



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

“ANÁLISIS DEL NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE NEGOCIOS
INTERNACIONALES QUE PRESENTAN LOS ENCARGADOS DE LAS
EXPORTACIONES EN LAS EMPRESAS AGROEXPORTADORAS DE
SULLANA EN EL AÑO 2017”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTOR:

Heredia Montenegro Piero.

ASESOR:

Mg. Víctor Raúl Tullume Capuñay

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Administración de Operaciones Internacionales

PIURA – PERÚ

2017



Universidad César Vallejo
Facultad de Ciencias Empresariales

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la Escuela Académico Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo – Piura, siendo las 8.00 pm. del día 19 de Noviembre 2018.

El Jurado Evaluador de la Tesis denominada:

"Análisis del nivel de conocimiento sobre negocios internacionales que presentan los encargados de las operaciones de las empresas agroexportadoras de Bellanca en el año 2017."

Sustentada por:

Gerencia Montenegro Piero
(Apellidos) (Nombres)

Bachiller en:

ACUERDAN:

otorgar el calificativo de 17 (Diecisiete).

RECOMIENDAN

Presidente (a) del Jurado:

Vicente José Pichardo Apurta
Nombre Completo Firma

Miembro (a) del Jurado:

Alonso PUNZA BARRERA
Nombre Completo Firma

Miembro (a) del Jurado:

Fernando Rogelton Echeida
Nombre Completo Firma



Dedicatoria

A mi madre JUANA ASUNCION MONTENEGRO GUERRERO quien lucha cada momento de su vida por ofrecerme lo mejor quien me ha enseñado como y porque debo ser una mejor persona quien a perseguido y a celebrado cada uno de mis logros quien me ha inculcado el trabajo como una virtud y no como una obligación

A mi abuela , GLICERIA NOEMI GUERRERO DE MONTENGRO quien fue la principal motivación para poder estudiar esta prestigiosa carrera y por inculcar que siempre debemos emprender en nuestras metas.

A mi segunda madre y no menos importante ROSA AMELIA MONTENEGRO GUERRERO quien ha estado conmigo siempre inculcándome sus enseñanzas y sobre todo hacer de mí una persona disciplinada , ayundadome siempre alcanzar mis objetivos y ser siempre en la persona que puedo confiar.

A cada uno de los integrantes de mi familia; quienes confiaron en mí desde el primer momento y que hasta el día de hoy siguen demostrándome su lealtad y cariño

Agradecimiento

A Dios; por brindarme la Vida, unos hermanos y unos padres maravillosos, por poner a mi alcance todos los medios y las oportunidades para tener salud, educación y trabajo. Y por formarme día y a día como un ser humano con valores y principios.

A mi tío FABLICIANO MONTENEGRO GUERRERO por haberle brindado el apoyo incondicional a mi madre para que así pudiera yo haber alcanzado las metas establecidas y por ser una persona especial para mí.

A la Universidad César Vallejo; por permitirme ser uno de los integrantes de su casa de estudios; que hoy ve reflejado en sus egresados el cumplimiento de su misión en favor de la sociedad.

A todos los docentes y demás colaboradores de esta casa de estudios; por transmitirme durante estos cinco años sus enseñanzas; en especial a mi asesora temática Mg. María Magdalena Panta Morales, por guiarme en el desarrollo de la presente investigación.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Piero Heredia Montenegro, estudiante del 10mo ciclo de la escuela de Postgrado de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo, identificado con N° de DNI 48355065 con la tesis titulada “Análisis del nivel de conocimiento sobre negocios internacionales que presentan los encargados de las exportaciones en las empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017”

declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado todas las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por lo tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presentan en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificar la falta de fraude, plagio, auto plagio, piratería o falsificación, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Piura, Diciembre del 2017.



FIRMA

DNI: 48355065

Presentación

Estimados Miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la tesis “Análisis del nivel de conocimiento sobre negocios internacionales que presentan los encargados de las exportaciones en las Empresas Agroexportadoras De Sullana en el año 2017”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional La presente investigación contiene VII capítulos, que a continuación serán detallados.

