial, pero para que esto suceda, las PYMES deben tener conocimientos técnicos y fomentar un alto nivel de innovación y creatividad entre los socios comerciales. La investigación se realizó entre las pequeñas, medianas y las micro empresas exportadoras. La investigación tiene una cadena descriptiva y se utilizan métodos cuantitativos y encuestas como medio de recolección de datos. En última instancia, los investigadores concluyeron que la variedad de elementos perjudica el desarrollo de exportación eran: el agrupamiento del comercio en 20 mercados locales, seguida de la imposibilidad de identificar servicios o productos exportables, y, para terminar, la falta de clientes y carencia en encontrar contactos en el extranjero.

Fonseca-Feris y Fleitas-Alvarez (2020) tuvieron como objetivo analizar diversos factores relacionados con las limitaciones u obstáculos a la internacionalización de las PYMES. La investigación está enfocada a la exportación

de las empresas y los métodos utilizados son el enfoque cualitativo y el análisis documental, el cual utiliza diferentes fuentes bibliográficas. Los resultados muestran que la mayor cantidad de las empresas estatales son pequeñas, que representan el 88,5%, y las pequeñas y medianas empresas constituyen las unidades económicas, que constituyen el 95,9%, la mayor parte trabaja en pequeñas y medianas empresas, que constituyen 46,1%. y solo el 10,4% de los empleados reciben un salario de acuerdo al mercado, en cambio el salario de la empresa es 93,9% siendo el mayor problema de la internacionalización es aumentar la oferta de bienes y mejorar la remuneración de los empleados. Los investigadores concluyeron que la carencia de anticipo en el proceso de internacionalización se debe a la escasez de financiamiento, la falta de conocimiento de las normas de exportación nacionales e internacionales, desconocimiento del comercio electrónico y menores ingresos y salarios.

Calle Aguilar (2020) tuvo como objetivo identificar diferentes estrategias de internacionalización para que las PYMES vendan sus productos en mercados extranjeros. El estudio se llevó a cabo entre medianas y pequeñas compañías exportadoras. El método es un método de recopilación de datos cualitativos que examina la literatura recopilada de varios artículos científicos. En los resultados que obtuvo se puede ver que varios obstáculos que confrontan las empresas son la falta de datos y la limitada disponibilidad de financiamiento para las empresas exportadoras. Por lo tanto, el investigador concluyó que para reducir el riesgo de internacionalización de una organización es necesario adoptar estrategias como alianzas e innovación en sus servicios para reducir el riesgo de exportar la organización.

Fayos Gardó et al. (2018) tuvieron como objetivo investigar las licitaciones internacionales existentes sobre el ingreso de las empresas en el mercado internacional. La investigación está enfocada en la problemática de las PYMES; por lo tanto, el método utilizado es cualitativo, utilizando el análisis de estudio de investigación, analizando únicamente las PYMES y las que han recibido licitaciones internacionales, además, se utilizan entrevistas a las PYMES, cada organización tiene más de un confidente. El estudio que se obtuvo de los resultados se dio a conocer que los obstáculos externos a la intervención de las PYME en la administración pública incluyen: varios procedimientos de documentos

administrativos, varios certificados, financiación del desarrollo y etc., los obstáculos internos hacen que la gestión administrativa intervenga en la gestión de carga. Los autores concluyeron que las pymes cuentan con grandes oportunidades, pero también existen barreras, donde el volumen de contratación pública internacional es menos al Producto Interno Bruto (PIB) en comparación con otras empresas.

López et al. (2017) tuvo como objetivo proporcionar evidencia exploratoria utilizando métodos cualitativos para comprender cómo las empresas latinoamericanas perciben su situación competitiva y cómo se ven afectadas por los factores ambientales y las diferentes barreras de cada nación, incluidas las políticas nacionales que afectan las exportaciones de servicios. Los temas que se destacan en contexto son la relevancia para las nociones de fortalezas y debilidades competitivas y el rol de la política gubernamental en la promoción del desarrollo de las exportaciones. Como herramienta de recopilación de información se hizo uso de encuestas a las empresas que brindan servicio de América Latina, preguntando acerca de la mira de las empresas con respecto a las diferentes barreras al negocio de los servicios, así como la cobertura y choque de las políticas públicas existentes en el país de las regiones y cómo afectan a este comercio. El investigador concluyó que los resultados de la investigación demuestran que los factores decisivos de la competencia internacional son barreras que limitan la internacionalidad de algunas empresas.

Baker et al. (2023) plantearon como objetivo examinar el proceso de internacionalización empresarial en México y si las variables específicas influyen en el proceso. Los temas que se tocó por los autores son emprendimientos internacionales en países emergente o en desarrollo. La investigación empleó la metodología enfoque cualitativo y establecido en entrevistas no estructuradas con diferentes directores generales Pymes mexicanas, además, mediante el filtrado de artículos. La investigación se realizó en seis casos de estudios. Los resultados obtenidos es que la falta de confianza, en el caso de México es un obstáculo para la internacionalización. Los investigadores concluyeron que estos casos confirman el deseo de las empresas de conocer nuevos mercados, innovar y el capital social/red son impulsores esenciales para la internacionalización.

Singh et al. (2023) tuvieron como objetivo explorar comportamientos políticos que influye en la internacionalización basada en plataformas de las Pymes.

Los temas que se tocó por los autores son de políticas que mejoraron la internacionalización de las Pyme, obstáculos logísticos y desafíos anticompetitivos. La investigación empleó el método estudio de casos y establecido en entrevistas semiestructuradas. La investigación se realizó a pequeñas empresas acorde a plataformas. Los resultados obtenidos que la política empresarial aceptable es la superación de obstáculos que limitan la actividad empresarial. Los investigadores concluyeron que el gobierno contó con un compromiso de reducir las barreras a nivel del mercado interno y de la industria.

Cha et al. (2023) plantearon como objetivo desarrollar una teoría de internacionalización que abordó como las empresas de economía colaborativa lograron la internacionalización bajo la condición diferentes políticas globales del Ecommerce. Los temas que se tocó atributos de transacciones internacionales de compañías de economía colaborativa y proporciona visión actual de debate internacional sobre el Ecommerce. La investigación empleó el enfoque de la economía del conocimiento Hayek. Los resultados obtenidos la ventaja competitiva de empresas de economía colaborativa procedió inicialmente de algoritmos de plataformas digitales y la diferencia en las políticas globales del Ecommerce afectaron la internacionalización de los modelos de negocios. Los investigadores concluyeron que se proporciona potenciales implicaciones y la política del comercio electrónico se pueden unir con desafíos prácticos más que con inconvenientes teóricos.

Arthur y Yamoah (2019) tuvieron como objetivo general examinar la calidad ambiental que es primordial para la competitividad de las compañías agroalimentarias en Dinamarca. Los temas que se tocaron fueron estrategias para destacar con un producto de calidad, actividades sustentables y atributos de calidad ambiental. La metodología fue: enfoque cualitativo; instrumento entrevista. Los resultados obtenidos del análisis mostraron que, para reducir las limitaciones de los pequeños mercados y ubicaciones, las compañías relacionadas con la alimentación en las zonas rurales ofrecen cada vez más productos con etiquetas como "calidad", "verde" o "ético" y "sostenibilidad" para demostrar una alta calidad. Los investigadores concluyeron que esto contribuyeron a la comprensión de la creciente importancia de los atributos de calidad ambiental en el desempeño de las empresas alimentarias rurales.

Hernández Huerta y Payà Rico (2022) tuvieron como objetivo mapear la red internacional de investigación, circulación e intercambio académico en historia global de la educación. Para ello se analizaron las actividades de la Conferencia Internacional Permanente sobre Historia de la Educación (ISCHE). Los temas que se tocó fueron composición y organización de la comunidad de historiadores de la educación; espacios que fomenten la colaboración, el debate y el consenso en la investigación en el campo; el impacto de la cooperación en investigación y las perspectivas transnacionales; métodos de investigación y áreas de interés; publicaciones que difunden ideas y resultados de investigaciones, casos y comunicación. La metodología empleada fue enfoque cuantitativo y se hizo uso de fuentes documentales. Los autores concluyeron que, a nivel global, las redes internacionales para la historia de la educación están bien establecidas y existe un deseo de realizar investigaciones internacionales, sin embargo, es posible realizar mejoras fomentando una mayor colaboración internacional entre investigadores, ampliando el alcance de la investigación a una perspectiva supranacional o incluso global y ampliando el estudio de la historia de la educación en el período premoderno.

Kampouri y Hajidimitriou (2022) tuvieron como objetivo abordar la atención del por qué fracasan los esfuerzos de las PYME familiares por establecer asociaciones internacionales. Para ello, se realizó varios estudios de caso de cuatro pymes familiares multinacionales griegas en la industria de alimentos y bebidas. Los temas que se tocó fueron las perspectivas de la teoría de la internacionalización de redes y SEW, este artículo investiga cómo las interpretaciones de los miembros de la familia sobre el comportamiento de posibles socios internacionales conducen a intentos fallidos de formar asociaciones internacionales en el contexto de la internacionalización de las PYME familiares. La metodología empleada fue enfoque cualitativo. Los autores concluyeron que la limitada pero importante literatura sobre familias de PYME sobre el fracaso de las asociaciones internacionales y enriquecen la teoría de redes previa sobre la internacionalización de las familias de PYME.

Antecedentes Nacionales

Huertas y Pizarro (2017) tuvieron como su principal objetivo identificar el procedimiento crítico del éxito para exportar software a los mercados de la Alianza del Pacífico mediante entrevistas a personas de forma directa e indirectamente involucradas en la industria. Entre los temas abordados, destacaron que la falta de regulación ha afectado el desarrollo exportador de las compañías del Perú de servicios de software en la Alianza del Pacífico, también revelaron que el Decreto Supremo N°164-2016-EF sobre exención de Impuesto General a las Ventas (IGV). La investigación se realizó en diferentes compañías que exportan software en Lima. El estudio ofrece un enfoque cualitativo. Su desarrollo requiere el uso de material de acopio de datos, mediante las entrevistas a exportadores de software, expertos, organizaciones públicas y privadas. Los resultados dan a conocer que los principales factores que dificultan capitalizar la demanda de los mercados externos son: la carencia de normatividad, la carencia de personal capacitado en el mejoramiento de software, escasez de colaboradores con conocimiento y dominio de software empresarial y falta de previsión. El desarrollo mediante corto y largo plazo del grupo y la carencia de visión política del gobierno peruano.

Cano Mendoza y Díaz Torres (2020) tuvieron como objetivo fundamental es conocer los factores y las restricciones que afectan al grupo de la industria en la ciudad de Huancayo en el Perú. Entre los puntos abordados resalta su método de recolección de datos, basado en datos del Consejo de Promoción Turística y de Exportaciones del Perú (PROMPERÚ), que identifica los siguientes cuatro factores: factores regulatorios, capacidad interna, promoción y educación. A partir de la literatura, identificaron los siguientes cinco factores: factores visionarios y políticas gubernamentales, recursos humanos, cimiento, disponibilidad de capital y vínculos. El análisis se realizó en Huancayo, en corporaciones peruanas de exportación. El estudio utilizó un enfoque cualitativo que se llevó a cabo utilizando un enfoque de teoría fundamentada y utilizó entrevistas en profundidad como herramienta de recopilación de datos. Como resultados de la investigación revelaron brechas en el elemento de capital humano y una falta de fuerza laboral calificada con habilidades técnicas; asimismo, se encontró una falta de conglomerados de cooperación entre compañías de distintos sectores, así como que los empresarios desconocían los incentivos gubernamentales en el sector servicios. Se concluyó que la industria de servicios aún se está desarrollando y expandiendo y necesita ganar experiencia en

el mercado internacional, además presenta limitaciones para encontrar personas capacitadas para el desarrollo de los servicios.

Del Águila y Pérez (2021) tuvieron como objetivo principal distinguir los obstáculos que limitaron el proceso de internacionalización de las PYMES en América Latina entre 2010 y 2019. Entre las empresas examinadas, se encontraron dos grupos de obstáculos: externos, por un lado, e internos, de otra forma. Las barreras internas incluyen la falta de financiación, la carencia de apoyo financiero, la carencia de talento humano, etc. Existen barreras externas entre elevados costos de transacción y logística, barreras culturales (costumbres culturales y lingüísticas), barreras legales (impuesto, aranceles, normas de seguridad, normas sanitarias y burocracia), competitividad intensa de otros países, y son complejas y costosas. El estudio se realizó entre empresas peruanas que exportan. Para ello, su método fue una revisión sistemática cualitativa con observaciones, donde revisaron 40 artículos, 25 de los cuales estaban alineados con los objetivos del estudio. Se concluyó, que indicaron que dentro de las barreras que reducen el proceso de internacionalización, las barreras internas representaron el 60% y las externas el 40%.