I. Introducción: Contiene la Realidad problemática, los trabajos previos, las teorías relacionadas al tema; la formulación del problema, la justificación del estudio y los objetivos. II. Método: Contiene el diseño de la investigación, la operacionalización de variables, población, muestra y muestreo, la recolección de datos validez y confiabilidad, el método de análisis de datos y los aspectos éticos. III. Resultados. IV. Discusión. V. Conclusión. VI. Recomendaciones. VII. Referencias

CONTENIDO

I.	INTRODUCCIÓN	10
1.1	REALIDAD PROBLEMÁTICA:	10
1.2	TRABAJOS PREVIOS	11
1.3	TEORÍAS RELACIONADAS CON EL TEMA.	14
1.4	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	20
1.5	JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO:.....	21
II.	MÉTODO.....	23
2.1.	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	23
2.2.	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	23
2.3	POBLACIÓN Y MUESTRA	28
2.4	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD	28
2.5	MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS	29
2.6.	ASPECTOS ÉTICOS	29
III.	RESULTADOS	30
IV.	DISCUSION.....	37
V.	CONCLUSIONES	40
VI.	RECOMENDACIONES	41
VII.	REFERENCIAS.....	42
VIII.	ANEXOS	43

Resumen

El objetivo principal de la investigación fue analizar del nivel de conocimiento sobre negocios internacionales que presentan los encargados del área de exportaciones de Empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017.

La metodología empleada para el desarrollo de esta investigación fue tipo no experimental, descriptiva y transversal, utilizándose como instrumentos para lograr desarrollar los objetivos un test para medir el nivel de conocimiento sobre las diversas dimensiones en estudio y una encuesta para confirmar algunos datos relevantes para esta investigación ligados con las dimensiones de estudio.

Las conclusiones a las que se llegaron es que el nivel de conocimiento que se tiene sobre los negocios internacionales por parte de los encargados de las exportaciones de las empresas agroexportadoras que tiene operaciones en la Provincia de Sullana es medio a bajo, donde el nivel de conocimiento sobre las dimensiones

Palabras Clave: Conocimiento, negocios internacionales, negociacion

Abstract

The main objective of the research was to analyze the level of knowledge on international business presented by the managers of the export area of agro-export companies of Sullana in 2017.

The methodology used for the development of this research was non-experimental, descriptive and transversal, using as a tool to develop the objectives a test to measure the level of knowledge about the various dimensions under study and a survey to confirm some relevant data for this research linked to the study dimensions.

The conclusions reached are that the level of knowledge that we have about international business by the export managers of the agro-export companies that have operations in the Province of Sullana is medium to low, where the level of knowledge about the dimensions.

Keywords: Knowledge, international business, negotiation

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática:

En estos momentos el comercio mundial es uno de los principales mecanismos de globalización, este proceso es un fenómeno que desencadena procesos económicos, políticos, tecnológicos y culturales a escala mundial. La clave de todos estos fenómenos es la comunicación instantánea que ocurre con los residentes en todos los países, que hacen posible conectar sociedades, mercados y culturas por medio de transformaciones a nivel mundial.

Actualmente se entiende que el conocimiento es un recurso que no solamente se utiliza para la interpretación del ambiente que nos rodea, sino que al conocer lo que nos rodea nos permite actuar en el mismo. De otro lado el entorno actual de los negocios demanda de las organizaciones o compañías presentar una ventaja frente a sus componentes, si estas desean aumentar su mercado de influencia, desde este punto de vista la gestión del conocimiento se entiende como un conjunto de sistemas y procesos que hacen que aumente y se valore el capital humano en la empresa, esto a través de la capacidad que se tiene para resolver problemas de forma muy eficiente.

Actualmente es muy escaso los estudios que buscan medir esta capacidad del personal dentro de las empresas, teniendo un vacío que muchas veces hace que los encargados de los negocios internacionales tomen decisiones a ciegas llevando a la empresa a disminuir sus ganancias y poner en peligro el comercio de los productos de este país y en especial de la Provincia de Sullana.

Se pronostica al realizar este estudio para medir el nivel de conocimiento que tiene el personal encargado de las exportaciones y negocios internacionales, se pueda realizar una mejora del mismo a través de la proposición de temas que deben fortalecer estas personas, lo que generará de ciertas condiciones, las cuales deben permitir una mejor circulación de flujo de conocimiento. Así mismo se cree que las organizaciones que realizan una buena gestión del conocimiento puede sintetizar y crearse un futuro, más que productos y servicios, teniendo en si misma la capacidad de crear un pensamiento estratégico – prospectivo y gestionar el cambio mediante modelos de reingeniería de procesos, documentar procesos y Keizen, para poder

lograr una cultura en la organización que se permita ser capaz de enfrentar los cambios que el mundo le presenta, adaptarse de forma rápida y triunfar.

Los objetivos de esta investigación se lograrán a través de la presentación de un test a las personas encargadas de las exportaciones y negocios internacionales en las empresas agroexportadoras de Sullana para determinar el nivel de conocimiento que presentan con respecto a los objetivos planteados que se desean conocer sobre los negocios que realizan en el extranjero.

De no realizarse esta investigación se perderá una gran oportunidad de diagnóstico de uno de los recursos valiosos en las organizaciones el potencial humano, y no se podrá proponer un plan de mejora que haga de estas organizaciones más fuertes y valiosas, que ayuden al desarrollo de la región a través de la generación de más empleos, divisas y el pago de impuestos para realizar obras en la comunidad.

1.2 Trabajos previos

Serrano (2013) en su trabajo de investigación titulado “Competitividad Internacional: Un enfoque Empresarial”.

Tuvo como objetivo principal pretender entender y formar conocimiento que presenta una compañía en función a su competitividad internacional, de manera tal que sirva para realizar una reflexión de forma consiente y con coherencia para que los directivos de la empresa puedan tomar decisiones sobre negocios internacionales de forma más eficiente.

La metodología que se utilizó en esta investigación fue la revisión de literatura que se encuentra en los distintos escritos académicos en Administración y Negocios Internacionales a partir de 22 artículos académicos.

Se pudo concluir de este trabajo de investigación que la internacionalización de una Empresa es un proceso factible, pero a la vez tiene un alto grado de complejidad debido al entorno actual internacional. Así mismo se lograron determinar que en la competitividad ex -ante se encuentra las fuentes de creación de las ventajas que te hacen ser competitivo, las cuales se vislumbran en los factores del ambiente, es decir en los recursos que el país que exporta tiene, así como los que puede utilizar del extranjero, y reunido todo esto en las capacidades de cada empresa para producir. La competitividad ex – post se ve la presencia que tienen la empresa en

los mercados internacionales y cuál es la forma en la que tiene un rendimiento en el extranjero, al igual que un rendimiento medido por indicadores de tipo financieros, de operaciones o mercados.

Otra conclusión a la que se llegó es que la principal contribución del modelo de enfoque empresarial se encuentra en la amplitud de análisis y decisión que tiene por sí mismo este modelo, para lo cual debe de contar la empresa con un buen manejo técnico.

Schwalb (1993) en su trabajo de investigación titulado “Relaciones de negociación entre las empresas multinacionales y los gobiernos anfitriones: el caso peruano

Tuvo como objetivo contribuir a desarrollar un modelo de negociación que se le denomina Relaciones de Negociación, basándose en una serie de casos de negociaciones de compañías multinacionales con el gobierno del Perú.

La metodología empleada en este proceso se basa en la primera etapa, en especificar varios contextos donde se realizan negociaciones como situaciones en las que cualquiera de las tres dimensiones de las relaciones GPA-EMN se espera que domine los tratos entre las dos, creando un ambiente político que favorezca al lado más fuerte. En la segunda etapa, se recopilan evidencias para probar la hipótesis.