Diego y Vera (2019) mencionaron como objetivo determinar cuáles son las barreras que se repiten en las exportaciones de muebles de madera. El tema que se tocó por el autor son las barreras internas y las barreras externas basado las cuales son: barreras de información, barreras funcionales y barreras de mercadeo. El estudio se realizó en la corporación exportadora de muebles del Perú. El estudio se realizó mediante un enfoque cuantitativo y abarca interpretativo utilizando un cuestionario como herramienta de recolección de datos. Obteniendo como resultado que las barreras internas que más afectan las exportaciones son: carencia de información sobre oportunidades externas, capacidad productiva para abastecer mercados externos, falta de personal calificado en el proceso de exportación y factor económico por carencia de recursos en el desarrollo de la internacionalización. Exportadores, competitividad en precios, carencia de conocimiento de distribución, falta de planeamiento en la influencia del marketing. El investigador concluyó que las barreras externas e internas afectaron en gran medida las exportaciones de las empresas peruanas de fabricación de muebles de madera.

Loyola Saenz y Trujillo Pineda (2021) tuvieron como objetivo determinar en qué medida el programa de apoyo a la internacionalización afecta a las Pymes peruanas beneficiarias del subsector agrícola. Los temas que se tocaron por los autores son caracterización de la participación y criterios para evaluar el desempeño exportador. El estudio se realizó en las Pymes peruanas beneficiarias del subsector agrícola del año 2018. La investigación se realizó mediante un enfoque mixto abarcando un diseño exploratorio secuencial y utilizó las herramientas como la guía de entrevista y la revisión documental. Los resultados obtenidos es que no afectó en cierta medida el desempeño exportador de las micro, pequeñas y medianas empresas peruanas, además, existe diversos factores: falta de conocimiento o experiencia participando en este tipo de programas. Los investigadores concluyeron que la participación de los beneficiarios en el subsector agrícola de las MYPYMES se caracterizó por ser cooperativas monoproducción de café o cacao o compañías comercializadoras de productos con valor agregado de los cuales se encontraron certificados internacionales y de alta calidad.

Alegre Pilco y Dávila Ramírez (2021) tuvieron como objetivo comprender los componentes del posicionamiento de marca y canal de distribución, diferenciación de productos y financiación previa al envío actúan como restricciones a las exportaciones de las MiPymes exportadoras en la evolución de la internacionalización de la región Lima. Los temas que se tocó por los autores son la cuota de mercado, número y nivel de ecosistemas empresariales y centros de innovación, inversores públicos y privados, nivel de innovación nacional y cadenas logísticas de Perú y Colombia a nivel nacional. El estudio se efectuó en 540 empresas que se dedican a la exportación del sector textil. El estudio se empleó mediante la metodología de enfoque cualitativo es basado en el acopio de datos donde se utilizó la herramienta como la guía de entrevista. Los resultados obtenidos que los componentes son restricciones influyeron negativamente a la competitividad de las MiPymes peruanas exportadoras y la influencia de la Marca Perú para apoyar a las empresas a internacionalizarse. Los investigadores concluyeron que no es una limitante, al considerarlo como un producto de calidad las MiPymes ingresan por canales adecuados.

Huado y Ramirez (2019) tuvieron como objetivo es determinar qué factores que influyeron en la internacionalización de la cooperativa. Los temas que se tocó

por los autores es el análisis internos y externos para la internacionalización. El estudio se efectuó en la cooperativa cacaotera ACOPAGRO. La investigación se aplicó mediante la metodología cuantitativo aplicaron el diseño de investigación no experimental transversal aplicado y utilizaron la técnica de revisión documental, información con la lista de cotejo y entrevista, documentos estadísticos. Los resultados obtenidos que la aplicación de la lista de cotejo impulsó a los factores internos en 75% favorable para la internacionalización de la cooperativa en aspectos de administración, finanzas y contabilidad, y los factores externos PESTEL son 63% favorables para la internacionalización en aspectos ambientales y legales. Los investigadores concluyeron que los factores son determinantes en la internacionalización de la exportación de cacao de la cooperativa cacaotera en el 2018.

Cornejo Ruiz (2020) tuvo como propósito es brindar beneficios aprovechando el conocimiento existente para promover un mejor crecimiento, desempeño y acceso al mercado latinoamericano. Los temas que se tocó por los autores son las estrategias de internacionalización y determinantes en la estrategia de internacionalización para las Pymes: el caso de Chile. La metodología que se empleó es mediante el filtrado de artículos. Los resultados obtenidos es que existe un crecimiento presencia de información donde se realizó una tabla de diferenciación. Los investigadores concluyeron que, al adquirir conocimientos, pero no igual con el tema de estrategias de la internacionalización de las Pymes para el ingreso a mercados latinoamericanos dentro de al menos 10 años.

Bases teóricas de las barreras a la internacionalización

Fayos y Calderón (2013) detallaron que las principales barreras externas son la competencia y el espacio de mercado, mientras que las internas son la falta de recursos financieros, e investigación y desarrollo. (1) barreras internas; por ejemplo, de fuente financieros, investigación y su desarrollo; (2) barreras externas; por ejemplo, la competitividad en el nuevo mercado, y la saturación del mercado.

Tinajero Villavicencio (2015) mencionaron que existen barreras internas y externas, se muestra, como el financiamiento, poca plaza de ingreso, competencias e infraestructura organizacional, poco acceso a recursos tecnológicos son las de mayor peso para su incorporación efectiva para el desarrollo de una o más

organizaciones. De estas capacidades las principales suelen ser: (1) barrera interna: el financiamiento en sus recursos de la empresa, la falta de infraestructura organizacional para su desarrollo; (2) barrera externa: la saturación del mercado, los diferentes competidores.

Otálora et al. (2023) mencionaron que deben ser capaces de explorar e implementar competencias y/o capacidades internas que brinden respuesta a situaciones externas del entorno para actuar y hacer frente a las dinámicas creadas por el mercado y sus consumidores, realizando las acciones más adecuadas con recursos dinámicos. (1) barrera interna; por ejemplo, mejoramiento de las capacidades de la organización (2) barrera externa; análisis del nuevo mercado que se piensa entrar.

Marco conceptual

Niñerola y Sanchez-Rebull (2016) mencionaron que las barreras a la internacionalización son procesos que impiden el desarrollo de una empresa en su internacionalización dentro de un mercado extranjero, teniendo limitaciones y obstáculos.

Fayos y Calderón (2013) detallaron que las barreras internas son las que influyen en el recurso de una empresa de forma financiera, como la marca e imagen, la investigación, la capacidad de producción o de rendimiento, la falta de adaptabilidad técnica, su desarrollo.

Cáceres et al. (2006) indicaron que el tamaño empresarial determina sus oportunidades estratégicas, pero los altos costos fijos y la falta de recursos, especialmente financieros, crearán dificultades para el desarrollo de las pequeñas empresas este comportamiento emprendedor que estimula el emprendimiento.

Levy (2019) mencionó que la escasez del recurso financiero es el agotamiento que sufre una empresa en sus diferentes inversiones, retrasando en sus planes de expansión.

Jiménez y Vizcaíno (2017) indicaron que la falta de liderazgo es la aptitud para desarrollar determinadas operaciones dentro de una empresa es escasa, lo relevante del conocimiento y la inteligencia de los colaboradores es su capacidad para beneficiar rendimiento para la empresa.

Arenas y Bayón (2020) detallaron que los recursos humanos poco capacitados son la competencia y el incremento de la demanda especializada en personal calificado, llevan a la generación de cambios significativos que retrasan el crecimiento.

Fayos y Calderón (2013) mencionaron que las barreras externas pueden estar de forma nacional e internacional en los países de destino en sus operaciones, la competencia, la estructura de la distribución, las barreras al consumidor y los procedimientos.

Refugio y Horacio (2010) indicaron que la saturación de los mercados pasa cuando se incrementa la oferta de un servicio o producto frente a la demanda, se toma mayor importancia para no saturar el mercado y que se debe tomar en cuenta para el desarrollo sano del mercado.

Carbajal et al. (2023) detallaron que la competitividad y competencia de terceros países es la capacidad que posee una organización para tener un mejor y mayor rendimiento sobre los competidores en el mercado extranjero y conservar así las condiciones que justifican sus rendimientos futuros y actuales.

Cid et al. (2019) mencionaron que la comoditización productos sector es el proceso por el cual todos los productos o servicios tienden a ser igualados en el ambiente competitivo del mercado, es positivo para generar las condiciones económicas que sostienen la continuidad de los procesos productivos que mantienen el patrimonio.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y Diseño de Investigación

3.1.1. Tipo de investigación

Según Hernández et al. (2018) indicaron que la investigación cualitativa es la recopilación de datos de varios documentos y entrevistas para su posterior análisis. La investigación cualitativa puede hacer una pregunta antes, durante o después de recopilar todos los datos. El propósito de las actividades es averiguar cuáles son las preguntas de investigación más importantes y luego abordarlas y proporcionar respuestas. También, es una toma de conciencia profunda de la realidad problemática, que se documenta contando diferentes hechos y luego se explora con diferentes métodos, como observaciones

fundamentales y entrevistas semiestructuradas. Por lo tanto, la investigación cualitativa brinda la oportunidad de obtener datos de diferentes fuentes o escenarios que se utilizarán. En este sentido, este proyecto de investigación utilizará un enfoque cualitativo. Contar con apoyo probatorio similar en el futuro. Por lo tanto, este enfoque ayudará a explicar la experiencia del sujeto sobre la pregunta.

La investigación aplicada origina conocimientos que pueden utilizarse para resolver problemas prácticos y utiliza como punto de partida y apoyo conocimiento proporcionado por la investigación básica, pero sus resultados son utilizados de forma inmediata, a corto o a mediano plazo, para solventar problemas sociales, administrativos, educativos, de salud, entre otros (Arias Odón, 2017). Por lo tanto, se utilizará este trabajo de investigación elevando los conocimientos teóricos obtenidos a la realidad pertinente para explicar los resultados obtenidos.

3.1.2. Diseño de investigación

El presente trabajo de investigación tuvo el diseño fenomenológico. En ese sentido, Fuster Guillen (2019) detalló que la fenomenología surge como el análisis de los fenómenos o experiencias esenciales que se desarrollan en la conciencia asociada con la experiencia. En este sentido, se utilizará para analizar y comprender los diferentes tipos de fenómenos que se pueden observar en dichos lugares. El diseño narrativo del tema también se adoptará de la misma manera. Por ello, Hernández et al. (2018) dieron a conocer que este tipo de diseño busca comprender los fenómenos, hechos, situaciones, eventos y procesos que involucran los sentimientos, pensamientos e interacciones. Involucradas en quienes han vivido o experimentado estos eventos para luego crear una historia general. Ahora bien, este diseño permite juntar lo diferentes datos a través de documentos, entrevistas, artículos, vídeos, cartas, artículos de medios, etc. Por lo tanto, este trabajo de investigación utilizará un diseño fenomenológico descriptivo y un diseño narrativo utópico.

3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización

Tabla 1. *Matriz de categorización de barreras a la internacionalización*

Categoría de Estudio	Definición Conceptual	Categoría	Subcategoría	Código 1	Código 2	Código 3	Código 4
Barreras a la internacionalización	Son procesos que impiden el desarrollo de una empresa en su internacionalización dentro de un mercado extranjero, teniendo limitaciones y obstáculos	Barreras a la internacionalización	Barreras internas	Tamaño empresarial (atomización)	Escasez de recursos financieros	Falta de liderazgo (habilidades directivas)	Recursos humanos poco capacitados
	(Fayos y Calderon, 2013)		(Cáceres et al., 2006)	(Levy, 2019)	(Jiménez y Vizcaíno, 2017)	(Arenas y Bayón, 2020)	
	(Niñerola y Sánchez-Rebull, 2016).		Barreras externas	Saturación de los mercados	Competitividad y competencia de terceros países	Comoditización productos sector	
			(Fayos y Calderon, 2013)	(Refugio y Horacio, 2010)	(Carbajal et al., 2023)	(Cid et al., 2019)	

Nota: Elaboración propia

3.3. Escenario de estudio

Vergara Schmalbach et al. (2010) indicaron que el lugar de investigación es parte de una variedad de enfoques para presentar el futuro con base en una lógica racional y vuelve a enfatizar que este es el entorno u origen geográfico en el que se realizará la investigación para obtener datos directamente relevantes para el proyecto. Para presente trabajo de investigación, el escenario de estudio fue realizado en una empresa que brinda servicios del sector telecomunicaciones.

3.4. Participantes

Schettini y Cortazzo (2016) manifestaron que es uno de las condiciones primordial para quienes hacen la investigación es que tienen que entrevistar a ciertos miembros de la empresa y tienen que entender el entorno de la organización y cada uno dará su opinión sobre la situación que le pregunte y según su criterio. Los participantes en esta investigación, estará conformado por 5 gerentes y 5 jefes de servicio de diferentes cuentas que son de la empresa del sector de telecomunicaciones que estuvieron dispuestos a participar en la entrevista.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Según Figueroa Saavedra (2021) detalló que la entrevista como técnica para recolectar información cuantitativa o cualitativa requiere la consideración de varios aspectos para el desarrollo efectivo, socialmente relevante y responsable del método. Por ello, antes de ejecutar la entrevista se debe contar con los temas preparados para realizar una intervención adecuada, con la finalidad de lograr administrar bien el tiempo, lograr que sea entendible el tema y no confundirse con la información en el desarrollo de la entrevista. En este sentido, es importante seguir los pasos correctos durante la entrevista para recopilar datos más precisos; asimismo, es necesario que las preguntas vayan acompañadas de una breve explicación al investigador que realiza el trabajo de campo, que permita consensuar los criterios para el diseño de la entrevista (Troncoso-Pantoja y Amaya-Placencia, 2016); además, las preguntas abiertas permiten que los encuestados discutan ideas o desarrollen un tema de manera holística (Troncoso-Pantoja y Amaya-Placencia, 2016).

En esta investigación se llegarán a usar herramientas de entrevista. De igual manera, el instrumento fue de referencia la guía de entrevista. Según Díaz-Bravo et al. (2013) mencionaron que el propósito de la guía de entrevista es poder reunir información y, lo más importante, se podrá responder las preguntas de la encuesta. Por ello, es importante hacer preguntas para comprender los hechos y experiencias de los directivos que son destacados para la pregunta de investigación. De igual forma, esto aumenta cuando se vuelve a visitar a los integrantes de la compañía con fin de recolectar información precisa, maximizar y comprender el entorno organizacional en relación a la diversidad de estudios la cual es el absentismo laboral. En el presente trabajo de investigación se utilizaron: técnica, entrevista; instrumento: guía de la entrevista.

3.6.Procedimiento

Para este presente trabajo de investigación se recopiló datos informativos de una variedad de artículos, libros y tesis de grado relacionadas a los temas de estudio involucrados. Por ello se utilizó distintas bases de datos tanto de acceso abierto como cerrado, en el caso de acceso cerrado fueron proporcionadas por la Universidad César Vallejo mediante la biblioteca virtual de Myloft, así como (Science direct, Scopus, ProQuest y Web of science); por otro lado, las de acceso abierto como (Redalyc, Google académico, Dialnet y Scielo) teniendo en cuenta que los documentos se encuentren dentro de 7 años de antigüedad. De esta manera para la selección de artículos se consideró a través de las palabras claves, las variables del estudio y temas en relación. Para llevar a cabo el trabajo de investigación, nos contactamos con los entrevistados ya sea de forma presencial o virtual.

Asimismo, los procedimientos a realizar serán los siguientes: En primer lugar, se identificaron los participantes que formaron parte del estudio, seguido se realizó la formación de la entrevista con las preguntas apropiadas del tema según los indicadores ya preestablecidos, las cuales serán presentados a especialistas para que sean validadas y aprobadas, y luego se procedió a recoger la información de los participantes en su área de estudio y transcripción a un formato de excel para su análisis. Concluyendo se interpretó las respuestas de los entrevistados para poder llegar a los resultados óptimos para la investigación.

3.7. Rigor Científico

Según Hernández et al. (2018) detallaron que el rigor científico se refiere a la validez y calidad de toda la información igualmente planificada, recopilada, procesada y analizada, que contribuirá a la calidad de realización del trabajo. Porque la entrada va a depender de los conocimientos del escritor que conoce suficientemente bien el tema para aplicar los métodos, técnicas y procedimientos.

Según Hernández et al. (2018) mencionaron que el rigor científico es el procesamiento exitoso de la información para cumplir con los criterios de validez, confiabilidad y transferibilidad establecidos por expertos investigadores, es un componente fundamental de la investigación de calidad, y también permite ganar experiencia desde diferentes perspectivas. Esto permitirá el análisis e interpretación de los diversos resultados obtenidos. Por lo tanto, el rigor científico que se considerará en este trabajo de investigación es:

Hernández et al. (2018) indicaron que la validez es un criterio utilizado por los expertos para evaluar un instrumento propuesto y demostrar la calidad de su ratificación y posterior aplicación. Nuevamente, esta es la validez del conocimiento del emprendedor, no la imagen de la empresa. Apoyándose en su idea, Hernández et al. (2018) indicaron que la transferibilidad es el criterio para resumir los resultados de la comunidad en general, lo que ayuda a lograr mejores resultados en las preguntas de investigación y permite una presentación más eficaz de las posibles soluciones.

3.8. Metodología de análisis de datos

Según Peña (2017) indicó que el método de análisis fue clasificar de acuerdo con los criterios establecidos relacionados con los datos para triangular todos los datos obtenidos con el fin de interpretar mejor los resultados obtenidos en relación con los sujetos; además, Castillo Rodríguez et al. (2021) mencionaron que la técnica de análisis de datos del enfoque cualitativo es un proceso dinámico y creativo que permite adquirir conocimiento a partir de una gran cantidad de información heterogénea en forma de textos o narrativas y observar sus tendencias; asimismo, los datos que se adjuntaron serán presentados en Microsoft Word y Excel, y luego los resultados obtenidos se interpretaron de acuerdo a la categoría, subcategoría y

criterio de investigación que se realizó una triangulación con las respuestas obtenidas de los entrevistados y triangulaciones teóricas; para ello, se utilizó procedimientos de investigación y análisis de datos cualitativo (Atlas.Ti).

Stefos (2019) indicó que los elementos que se obtuvieron mediante el estudio se analizaron para delimitar partes y establecer relaciones entre sí, de esta manera con el problema de investigación se interpreta como un conjunto de todo.

En esta investigación se empleó el método de la triangulación teórica y triangulación de datos: Según Llanes y Alonso (2020) mencionó que la triangulación teórica se usa para disminuir el sesgo en la investigación y el método experimental, de esta manera responder al objeto de investigación. Asimismo, Spinola et al. (2014) indicaron que la triangulación teórica llevada a cabo en el desarrollo de investigación de los datos recopilados y consultados, fue confeccionada viendo las teorías pedagógicas marxista, cubana y otras formas avanzadas de la diferente pedagogía mundial. De igual manera, Aguilar et al. (2015) detallaron que la triangulación de datos se refiere al uso de diferentes métodos y fuentes de informaciones en la recopilación de datos para que la información recopilada pueda compararse y pueden ser: (1) temporal, (2) espacial y (3) personal.

3.9.Aspectos éticos

Los aspectos éticos son ciertas normas o reglas que el investigador debe seguir para que toda la información sea veraz para lograr los objetivos planteados. Dicho esto, el trabajo de investigación presentado a la Universidad César Vallejo, nivel de Pregrado, denominado “Barreras a la internacionalización de una empresa que brinda servicios de telecomunicaciones desde la experiencia de los directivos Lima, 2023”, es una construcción original. De esta manera, la información preservar y respetar los derechos de autor, citarlos utilizando las reglas del manual APA en séptima edición garantiza que lo que se utilizó es interpretado y citado. De la misma manera, se realizó el uso del turnitin para evitar plagios.

Por otro lado, según la resolución del consejo universitario (RCU) N° 470-2022-UCV, uno de los propósitos primordiales es proporcionar a los estudiantes integridad científica que promueva una investigación justa, responsable y adecuada de acuerdo con varios estándares de rigor científico.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En esta sección se presentan los resultados obtenidos después de haber aplicado la entrevista a (5) gerentes y (5) jefes de servicio de una empresa del sector telecomunicaciones. En este sentido, el presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: explicar las barreras a la internacionalización de una empresa que brinda servicios de telecomunicaciones desde la experiencia de los directivos Lima, 2023. Por ello, la figura 1 muestra el desarrollo de la categoría de estudio “barreras a la internacionalización” y subcategorías consideradas: (a) barreras internas y (b) barreras externas, las cuales se obtuvieron a través de la triangulación de las diferentes bases teóricas y confirmadas por la triangulación de datos de los participantes en la investigación.

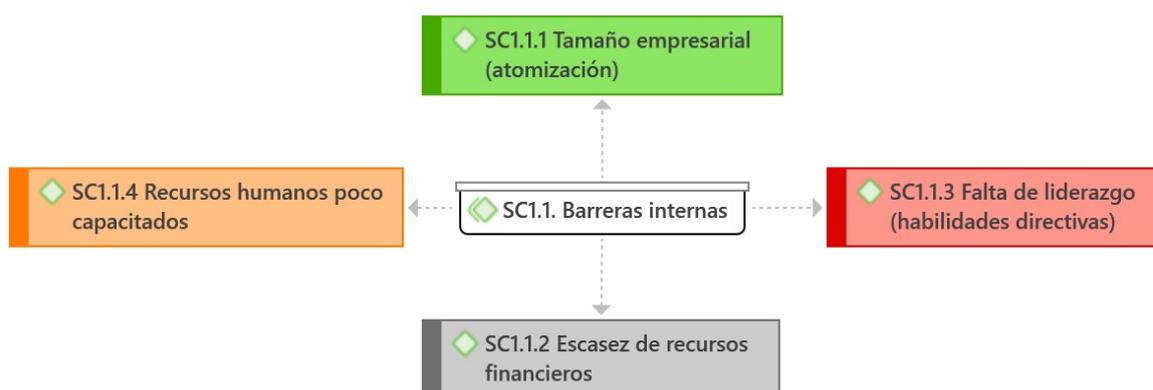
Figura 1. *Categoría de barreras a la internacionalización*



Nota: Subcategorías de barreras a la internacionalización.

Con respecto al objetivo específico 1: describir las barreras internas en la internacionalización de una empresa que brinda servicios de telecomunicaciones desde la experiencia de los directivos Lima, 2023. Se consideró la subcategoría “barreras internas” tomando en cuenta los códigos: (a) tamaño empresarial (atomización), (b) escasez de recursos financieros, (c) falta de liderazgo (habilidades directivas) y (d) recursos humanos poco capacitados (Cáceres et al., 2006; Levy, 2019; Jiménez y Vizcaíno, 2017; Arenas y Bayón, 2020) de las cuales se obtuvieron a través de la triangulación de las diferentes bases teóricas y comparadas por la triangulación de datos de los participantes en la investigación que se muestran en la figura 2.