Para poder obtener datos se elaboró una encuesta que se les aplicó a las empresas multinacionales que están presentes en el Perú y que figuran entre las primeras de Latinoamérica.

Se puede obtener como resultado del análisis de las hipótesis que con respecto a la primera hipótesis planteada, se tiene que mientras mayor contenido nacional tenga el producto, mayor será la regulación por parte del estado, esto se puede comprobar en algunos de los supuestos de las empresa con excepción de uno donde las empresas extranjeras mencionan que mientras mayor contenido de productos nacionales tengan sus productos finales, más dependientes se volverán de los mercados locales, por lo tanto serán más vulnerables al control del gobierno. Así también ciertos ejecutivos de empresas tanto nativos como extranjeros creen que mientras mejor sean los resultados financieros mayores serán las restricciones aplicadas a sus empresas por el gobierno del Perú. Así mismo se evidencia que las

Empresas Multinacionales tienen la creencia que mientras mayor sea la escala de operación menor será la regulación y esto se evidencia, aun que ha sido comprobado por muchos autores, debido a que mientras más exclusivos sean los productos que ofrezca la empresa multinacional en el mercado esta tiene mayor margen de negociación con el estado, pero en la práctica solo el 26.6 % de las veces se ha explicado que mientras mayor escala de operación, menor es la regulación que tiene el estado sobre esta empresa. En la hipótesis que mientras mayor acceso a los mercados de exportación tengan las empresas, menor grado de regulación tiene sobre estas el gobierno, se ha podido comprobar que no es cierto porque solamente el estado brinda beneficios favorables a las empresas hasta un porcentaje del 20% en cuanto a la participación extranjera en el capital registrado de la firma.

Malca & Rubio (2014) en su trabajo de investigación de nominado “Obstáculos a la actividad exportadora: Encuestas a las empresas exportadoras del Perú”

Los objetivos del presente trabajo son dos: primero, el desarrollo del sector exportador del país, desde diversos enfoques necesita un constante estudio del comportamiento de las empresas exportadoras peruanas, como es el caso de los obstáculos a la exportación, por lo que es necesario realizar una investigación bibliográfica que nos permita identificar y clasificar los diferentes obstáculos a la exportación y sirva de referencia para posteriores estudios. Segundo identificar los principales obstáculos a la actividad exportadora, a través de la aplicación de una encuesta.

Las conclusiones a las que se llegó en esta investigación son que la barrera u obstáculos más importantes está asociado principalmente a barreras de procedimiento y barreras exógenas, y de acuerdo a la clasificación general corresponden a las barreras externas, tanto del mercado de destino como en origen.

Además, se concluye que el segundo factor que se presentan en la actividad exportadora es la barrera de conocimiento, y de acuerdo a la clasificación general corresponden a las barreras de carácter interno. Se tiene un tercer factor asociado

a las barreras de procedimientos, está asociado principalmente a barreras de procedimiento y barreras exógenas y de acuerdo a la clasificación general corresponden a las barreras externas, tanto del mercado de destino como en origen. Estos tres factores tienen un porcentaje de la encuesta aplicada del 51.6% de los obstáculos que se presentan a la actividad exportadora.

1.3 Teorías relacionadas con el tema.

Conocimiento:

Desde el punto de vista de la epistemología occidental se considera el conocimiento como un proceso formal y estático, este concepto le confiere una naturaleza abstracta, de naturaleza no humana y estática del conocimiento, la cual se da a conocer mediante una serie de proposiciones y una lógica formal. Otra concepción es un proceso humano dinámico de justificación de la creencia personal en busca de la verdad. Esta concepción destaca la naturaleza activa y subjetiva del conocimiento, representada en términos de compromiso y creencias enraizadas en los valores individuales, le confiere una creencia personal en busca de la verdad, con compromisos y creencias enraizadas en los valores individuales. (Nokata & Takeuchi, 1995)

Las dimensiones del conocimiento son tácito, complejo, organizacional, específico, dependiente o lo contrario a esto como explícito, simple, individual, no específico e independiente, desde el punto de vista de las empresas el conocimiento ha sido considerado como un activo estratégico.

En esta parte es donde se menciona que el éxito empresarial no lo tienen las empresas que más saben, sino las que mejor utilizan lo que saben y saben lo que es estratégicamente importante para la organización. Se menciona que si el conocimiento de carácter estratégico tendrá más dificultades para gestionarlo, por lo que deberá desarrollar capacidades de gestión del conocimiento con el fin de superar tal conocimiento. (LLAMAZARES GARCÍA -LOMAS, 2015)

Transferencia de conocimiento es un proceso mediante el cual el conocimiento propiedad de una persona o entidad emisora es comunicada a otra persona que tiene una base común o un conocimiento similar. (de acuerdo con Dawson (2000)

Negocios internacionales: Se refiere a ocupar gran parte del tiempo en realizar negocios con otras personas de diferentes países, de forma tal que se centren en una gran diversidad de temas, donde los comerciales son los que más frecuentemente se tocan, de modo tal que se utilizan para poder emprender una relación empresarial. Este tema está muy relacionado con las relaciones de compra venta internacionales teniendo en cuenta los acuerdos de precios, plazo y lugar donde se efectuará la entrega, las forma o condiciones para efectuar el pago de un producto, condiciones de colaboración, los canales como se distribuirá el producto, etc. Para llegar a tener una buena negociación debemos de conocer de manera global los tipos de negociación, entorno cultural, diferencias de un mercado nacional e internacional, saber con quién se negocia en el marco internacional; países competitivos y cooperativos (LLAMAZARES GARCÍA -LOMAS, 2015)

Según el manual del comercio de Andalucía define negociación internacional como un proceso de interacción que se da entre dos partes con el objetivo de lograr un acuerdo que brinde las bases para un concreto entendimiento que ayude a la consecución de las necesidades y por lo tanto la satisfacción de las partes interesadas. Así como también indica el conocimiento que se debe tener sobre negociación internacional para tener en cuenta factores como: Saber principales puntos a considerar para que la negociación sea exitosa, distinguir características de cómo llevar una negociación , tener una concepción teórica practica en el campo de la negociación internacional , elementos culturales. (EXTENDA AGENCIA ANDALUZA DE PROMOCIÓN S.A., 2012)

La guía básica del exportador da a conocer los negocios internacionales como la actividad de negocio que cruza fronteras nacionales, así mismo vincula el conocimiento que debe tener el experto en la materia de negocios, como la importación y exportación de mercancías, inversión de capital en bienes de manufactura, extractivos, agrícolas, inversión en servicios internacionales, transacciones que comprenden derechos de autor patentes, marcas. (Guía básica del exportador México 2003)

Logística internacional: Comúnmente se conocía a la logística como tener en el instante justo, el producto que uno requería, al mejor costo que era posible, pero en la actualidad se han redefinido y ya son todo un proceso, tanto que en las empresas son algo muy importante. Actualmente se puede definir la logística internacional como la ciencia que estudia la manera como se organizan las actividades en una empresa de manera tal que se logren óptimos resultados, de igual forma que se puede definir como la organización de las actividades para aprovisionar las materias primas, los productos intermedios y componentes desde las fuentes de suministro de la materia prima requerida desde un país hasta los centros de producción y de estos centros de producción salen los productos ya transformados hacia los centros de venta localizados en otros países. (ANDRADE MIMBELA, 2015)

Logística integral: Es una ciencia que estudia un enfoque multidisciplinar la logística es sumamente importante dentro de una organización se considera que la logística se establece desde toda actividad relacionada a la gestión del producto hasta la comercialización completa de esta como transporte, documentación, distribución.