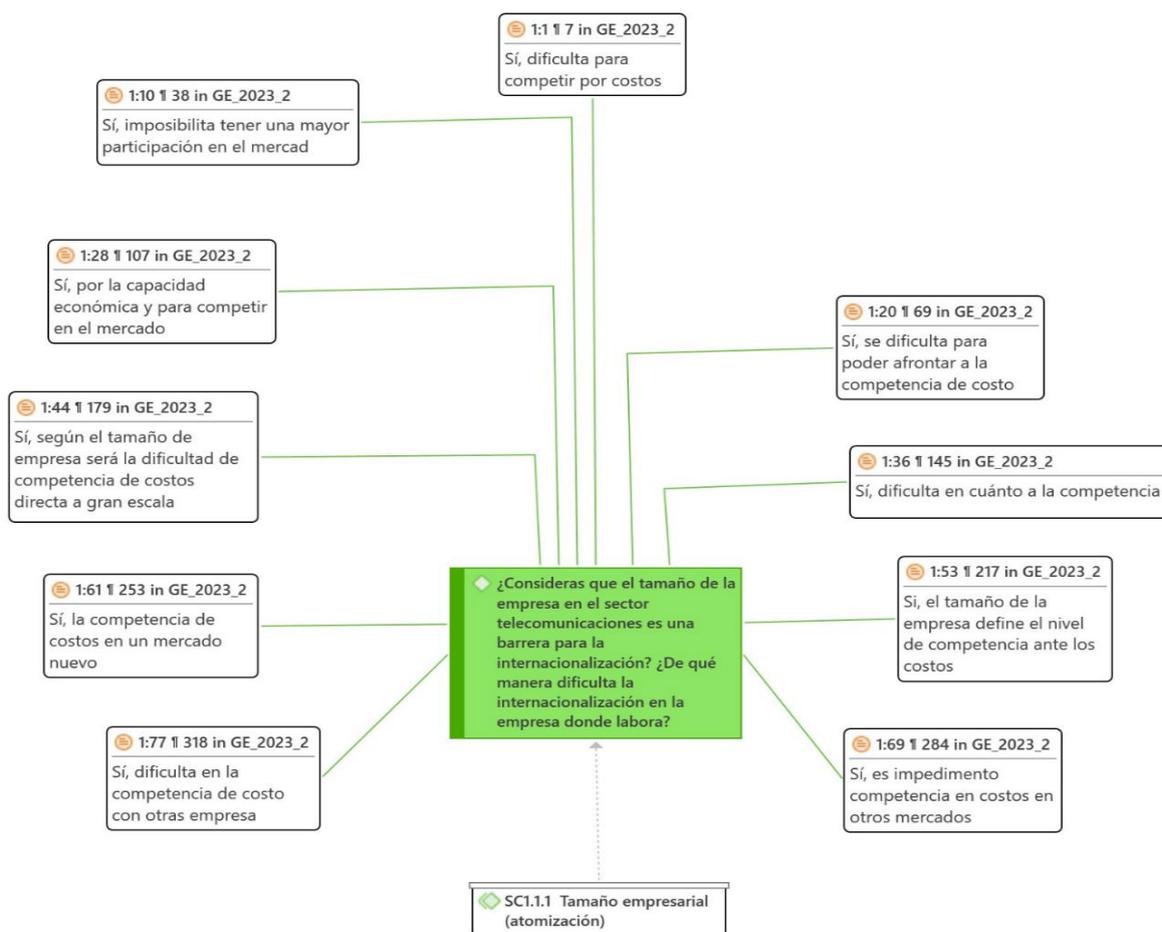
Figura 2. Criterios de la subcategoría de barreras internas



Nota: Subcategoría barreras internas.

La figura 3 muestra los resultados adquiridos por el código "tamaño empresarial (atomización)" en base a la pregunta: ¿Consideras que el tamaño de la empresa en el sector telecomunicaciones es una barrera para la internacionalización?, las respuestas de 5 gerentes y 5 jefes de servicios coincidieron que el tamaño de empresa en el sector telecomunicaciones es importante, dado que es una barrera para la internacionalización. En base a la siguiente pregunta: ¿De qué manera dificulta la internacionalización en la empresa donde labora?, las respuestas de los participantes coincidieron que mientras más grande sea la empresa, puede afrontar a una competencia de costos en un mercado nuevo, pero esto no ocurre con las pequeñas empresas debido a que sus recursos son escasos para lograr la internacionalización. Las respuestas de los participantes concuerdan con Cáceres et al. (2006) quienes indicaron que el tamaño empresarial determina sus oportunidades estratégicas, pero los altos costos fijos y la falta de recursos, especialmente de capital, crearán dificultades para el desarrollo de las Pymes. Es decir, para que las empresas del sector telecomunicaciones puedan internacionalizarse, primero deben contar con recursos financieros para afrontar la competencia de costos en mercados internacionales.

Figura 3. Tamaño empresarial (atomización)

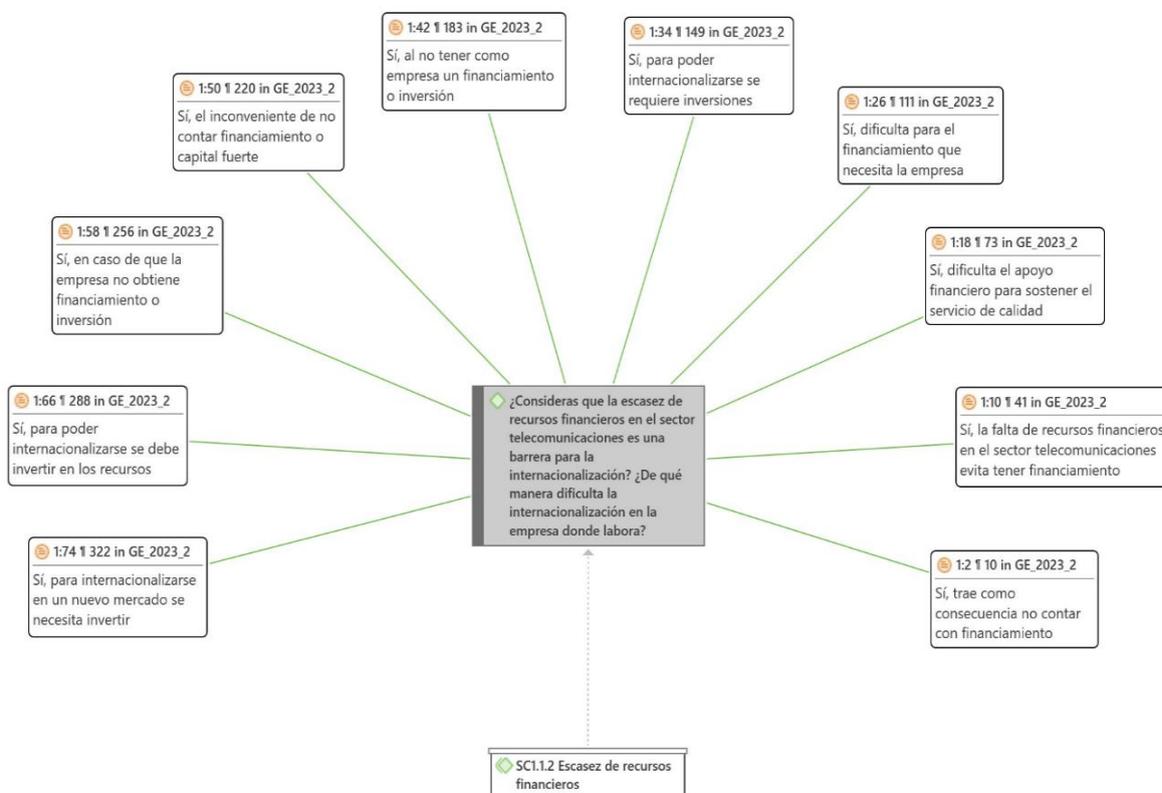


Nota: Respuestas de 5 gerentes y 5 jefes de servicio.

La figura 4 muestra los resultados adquiridos por el código "Escasez de recursos financieros" en base a la pregunta: ¿Consideras que la escasez de recursos financieros en el sector telecomunicaciones es una barrera para la internacionalización?, las respuestas de 5 gerentes y 5 jefes de servicios coincidieron que la escasez de recursos financieros en el sector telecomunicaciones si es una barrera para la internacionalización. En base a la siguiente pregunta: ¿De qué manera dificulta la internacionalización en la empresa donde labora? los participantes coincidieron que es necesario contar concapital o financiamiento para poder ingresar a un mercado extranjero, caso contrario no se podrá lograr la internacionalización de la empresa. Las respuestas de los participantes concuerdan con Del Águila y Pérez (2021) quienes mencionaron que la carencia de recursos financieros es parte de las barreras internas que dificultan el crecimiento de las empresas en nuevos mercados. Es decir, para que las

empresas del sector telecomunicaciones puedan lograr internacionalizarse deben contar con un apoyo financiero para el desarrollo en nuevos mercados.

Figura 4. Escasez de recursos financieros

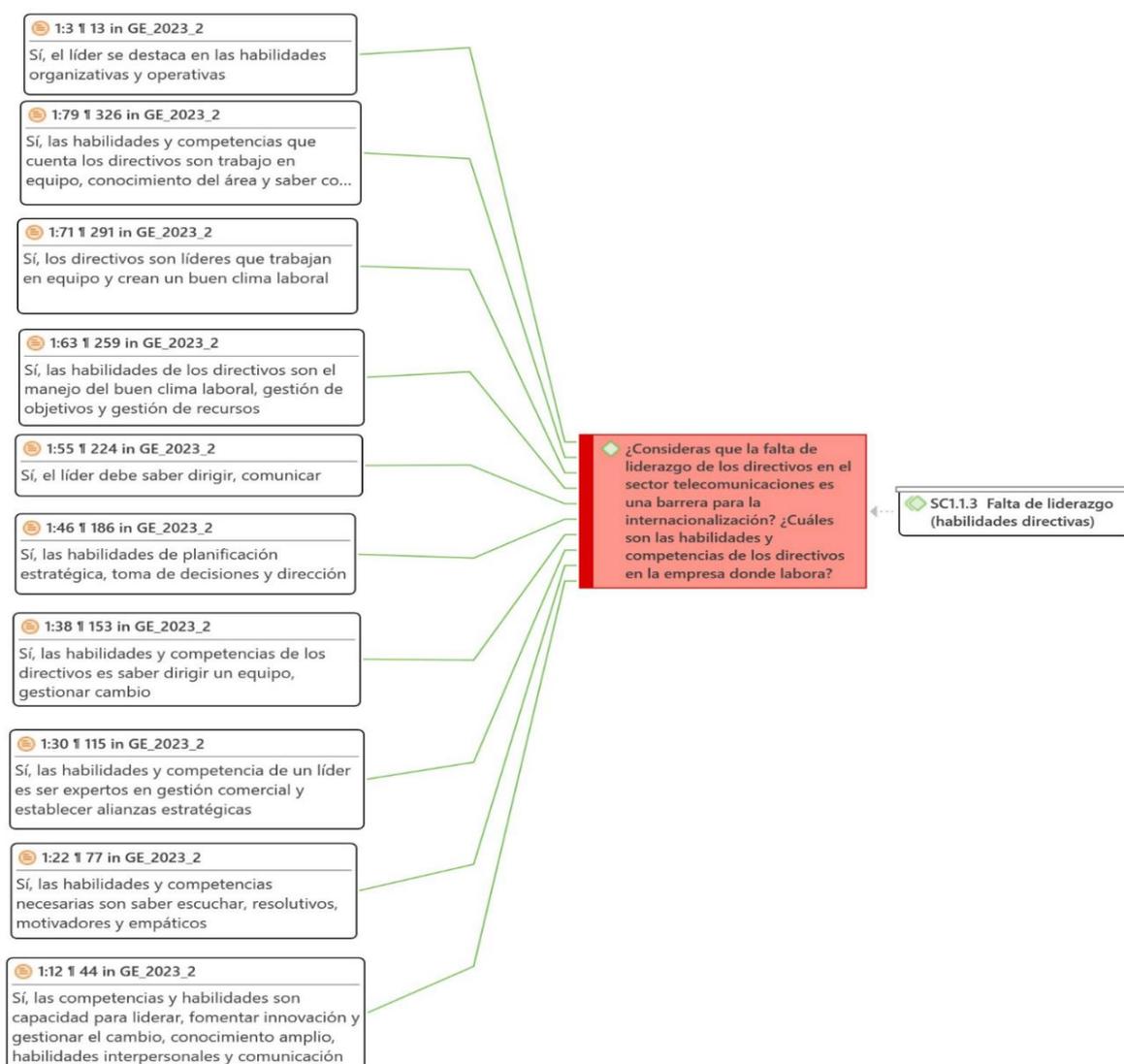


Nota: Respuestas de 5 gerentes y 5 jefes de servicio

La figura 5 muestra los resultados adquiridos por el código "falta de liderazgo (habilidades directivas)" en base a la pregunta: ¿Consideras que la falta de liderazgo de los directivos en el sector telecomunicaciones es una barrera para la internacionalización?, las respuestas de 5 gerentes y 5 jefes de servicios coincidieron que la falta de liderazgo en el sector telecomunicaciones si es una barrera para la internacionalización. En base a la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las habilidades y competencias de los directivos en la empresa donde labora?, las respuestas de los participantes coincidieron que las habilidades de los directivos son organizativas y operativas para lograr los objetivos planteados por la empresa. Las respuestas de los participantes concuerdan con Cano Mendoza y Díaz Torres (2020) quienes indicaron que la falta de liderazgo presenta limitaciones para contar con habilidades técnicas y humanas para el desarrollo de sus funciones. Es decir,

para que las empresas del sector telecomunicaciones logren internacionalizarse deben contar con directivos con conocimiento amplios y trabajo en equipo.