La logística desde un punto empresarial es un conjunto de conocimientos y técnicas que se da en la empresa desde la cadena de suministros, fabricación, canales de distribución y consumidores. El concepto que infiere a cadena logística donde intervienen 3 fases:

Aprovisionamiento: Si nos referimos a aprovisionamiento entendemos que debemos analizar a proveedores desde su ubicación, pedidos, tamaño de envío, embalaje usar el embalaje correcto para la protección del producto, medios de transporte

Producción: Dentro de esta fase se encuentra la recepción de materia prima, el ingreso a planta, el almacenamiento de productos terminados dentro de esta fase tenemos etapas como manipulaciones, espacios, instalaciones especiales, preparación de los envíos, control y trazabilidad.

Distribución: Es la fase más importante de la empresa es en como esta puede hacer llegar su producto al consumidor final. Tenemos elementos como procedimientos de salida preparación de los envíos, control de stock, planificación de los envíos. (EXTENSA AGENCIA ANDALUZA DE PROMOCIÓN S.A., 2012)

Operador Logístico: Se da para reducir las actividades de aprovisionamiento, producción y distribución, es el nuevo tipo de empresa u organización dedicada a la prestación de servicios que se le conoce como operador logístico. Para poder tener conocimiento de un operador logístico se necesita conocer las ventajas de un operador como, la economía de inversión, transferencia de costes, un buen servicio a sus clientes, flexibilidad.

Tenemos principales servicios de un operador logístico: consolidación o grupaje, organización de rutas, operaciones auxiliares de transporte, despacho de aduanas, recepción de mercancías, preparación de las cargas y entrega final. (molins, 2011 - 2012)

Logística inversa: Es el estudio que se le da a la mercancía desde el consumidor final hasta la recepción de materia prima, generalmente la logística inversa se analiza por alguna falla del producto que llegó a su destino final para poder así detectar el problema del fallo del producto. (molins, 2011 - 2012)

Legislación Internacional: Ley que tiene por objetivo establecer el marco legal que se debe de aplicar al trámite de aduanas referente a mercancías que ingresan o salen del país, de forma tal que se deban implementar las medidas para garantizar el cumplimiento de los compromisos, así como los procedimientos de aduanas que puedan facilitar el comercio, referente a los acuerdos comerciales que tiene el país. (CONGRESO DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ, 2007)

Legislación comercial: Según el manual de exportación para tener conocimiento en legislación comercial debemos tener en cuenta la optimización de los procesos documentales en operaciones de exportación , así como también legislación aduanera y normas de organismo internacionales , documentos de exportación emitidos por el exportador.(Manual del exportador – promperu 2016)

Marketing internacional: Se le considera como la actividad que realiza el hombre que guía a la organización tanto de forma filosófica como estratégica y de forma operativa. También puede ser vista como una relación entre los sujetos básicos de

la economía que vienen a ser empresa y consumidor organizados en una red de intercambio, donde el marco de referencia es el universo económico y social de la organización y del consumidor. Se considera desde el ámbito de la promoción a nivel global de un producto, como el intercambio el cual ofrece la empresa información sobre un producto o servicio que está destinado a cubrir las necesidades de los consumidores. (BLASCO LOPEZ, 2000)

Marketing internacional: Es la realización de actividades de negocios que dirigen el flujo de bienes y servicios de una compañía hacia sus consumidores o usuarios en más de una nación para obtener beneficios.(cateora 2008)

Marketing internacional: Si hablamos de marketing internacional nos referimos a tener en cuenta conocimientos más profundos que el marketing general para saber a dónde queremos llegar con la internacionalización mediante esto podemos analizar aspectos culturales de la internacionalización, investigación de mercados marketing mix. (EXTENDA AGENCIA ANDALUZA DE PROMOCIÓN S.A., 2012)

Calidad del producto exportado: Es el conjunto de características propias que presenta un producto o servicio, destinadas a satisfacer las necesidades del consumidor, de acuerdo a requisitos preestablecidos por la legislación en materia sanitaria y comercia, en el país de destino donde será comercializado o consumido este producto. (ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y LA ALIMENTACIÓN, 2005)

Calidad del producto: Según Deming (1989) la calidad es “un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado”. El autor indica que el principal objetivo de la empresa debe ser permanecer en el mercado, proteger la inversión, ganar dividendos y asegurar los empleos. Para alcanzar este objetivo el camino a seguir es la calidad. La manera de conseguir una mayor calidad es mejorando el producto y la adecuación del servicio a las especificaciones para reducir la variabilidad en el diseño de los procesos productivos.

Reglamentaciones sanitarias y fitosanitarias

Son todas aquellas leyes, prescripciones y procedimientos que son establecidos por países que son necesarios para salvaguardar la salud de sus habitantes, para poder preservar los vegetales y proteger a los animales, teniendo como precaución que no ingresen a su territorio productos que atenten contra el bienestar de la nación.

Existe un acuerdo referido a la aplicación de medidas sanitarias y fitosanitarias en materia de inocuidad de alimentos y control de plagas de los mismos.

Las medidas sanitarias o fitosanitarias comprenden todas las leyes, decretos, reglamentos, prescripciones y procedimientos pertinentes, con inclusión, entre otras cosas, de: criterios relativos al producto final; procesos y métodos de producción; procedimientos de prueba, inspección, certificación y aprobación; regímenes de cuarentena, incluidas las prescripciones pertinentes asociadas al transporte de animales o vegetales, o a los materiales necesarios para su subsistencia en el curso de tal transporte; disposiciones relativas a los métodos estadísticos, procedimientos de muestreo y métodos de evaluación del riesgo pertinentes; y prescripciones en materia de embalaje y etiquetado directamente relacionadas con la inocuidad de los alimentos. (Organización mundial del comercio, 1995)

1.4 Formulación del Problema

1.4.1. Pregunta General

¿Cuál es el análisis del nivel de conocimiento sobre negocios internacionales que presentan los encargados del área de exportaciones de las Empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017?

1.4.2. Pregunta específica

1. ¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre negociación internacional que poseen los encargados del área de exportaciones de las Empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017?
2. ¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre legislación comercial internacional que poseen los encargados del área de exportaciones de las Empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017?
3. ¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre Marketing internacional que poseen los encargados del área de exportaciones de las Empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017?
4. ¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre logística internacional que poseen los encargados del área de exportaciones de Empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017?

5. ¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre calidad de los productos que poseen los encargados del área de exportaciones de las Empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017?

1.5 Justificación del estudio:

El presente estudio de investigación tiene su **justificación técnica** en la obtención de una medida del nivel de conocimiento que presentan los encargados de las exportaciones y negocios internacionales de las empresas presentes en la ciudad de Sullana, debido a que mientras mayor sea el bagaje cultural que tenga sobre estos temas que incluyen los negocios internacionales, más favorable puede resultar las exportaciones de productos de esta provincia hacia el extranjero y mayor serán las opciones de crear nuevas fuentes de exportación. Así mismo presenta también una **justificación práctica** al lograr medir el nivel de conocimiento que presentan las personas encargadas de las exportaciones y negocios internacionales de la empresas de la ciudad de Sullana, se podrá crear un programa de reforzamiento de las falencias que se logren diagnosticar en estas personas que los pongan por encima o a la par que los negociantes de otros países y pueda representar una fortaleza en nuestro sistema de exportaciones, que nos haga más fuertes en la provincia. La **justificación metodológica** refiere que, con este estudio se ha contribuido al incremento de la información científica con datos relevantes para esta investigación, que servirá como referencia a investigadores, emprendedores y empresas industriales, que pueden ser considerados a futuro para desarrollar un proyecto a mayor escala, teniendo como propósito de aprovechar los conocimientos que se tienen para poder tener una mejor negociación con la otra parte. Finalmente presenta **relevancia social** al diagnosticar el nivel de conocimiento y al plantear mejoras en este punto se puede obtener una provincia que sea fuerte negociante en el contexto internacional y nos permita poder vender más productos en el extranjero con un mejor trato por el mismo producto.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivos generales

Analizar el nivel de conocimiento sobre negocios internacionales que presentan los encargados del área de exportaciones de Empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017

1.6.2. Objetivos específicos

1. Determinar el nivel de conocimiento sobre negociación internacional que poseen los encargados del área de exportaciones de las Empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017.
2. Determinar el nivel de conocimiento sobre legislación comercial internacional que poseen los encargados del área de exportaciones de las Empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017.
3. Determinar el nivel de conocimiento sobre Marketing internacional que poseen los encargados del área de exportaciones de las Empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017.
4. Determinar el nivel de conocimiento sobre logística internacional que poseen los encargados del área de exportaciones de las Empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017.