Figura 5. Falta de liderazgo (habilidades directivas)

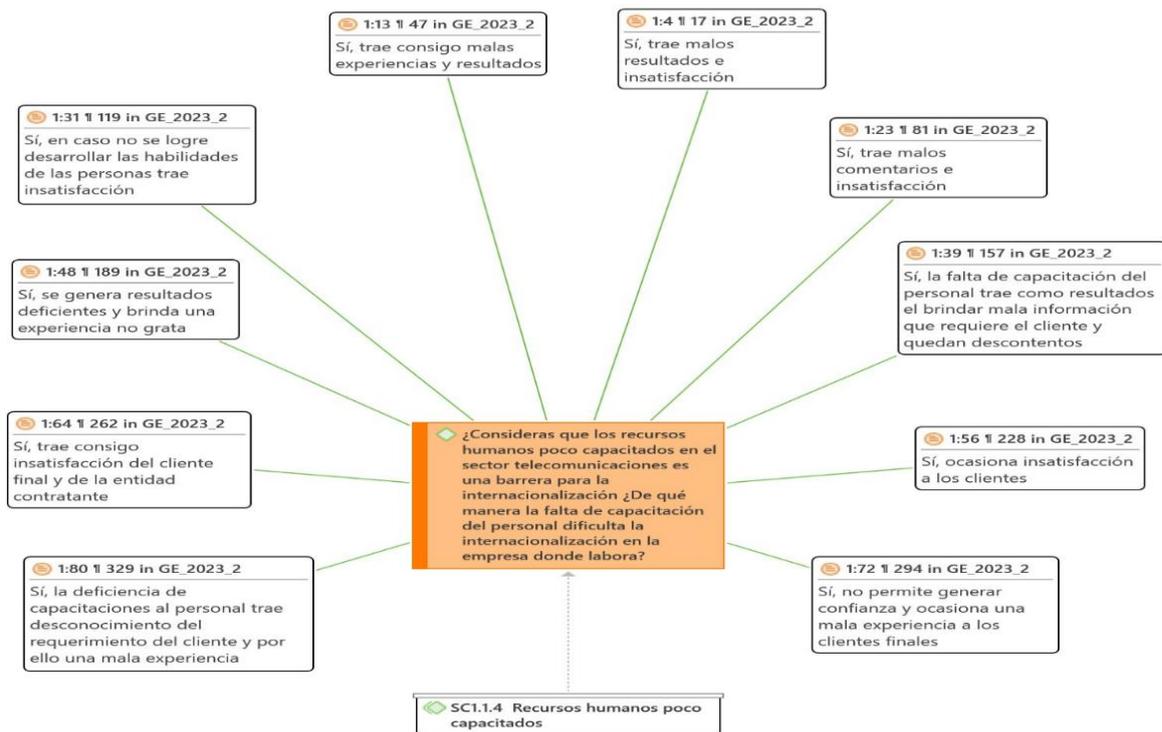


Nota: Respuestas de 5 gerente y 5 jefes de servicio.

La figura 6 muestra los resultados adquiridos por el código "recursos humanos poco capacitados" en base a la pregunta: ¿Consideras que los recursos humanos poco capacitados en el sector telecomunicaciones es una barrera para la internacionalización?, las respuestas de 5 gerentes y 5 jefes de servicios coincidieron que los recursos humanos poco capacitados en el sector telecomunicaciones si es una barrera para la internacionalización. En base a la

siguiente pregunta: ¿De qué manera la falta de capacitación del personal dificulta la internacionalización en la empresa donde labora?, las respuestas de los participantes coincidieron que la falta de capacitación del personal genera insatisfacción y malas experiencias a los clientes finales, además, trae malos resultados en cuánto a los indicadores que requiere la entidad contratante. Las respuestas de los participantes coincidieron con Arenas y Bayón (2020) quienes indicaron que la gestión de personal debe estar orientada a procesos, ser dinámica, flexible y con participación de gestión innovadora, debe ser capaz de crear valor añadido, proporcionar servicios de forma eficaz y adaptarse continuamente. Es decir, para que las empresas del sector telecomunicaciones logren internacionalizarse deben contar con personal capacitado con los procesos y brindar una buena experiencia al cliente.

Figura 6. Recursos humanos poco capacitados

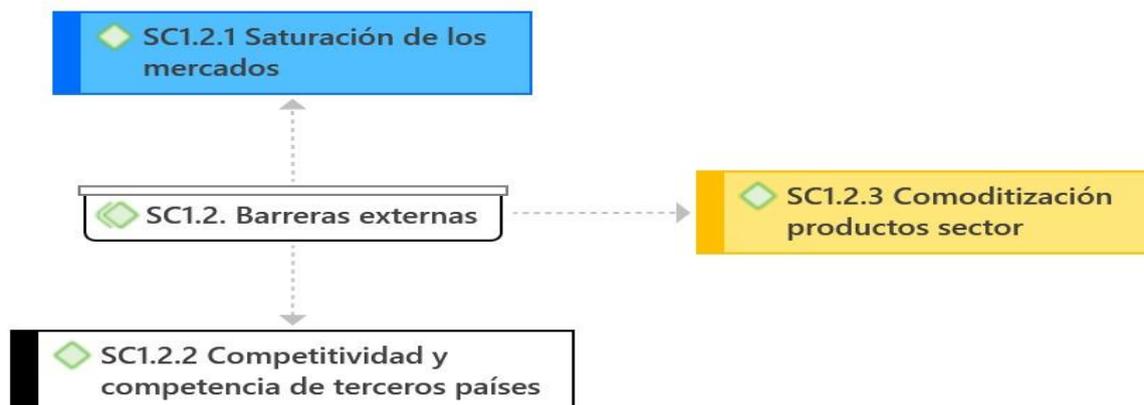


Nota: Respuestas de 5 gerente y 5 jefes de servicio.

Con respecto al objetivo específico 2: describir las barreras externas en la internacionalización de una empresa que brinda servicios de telecomunicaciones desde la experiencia de los directivos Lima, 2023. Se consideró la subcategoría “barreras externas” tomando en cuenta los códigos: (a) saturación de los mercados,

(b) competitividad y competencia de terceros países y (c) comoditización productos sector (Refugio y Horacio, 2010; Carbajal et al., 2023; Cid et al., 2019) de las cuales se obtuvieron a través de la triangulación de las diferentes bases teóricas y comparadas por la triangulación de datos de los participantes en la investigación que se muestran en la figura 7.

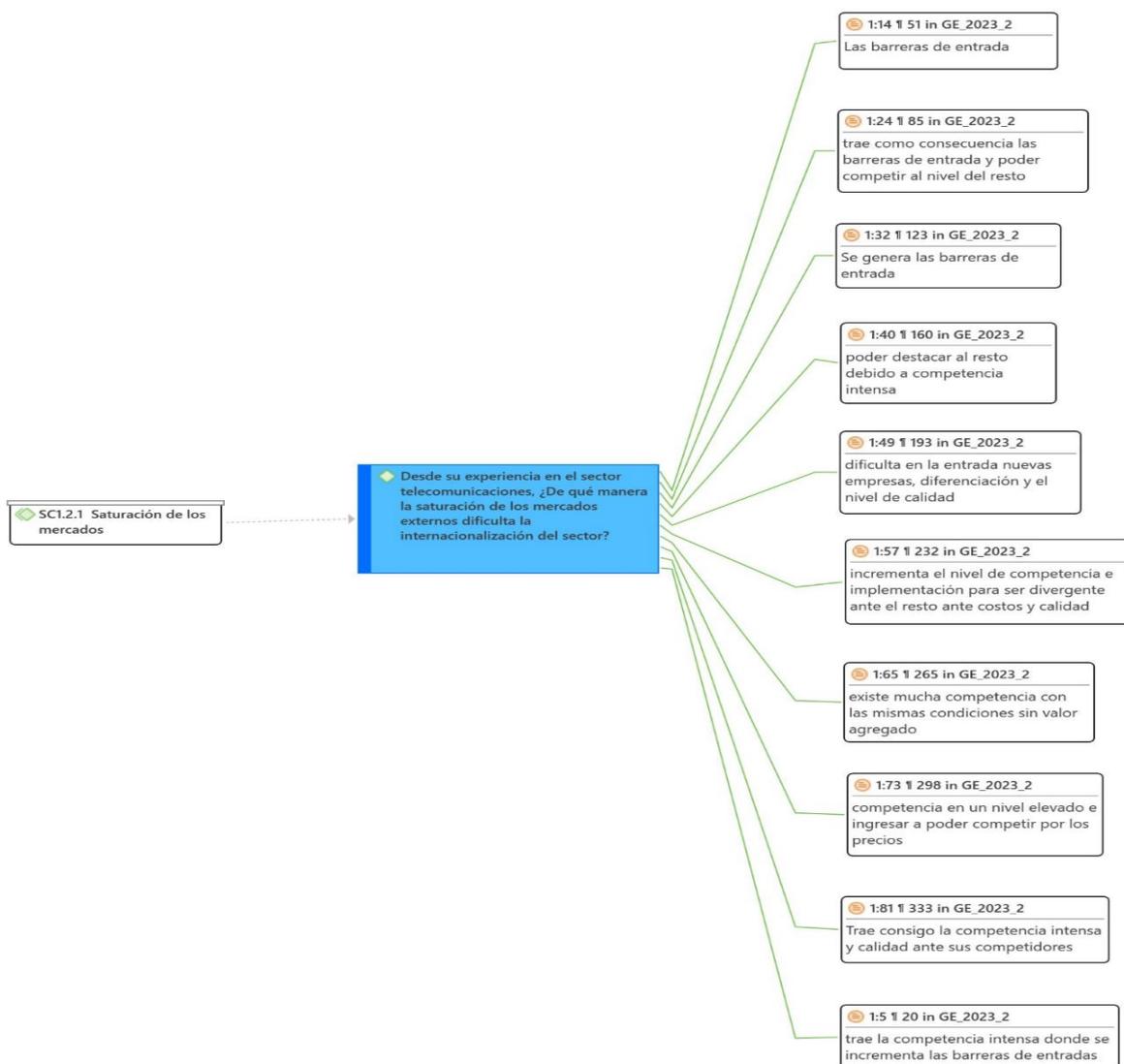
Figura 7. Criterios de la subcategoría de barreras externas



Nota: Subcategoría barreras externas.

La figura 8 muestra los resultados adquiridos por el código "saturación de mercados" en base a la pregunta: Desde su experiencia en el sector telecomunicaciones, ¿De qué manera la saturación de los mercados externos dificulta la internacionalización del sector?, las respuestas de 5 gerentes y 5 jefes de servicios coincidieron que la saturación de los mercados externos en el sector telecomunicaciones dificultan en la diferenciación al resto, aumenta el nivel de competencia y el cliente se vuelve exigente, caso contrario las empresas no concretaran internacionalizarse. Las respuestas de los participantes coincidieron con Refugio y Horacio (2010) quienes indicaron que la saturación de mercados es el incremento propuesto de un producto o servicio frente a la demanda, se debe considerar importante no saturar el mercado para el desarrollo de un mercado sano. Es decir, para que las empresas del sector telecomunicaciones logren internacionalizarse deben lograr ser diferentes a su competencia brindando un valor agregado al servicio que ofrecen y poder competir en el mercado extranjero.

Figura 8. Saturación de los mercados

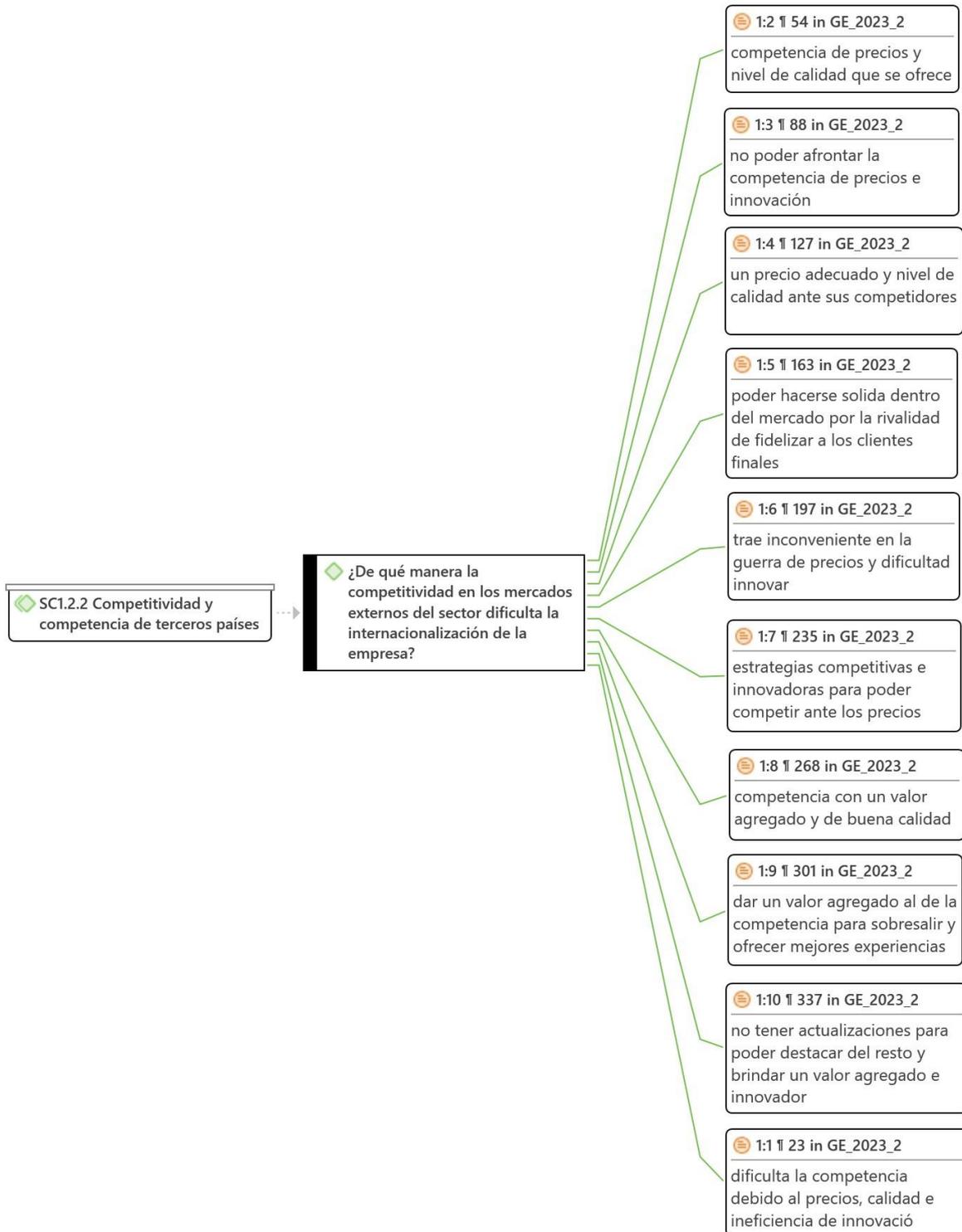


Nota: Respuestas de 5 gerente y 5 jefes de servicio.

La figura 9 muestra los resultados adquiridos por el código "competitividad y competencia de terceros países" en base a la pregunta: Desde su experiencia en el sector telecomunicaciones, ¿De qué manera la competitividad en los mercados externos del sector dificulta la internacionalización de la empresa?, las respuestas de 5 gerentes y 5 jefes de servicios coincidieron que la competitividad en los mercados externos en el sector telecomunicaciones dificultan en cuánto a diversidad de precios, calidad, dificultad en sobresalir o innovar ante sus competidores por eso indican que se debe optar por un valor agregado al servicio brindado. Las respuestas de los participantes concuerdan con Jiménez y Vizcaíno (2017) quienes indicaron que la competitividad depende no solo de la mejora del

conocimiento del personal, sino de la capacidad de aplicarlos, deben descubrir nuevas oportunidades de manera innovadora para hallar nuevas vías de crecimiento. Es decir, para que las compañías logren internacionalizarse deben estar preparados para la guerra de precios otorgando un excelente servicio e innovando constantemente para fidelizar a los clientes.

Figura 9. Competitividad y competencia de terceros países

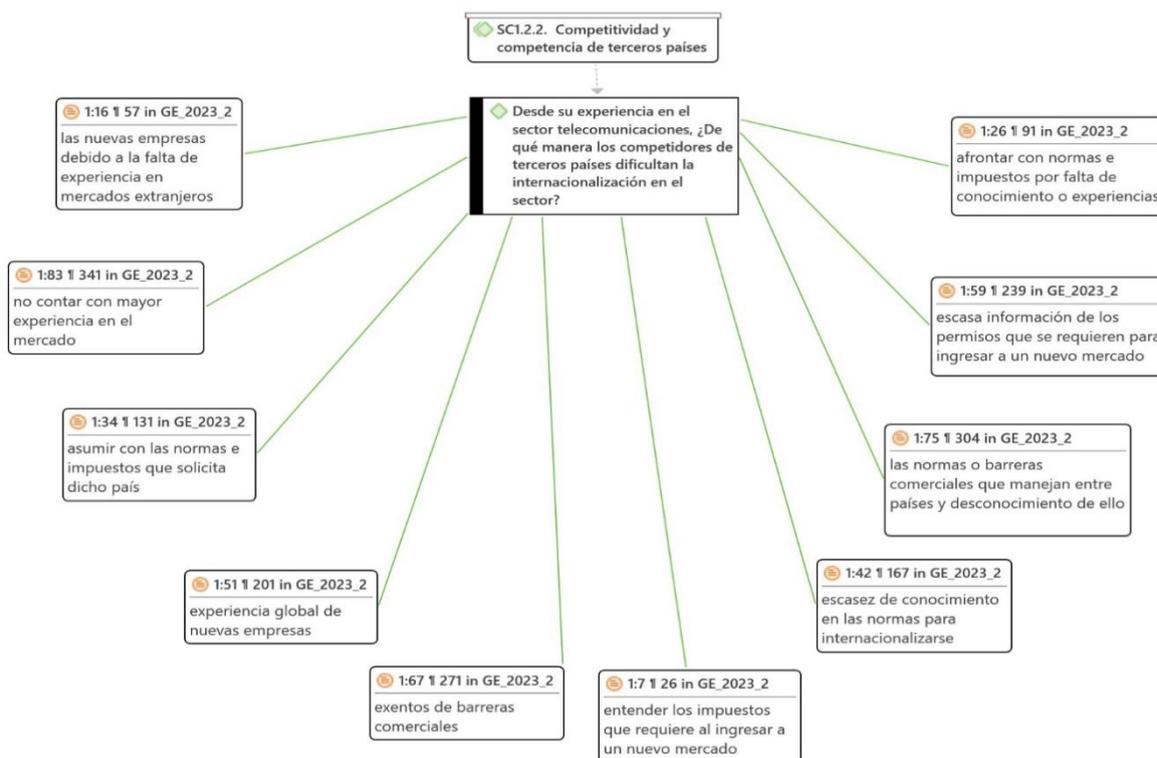


Nota: Respuestas de 5 gerentes y 5 jefes de servicio.

La figura 10 muestra los resultados adquiridos por el código "competitividad y competencia de terceros países" en base a la pregunta: Desde su experiencia en el sector telecomunicaciones, ¿De qué manera los competidores de terceros países

dificultan la internacionalización en el sector?, las respuestas de 5 gerentes y 5 jefes de servicios coincidieron que los competidores de terceros países en el sector telecomunicaciones dificulta en la diversidad de ofertas ante los competidores extranjeros y experiencia global para competir en igualdad de condiciones debido que existen acuerdos comerciales. Las respuestas de los participantes concuerdan con Carbajal et al. (2023) quienes indicaron que es importante lograr una mayor diversificación de los mercados de exportación a terceros países, para que la disminución temporal de la demanda no afecte significativamente los flujos comerciales internacionales de esta actividad económica. Es decir, para que las empresas del sector telecomunicaciones puedan lograr internacionalizarse deben contar con conocimientos de mercados internacionales para tener mayor facilidad de ingreso y acceso a mercados externos.

Figura 10. Competitividad y competencia de terceros países

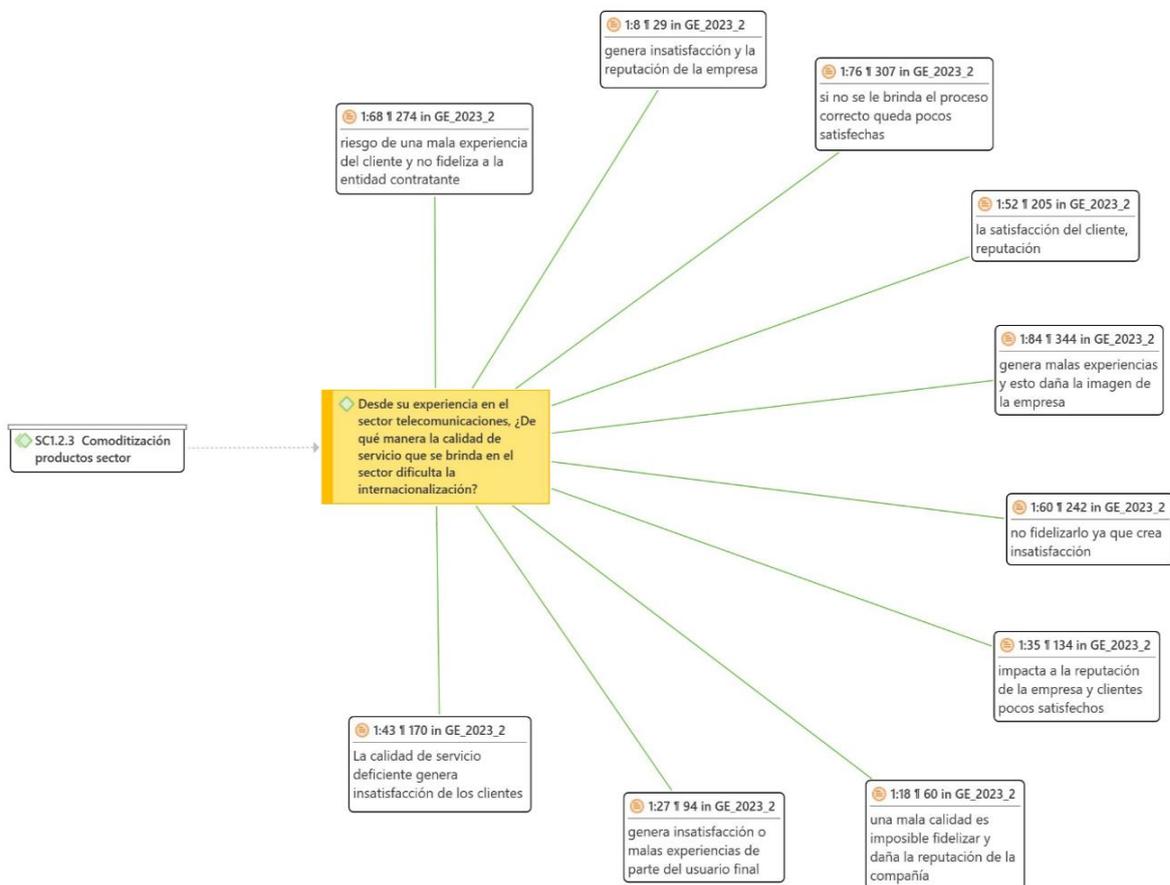


Nota: Respuestas de 5 gerentes y 5 jefes de servicio.

La figura 11 muestra los resultados adquiridos por el código "comoditización producto sector" en base a la pregunta: Desde su experiencia en el sector telecomunicaciones, ¿De qué manera la calidad de servicio que se brinda en el

sector dificulta la internacionalización?, las respuestas de 5 gerentes y 5 jefes de servicios coincidieron que la calidad de servicio en el sector telecomunicaciones dificulta en los resultados de los indicadores y crea insatisfacción del usuario final, se desea otorgar experiencias agradables. Las respuestas de los participantes concuerdan con Cid et al. (2019) quienes indicaron que la calidad de ofrecer un producto o servicio es importante para el público objetivo. Es decir, para que las compañías del sector telecomunicaciones logren la internacionalización deben ofrecer una óptima calidad de servicio para sus usuarios finales y cumplir con los objetivos empresariales.

Figura 11. Comoditización productos sector



Nota: Respuestas de 5 gerente y 5 jefes de servicio.

V. CONCLUSIONES

1. Con respecto al objetivo general: Explicar las barreras a la internacionalización de una empresa que brinda servicios de telecomunicaciones desde la experiencia de los directivos Lima, 2023. Los resultados demostraron que existen barreras internas que dificultan la internacionalización de las empresas que brindan servicios, por otro lado, también existen barreras externas relacionadas al proceso de la internacionalización que dificultan a las empresas que exportan servicios. Por lo tanto, las barreras internas y externas limitan la exportación de servicios a nuevos mercados evitando expandirse a nivel internacional y reduciendo los ingresos de la organización.
2. Con relación al objetivo específico 1: Describir las barreras internas en la internacionalización de una empresa que brinda servicios de telecomunicaciones desde la experiencia de los directivos Lima, 2023. Existen barreras internas: generados dentro de la compañía y que afectan al desarrollo de la compañía para lograr internacionalizarse; las cuáles son: el tamaño de la empresa, carencia de recursos financieros, deficiencia de liderazgo y escasez de personal capacitado. Se concluye que, desde la experiencia de los directivos del sector de telecomunicaciones, las barreras internas son obstáculos para la compañía por deficiencia de recursos para introducirse en un mercado nuevo.
3. Con relación al objetivo específico 2: Describir las barreras externas en la internacionalización de una empresa que brinda servicios de telecomunicaciones desde la experiencia de los directivos Lima, 2023. Existen barreras externas que son circunstancias que impiden que la empresa pueda expandirse a nivel internacional; las cuáles son: la gestión del mercado, competencia en nuevos mercados y calidad. Se concluye que, desde la experiencia de los directivos del sector de telecomunicaciones, las barreras externas son inconvenientes que se originan en un nuevo mercado y por ende se debe contar con información necesaria de dicho mercado para poder iniciar el proceso de internacionalización e identificarse con la compañía que brinda servicio de calidad y sobre todo gratas experiencias a la competencia.

VI. RECOMENDACIONES

1. Considerando que existe barreras a la internacionalización para empresas exportadoras de servicios se recomienda tener conocimiento amplio del mercado donde deseen ingresar. Sin embargo, existen escasas investigaciones en la que se pueda conocer el desarrollo del proceso de la internacionalización de servicios, lo que dificulta encontrar información relevante para el estudio. En ese sentido, se recomienda para futuras investigaciones comprender los factores de la internacionalización de servicios.
2. Se recomienda a las empresas identificar las barreras internas dentro de sus organizaciones con el fin de solucionar, mejorar y optimizar los procesos internos para la internacionalización de servicios.
3. Se recomienda a las empresas contar con personal capacitado para que entienda y realice las investigaciones de mercados internacionales, de esa manera, reducir los riesgos externos para la internacionalización de servicios.

REFERENCIAS

- Alegre Pilco, E. A., & Dávila Ramírez, J. L. (2021). Principales componentes que limitan la competitividad de las MiPymes exportadoras de la región Lima de la partida 6209.20.0000 en su etapa de internacionalización hacia el mercado de Estados Unidos, en el periodo 2016 – 2020. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/657782>
- Aguilar Gavira, S., & Barroso Osuna, J. (2015). La triangulación de datos como estrategia en investigación educativa. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (47), 73-88. <https://www.redalyc.org/pdf/368/36841180005.pdf>
- Arenas F., A. J., & Bayón P., J. (2020). Talento humano y cambio organizacional en empresas de telecomunicación: Madrid - España. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(92), 1463–1477. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i92.34274>
- Arias Odón, F. G. (2017). Efectividad y eficiencia de la investigación tecnológica en la universidad. https://www.researchgate.net/publication/320130761_Efectividad_y_eficiencia_de_la_investigacion_tecnologica_en_la_universidad
- Arthur, I. K., & Yamoah, F. A. (2019). Understanding the role of environmental quality attributes in food-related rural enterprise competitiveness. *Journal of Environmental Management*, 247, 152–160. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2019.06.093>
- Baker, J. C., De Anda, F., & Tovar-García, E. D. (2023). The Importance of Trust for Entrepreneurial Internationalization: Evidence from Mexico. *Journal Globalization, Competitiveness and Governability*, 17(3), 89–100. Scopus. <https://doi.org/10.58416/GCG.2023.V17.N3.04>
- Bedenlier, S., Kondakci, Y., & Zawacki-Richter, O. (2018). Two Decades of Research Into the Internationalization of Higher Education: Major Themes in the Journal of Studies in International Education (1997-2016). *Journal of Studies in International Education*, 22(2), 108–135. Scopus. <https://doi.org/10.1177/1028315317710093>
- Calle Aguilar, J. E. (2020). *Internacionalización de las pymes: barreras y estrategias*. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/15958>

- Cano Mendoza, H. C., & Díaz Torres, H. G. (2020). El sector servicios: factores y condiciones para la exportación de software desde Huancayo. Universidad Continental.
<https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/7193>
- Cáceres C., F. R., & Romero L., I. (2006). Empresarios Versus Propietarios de Pequeños Negocios: Una aproximación basada en el tamaño empresarial. *Estudios de Economía Aplicada*, 24(2), 545–566.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30113180010>
- Carbajal, F. R., Hinojosa, J. A. S., & Ramírez, R. I. V. (2023). Competitividad de la carne de res fresca mexicana en el mercado estadounidense, 1967-2020. *Análisis Económico*, XXXVIII(97), 129–148.
<https://www.redalyc.org/journal/413/41374413008/>
- Cha, H., Kotabe, M., & Wu, J. (2023). Reshaping internationalization strategy and control for global E-commerce and digital transactions: A hayekian perspective. *Management International Review*, 63(1), 161–192.
<https://doi.org/10.1007/s11575-022-00494-x>
- Cid A., B., Fernández C., S., & Carrasco H, N. (2019). Culinaria y territorio: entre la comoditización y patrimonio. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(2), 373–388. <https://www.redalyc.org/journal/881/88165873009/>
- Cornejo Ruiz, J. C. (2020). ¿Cuáles son las estrategias de internacionalización de las pymes para la entrada a mercados latinoamericanos, en los últimos 10 años?, una revisión de la literatura científica. *Universidad Privada del Norte*.
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/25864>
- Del Águila A., O. A., & Pérez N., M. A. (2021). Barreras que limitan el proceso de internacionalización de las pymes en Latinoamérica entre los años 2010 – 2019: una revisión de la literatura científica. Universidad Privada del Norte.
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/26042>
- Diego C., N., & Vera Q., S. C. (2019). Barreras que inciden en las exportaciones de la industria de muebles de madera de las empresas productoras de Villa el Salvador, Lima, Perú. *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)*.
<https://doi.org/10.19083/tesis/625778>
- Díaz-Bravo, Laura, Torruco-García, Uri, Martínez-Hernández, Mildred, & Varela-Ruiz, Margarita. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico.

Investigación en educación médica, 2(7), 162-167. Recuperado en 11 de junio de 2022, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009&lng=es&tlng=es.

- Fayos G., T., & Calderón G., H. (2013). Principales Problemas De Internacionalización De Las Cooperativas Agroalimentarias Españolas. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, 111, 32–59. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36728032002>
- Fayos Gardó, T., Calderón García, H., & García García, J. M. (2018). ¿A qué barreras se enfrentan hoy las pymes en el mercado de las licitaciones públicas internacionales? *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española*, 3106, 49–64. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7037770>
- Fonseca-Feris, R., & Fleitas-Alvarez, V. C. (2020). Small and medium-size companies in Paraguay. Limitations for its internationalization. *Revista Internacional de Investigación En Ciencias Sociales*, 16(2), 294–311. <https://doi.org/10.18004/riics.2020.diciembre.294>
- Fuster Guillen, D. E. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Propósitos y Representaciones*, 7(1), 201. <https://doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>
- Galdino, K. M., Loureiro R., S. F., & Lamont, B. T. (2019). Market and internationalization knowledge in entrepreneurial internationalization processes. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(7), 1580–1600. <https://doi.org/10.1108/IJEER-11-2018-0762>
- García Rendón, J. J., & Posada Aparicio, J. P. (2016). Demanda de Internet: el sector mayorista de telecomunicaciones colombiano: Internet Demand: The Colombian Wholesale Telecommunications Sector. *Demanda de Internet: O Setor Maiorista de Telecomunicações Colombiano.*, 19(2), 175-199. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/economia/a.5624>
- Hernández Huerta, J. L., & Payà Rico, A. (2022). International Standing Conference for the History of Education (ISCHE): Networks, internationalisation, and scientific communication. *El Futuro Del Pasado*, 14, 643–662. <https://doi.org/10.14201/fdp.28213>

- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). Metodología de la investigación: las rutas: cuantitativa, cualitativa y mixta. Mc Graw Hill educación. <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- Huado L., J. J., & Ramirez L., L. (2019). Factores determinantes en la internacionalización de la cooperativa agraria Cacaotera ACOPAGRO en la exportación de cacao en grano 2018. *Universidad Privada del Norte*. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/23351>
- Huertas P., J. L., & Pizarro R., M. A. (2017). Factores críticos de éxito para la exportación de servicios de software en el marco de la Alianza del Pacífico. *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)*. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/623456>
- Jahanbakht, M., Mostafa, R., & Veloso, F. (2022). Pre-Entry Experience, Postentry Adaptations, and Internationalization in the African Mobile Telecommunications Industry. *Organization Science*, 33(3), 969–990. <https://doi.org/10.1287/orsc.2021.1470>
- Jiménez, E. A. C., & Vizcaíno, A. de J. (2017). Talento humano: una contribución a la competitividad organizacional. *Mercados y Negocios*, 36, 7–20. <https://www.redalyc.org/journal/5718/571864086001/>
- Kahiya, E. T. (2018). Five decades of research on export barriers: Review and future directions. *International Business Review*, 27(6), 1172-1188. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.04.008>
- Kampouri, K., & Hajidimitriou, Y. (2023). International Partnership Failures in the Context of Family Small and Medium Enterprises Internationalisation. *European Journal of Family Business*, 13(1), 56–70. <https://doi.org/10.24310/ejfbefjb.vi.15154>
- Kwiotkowska, A. (2021). Corporate global mindset and internationalization of SMES. *Organizacja i Zarządzanie: Kwartalnik Naukowy*, nr 2. <https://doi.org/10.29119/1899-6116.2021.54.6>
- Llanes, R. P., & Alonso, R. R. (2020). Plataformas de software libre para la virtualización de servidores en pequeñas y medianas empresas cubanas. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 14(1), 40–57. <https://www.redalyc.org/journal/3783/378365895002/>

- Lechuga Cardozo, J. I., Leyva Cordero, O., & Núñez García, A. (2020). Estrategia de internacionalización en la industria artesanal: el caso Galapa-Colombia. *RAN: Revista Academia & Negocios*, 5(2), 99-106. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7449787>
- León García, O. A., & Baez Landeros, E. R. (2020). An analysis of IT and industry 4.0 technologies as facilitators of internationalization and business performance. *Ingeniería e Investigación*, 40(3), 9. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7662208>
- Levy, N. (2019). Financiamiento, Financiarización Y Problemas Del Desarrollo*. *Cuadernos de Economía*, 38(76), 207–229. <https://www.redalyc.org/journal/2821/282161174008/>
- Lopes Soares, F. J., & Ferreira da Silva, J. (2022). Perceptions About Internationalization Barriers in the Creative Economy: A Multiple-Case Study with Brazilian Smes. *Percepções Sobre Barreiras à Internacionalização Na Economia Criativa: Um Estudo de Casos Múltiplos Com Pmes Brasileiras.*, 17(2), 243–263. <https://doi.org/10.18568/internext.v17i2.676>
- López, A., Niembro, A., & Ramos, D. (2017). Las empresas de servicios en América Latina: Un estudio exploratorio sobre factores de competitividad internacional, obstáculos y políticas públicas. *Tec Empresarial*, 11(1), 7–22. <https://doi.org/10.18845/te.v11i1.3099>
- López Rizzo, H., & Pinot de Villechenon, F. (2020). La Internacionalización de las Pymes Latinoamericanas y sus barreras: la aplicación del modelo de los tres cercos. *Management International*, 24(2), 166–181. <https://doi.org/10.7202/1072649ar>
- López Rodríguez, C. E., Acosta-Molina, A., Páez León, A., Sarmiento Páez, L. M., & Tafur Serrano, A. (201). Enfoques estratégicos del brand equity en las empresas que internacionalizan servicios de operación logística en Bogotá. *Universidad & Empresa*, 20(35), 117–142. <https://www.redalyc.org/journal/1872/187255450005/>
- López-Rodríguez, C. E., Calderón-Salguero, L. D., & Mora-Ortiz, M. F. (2022). La internacionalización de servicios: análisis bibliométrico y revisión sistemática de la literatura entre 2000 y 2021*. *Revista Facultad de Ciencias*

- Económicas: Investigación y Reflexión*, XXX(1), 145–164.
<https://www.redalyc.org/journal/909/90974067010/>
- López-Rodríguez, C. E., Moscoso-Aldana, R. A., Ávila-Ávila, C. D., & Ibarra-Nieves, J. D. (2021). Internacionalización De Empresas Comercializadoras De Servicios De Alojamiento Y Comida En Colombia: Determinantes Para El Éxito Comercial. *Revista Economía y Política*, 34, 57-72.
<https://www.redalyc.org/journal/5711/571167877006/>
- Loyola Saenz, P., & Trujillo Pineda, V. del P. (2021). Grado de influencia del Programa de Apoyo a la Internacionalización PAI en el desempeño exportador de las empresas MIPYMES peruanas beneficiarias del subsector agrícola del año 2018. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/657926>
- Niñerola, À., & Sanchez-Rebull, M.-V. (2016). La empresa española en China: Formas y barreras de entrada. *Intangible Capital*, 12(1), 223–245.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54943657010>
- Otálora, G. E. S., Joya, G. M. M., & Rojas, A. L. C. (2023). Capacidades logísticas como factores determinantes para la internacionalización de las pymes: una revisión sistemática de literatura*. *Revista CEA*, 9(19).
<https://www.redalyc.org/journal/6381/638174353006/>
- Parra-Acosta, J. F., Duque-Oliva, E. J., & Rodríguez-Romero, C. A. (2022). Born global: la cuarta perspectiva de la internacionalización*. *Innovar*, 32(83), 139–152. <https://www.redalyc.org/journal/818/81870307011/>
- Panibratov, A., & Klishevich, D. (2020). Dynamic capabilities during the internationalization of MNCs from post-socialist emerging markets. *Multinational Business Review*, 28(3), 307–331.
<https://doi.org/10.1108/MBR-06-2019-0052>
- Peña, S. (2017). *Análisis de datos*. Fundación Universitaria del Área Andina.
<https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/1177>
- Pérez-Morón, J. M., Marrugo-Salas, L. M., & Tordecilla-Acevedo, V. (2020). *Factores que influyen en la internacionalización de las mipymes: barreras, estrategias y retos*. Sello Editorial Tecnológico de Antioquia.
<https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/1076>

- Refugio C., R., & Horacio de la C., S. (2010). Un Estudio Comparativo del Mercado de Observación de Ballenas en México. *Panorama Socioeconómico*, 28(40), 72–88. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39915685006>
- Rehman Khan, S. A., Qianli, D., SongBo, W., Zaman, K., & Zhang, Y. (2017). Travel and tourism competitiveness index: The impact of air transportation, railways transportation, travel and transport services on international inbound and outbound tourism. *Journal of Air Transport Management*, 58, 125–134. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2016.10.006>
- Rodríguez-Miglio, M. (2016). Crecimiento Y Expansión De Los Servicios De Telecomunicaciones En Argentina Durante La Posconvertibilidad ¿Concentración Económica Con Descentralización Productiva? *Revista Galega de Economía*, 25(1), 121–136. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39146518009>
- Castillo Rodríguez, N. J., Giraldo Santamaría, D. S., & Escobar Escobar, R. M. (2021). Análisis de datos cualitativos mediante el uso de unidades de color. *Scientia Et Technica*, 26(4), 532–540. <https://www.redalyc.org/journal/849/84969892014/>
- Figueroa Saavedra, M. (2021). Sesgos, efectos e implicaciones sociolingüísticas en la aplicación de la técnica de entrevista: la entrevista lingüísticamente minorizadora1. *EMPIRIA. Revista de Metodología de Las Ciencias Sociales*, 49, 65–86. <https://www.redalyc.org/journal/2971/297165169003/>
- Schettini, P., & Cortazzo, I. (2016). *Técnicas y estrategias en la investigación cualitativa*. Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (EDULP). <https://doi.org/10.35537/10915/53686>
- Singh, N., Munjal, S., Kundu, S., & Rangarajan, K. (2023). Platform-based internationalization of smaller firms: The role of government policy. *Management International Review*, 63(1), 91–115. <https://doi.org/10.1007/s11575-022-00492-z>
- Spinola, M. O. I., López Padrón, A., & Mohar Hernández, F. (2014). Sistema de variables e indicadores para autoevaluar la calidad de los procesos universitarios del Instituto Superior Politécnico de Kwanza Sul de la República de Angola. *Revista Ciencias Técnicas Agropecuarias*, 23(2), 76–80. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93231238013>

- Stefos, E. (2019). Los Estudiantes de Pregrado en Ecuador: Un Análisis de Datos. *Revista Científica*, 4(14), 85–100.
<https://www.redalyc.org/journal/5636/563662154005/>
- Troncoso-Pantoja, C., & Amaya-Placencia, A. (2016). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. *Revista de La Facultad de Medicina*, 65(2), 329–332.
<https://www.redalyc.org/journal/5763/576364367022/>
- Uribe A., A., & Norman A., E. (2020). La internacionalización de la pequeña y mediana industria del software y de las tecnologías informáticas (SW & TI) a través del efecto trampolín del gremio. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 16(31), 1.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7840629>
- Vergara Schmalbach, J. C., Fontalvo Herrera, T. J., & Maza Ávila, F. J. (2010). La planeación por escenarios: Revisión de conceptos y propuestas metodológicas. *Prospectiva*, 8(2), 21–29.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3634575>
- Tinajero Villavicencio, G. (2015). Barreras internas y externas en la incorporación de las TIC: estudio de una zona escolar de la modalidad indígena. *Entreciencias: Diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 3(8), 345–358.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=457644946007>

ANEXOS

Anexo 1.

Matriz de categorización apriorística

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	Categoría	Subcategoría	Código 1	Código 2	Código 3	Código 4
¿De qué manera las barreras a la internacionalización dificultan a una empresa que brinda servicios de telecomunicaciones desde la experiencia de los directivos Lima, 2023?	Explicar las barreras a la internacionalización de una empresa que brinda servicios de telecomunicaciones desde la experiencia de los directivos Lima, 2023	Barreras a la internacionalización	Barreras internas	Tamaño empresarial (atomización)	Escasez de recursos financieros	Falta de liderazgo (habilidades directivas)	Recursos humanos poco capacitados
			(Fayos y Calderon,2013)	(Cáceres et al., 2006)	(Levy, 2019)	(Jiménez y Vizcaíno, 2017)	(Arenas y Bayón, 2020)
			Barreras externas	Saturación de los mercados	Competitividad y competencia de terceros países	Comoditización productos sector	
			(Fayos y Calderon,2013)	(Refugio y Horacio, 2010)	(Carbajal et al., 2023)	(Cid et al.,2019)	

Nota: Elaboración propia

Anexo 2.

Instrumento de recolección de datos

GUIA DE ENTREVISTA PARA LOS DIRECTIVOS DE LA EMPRESA DEL SECTOR TELECOMUNICACIONES

GUÍA DE ENTREVISTA

1. ¿Consideras que el tamaño de la empresa en el sector telecomunicaciones es una barrera para la internacionalización? ¿De qué manera dificulta la internacionalización en la empresa donde labora?

2. ¿Consideras que la escasez de recursos financieros en el sector telecomunicaciones es una barrera para la internacionalización? ¿De qué manera dificulta la internacionalización en la empresa donde labora?

3. ¿Consideras que la falta de liderazgo de los directivos en el sector telecomunicaciones es una barrera para la internacionalización? ¿Cuáles son las habilidades y competencias de los directivos en la empresa donde labora?

4. ¿Consideras que los recursos humanos poco capacitados en el sector telecomunicaciones es una barrera para la internacionalización? ¿De qué manera la falta de capacitación del personal dificulta la internacionalización en la empresa donde labora?

5. Desde su experiencia en el sector telecomunicaciones, ¿De qué manera la saturación de los mercados externos dificulta la internacionalización del sector?

6. Desde su experiencia en el sector telecomunicaciones, ¿De qué manera la competitividad en los mercados externos del sector dificulta la internacionalización de la empresa?

7. Desde su experiencia en el sector telecomunicaciones, ¿De qué manera los competidores de terceros países dificultan la internacionalización en el sector?

8. Desde su experiencia en el sector telecomunicaciones, ¿De qué manera la calidad de servicio que se brinda en el sector dificulta la internacionalización?

Gracias por su participación

Anexo 3.

Consentimiento y/o asentimiento informado

FORMATO PARA LA OBTENCIÓN DEL CONSENTIMIENTO INFORMADO

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N° 062-2023-VI-UCV

Título de la investigación: Barreras a la internacionalización de una empresa que brinda servicios de telecomunicaciones desde la experiencia de los directivos Lima, 2023

Investigador (a) (es): Carranza Flores, Diana Cinthya y Martinez Miguel, Maycol Yefri

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Barreras a la internacionalización de una empresa que brinda servicios de telecomunicaciones desde la experiencia de los directivos Lima, 2023”, cuyo objetivo es explicar las barreras a la internacionalización de una empresa que brinda servicios de telecomunicaciones desde la experiencia de los directivos Lima, 2023. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de negocios internacionales de la Universidad César Vallejo del campus Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.

Describir el impacto del problema de la investigación.

En esta investigación se dará a conocer las barreras de la internacionalización de las empresas que brindan servicios en el Perú. Para eso conoceremos a profundidad cuáles son las complicaciones de las empresas peruanas en su internacionalización que brindan servicios en el Perú.

Procedimiento Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “Barreras a la internacionalización de una empresa que brinda servicios de telecomunicaciones desde la experiencia de los directivos Lima, 2023”.
2. Esta entrevista tendrá un tiempo aproximado de 40 minutos y se realizará en un ambiente de forma presencial de una empresa que brinda servicios. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía): Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia): Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia): Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia): Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es) Carranza Flores, Diana Cinthya, email: dcarranzafl@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Macha Huamán Roberto email: rmacha@ucv.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos:
Fecha y hora:

[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas].

Anexo 4.

Matriz Evaluación por juicio de expertos: Experto 1

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Leonardo Castilla Jibaja
- I.2. Especialidad del Validador: Magister
- I.3. Cargo e Institución donde labora:
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Validación de contenido de barreras de la internacionalización
- I.5. Autor del instrumento: Carranza Flores Diana Cinthya

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación			X		
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables			X		
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.			X		
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación			X		
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				X	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.			X		
PROMEDIO DE VALORACIÓN					70%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los Instrumentos de Investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

70%

Lima 16 de septiembre del 2023

Firma de experto informante

DNI: 61385862

Teléfono: 991985657



Anexo 5.

Matriz Evaluación por juicio de expertos: Experto 2

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Hinojo Asto Alejandro Eleodoro
- I.2. Especialidad del Validador: Magister
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente en la universidad César Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Validación de contenido del instrumento de barreras de la internacionalización
- I.5. Autor del instrumento: Carranza Flores Diana Cinthya

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

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

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Lima 16 de septiembre del 2023



.....
Firma de experto informante

DNI: 10427148

Teléfono: 956689021

Anexo 6

Matriz Evaluación por juicio de expertos: Experto 3

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Melgarejo Quijandria Miguel Angel
- I.2. Especialidad del Validador: Doctor en Administración
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente de la universidad César Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Validación de contenido del instrumento de barreras a la internacionalización
- I.5. Autor del instrumento: Carranza Flores Diana Cinthya

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					X
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				X	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					X
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				X	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					X
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					X
PROMEDIO DE VALORACIÓN						<u>88%</u>

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

88%

Lima 16 de septiembre del 2023


Mg Ing. Miguel Melgarejo Quijandria

.....
Firma de experto informante

DNI: 10300251

Teléfono: 990151739

Anexo 7.
Resultado de similitud del programa Turnitin.

Resumen de coincidencias

12 %

Se están viendo fuentes estándar

Coincidencias		
1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	4 %
2	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	3 %
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	1 %
4	www.slideshare.net Fuente de Internet	1 %
5	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1 %
6	Katerina Kampouri, Yan... Publicación	<1 %
7	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
8	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
9	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
10	repositorioacademico.... Fuente de Internet	<1 %
11	Entregado a Institucion... Trabajo del estudiante	<1 %

ta resolución **Activado**

19°C Nublado 08:30 a.m. 07/12/2023