5. Determinar el nivel de conocimiento sobre calidad del producto que poseen los encargados del área de exportaciones de las Empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de Investigación

En la presente investigación el método utilizado para el desarrollo de los objetivos es de tipo no experimental, debido a que solo se basa a conocer la realidad sobre el nivel de conocimiento sobre negocios internacionales que presentan los encargados del área de exportaciones de las empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017, tal y como se presentan las variables en estudio en la naturaleza, siendo esta de tipo descriptivo donde se detalla todas las observaciones y los resultados que se obtienen al desarrollar los objetivos, sin ser modificados ni alterados, y transversal porque nuestro estudio se desarrolló en un lugar y tiempo determinado sin que influya en los resultados lo que se presentó en la realidad antes o después del presente estudio.

2.2. Operacionalización de Variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Escala de Medición
ANÁLISIS DEL NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE NEGOCIOS INTERNACIONALES QUE PRESENTAN LOS ENCARGADOS DE LAS EXPORTACIONES EN LAS EMPRESAS DE PIURA EN EL AÑO 2017	Conocimientos y habilidades que poseen los encargados de las exportaciones, medida por los conceptos o métodos para entender y aplicar temas relacionados con los negocios internacionales (Serrano Moreno, 2013)	NEGOCIOS INTERNACIONALES	Medición a través de un test o encuesta sobre el conocimiento que presenta los encargados de las exportaciones y el comercio internacional de las empresas agroexportadoras de Sullana sobre los negocios internacionales, como negociaciones competitivas, negociaciones colaborativas, principios de negociación, estrategias y técnicas de negociación, procesos de negociación internacional, incluso proponiendo casos para resolver.	Porcentaje de conocimiento sobre los negocios internacionales	De razón
		LEGISLACION COMERCIAL INTERNACIONAL	Medición a través de un test o encuesta sobre el conocimiento que presenta los encargados de las exportaciones y el comercio internacional de las empresas agroexportadoras de Sullana sobre la legislación internacional, de forma de conocer sobre legislación aduanera y contractual, entre otros temas.	Porcentaje de conocimiento sobre legislación comercial internacional	De razón

		MARKETING INTERNACIONAL	Medición a través de un test o encuesta sobre el conocimiento que presenta los encargados de las exportaciones y el comercio internacional de las empresas agroexportadoras de Sullana sobre elementos y fuentes de información internacional, investigación de mercados internacionales, técnicas analíticas para la investigación de mercados, atributos del producto, la marca y el efecto etc.	Porcentaje de conocimiento sobre Marketing internacional	De razón
		LOGISTICA INTERNACIONAL	Medición a través de un test o encuesta sobre el conocimiento que presenta los encargados de las exportaciones y el comercio internacional sobre logística, tiempos, operadores, aprovisionamiento de materia prima, etc.	Porcentaje de conocimiento sobre los temas de logística internacional. Porcentaje de conocimiento sobre gestión documentaria para el comercio internacional.	De razón
		CALIDAD DEL PRODUCTO	Medición a través de un test o encuesta sobre el conocimiento que	Porcentaje de conocimiento	De razón

			presenta los encargados de las exportaciones y el comercio internacional de las empresas agroexportadoras de sullana sobre elementos y fuentes de información internacional, sobre certificaciones, calidad del producto, requerimientos de calidad por cada región,etc.	sobre calidad del producto.	
--	--	--	--	-----------------------------	--

2.3 Población y Muestra

Población

Es el conjunto finito e infinito de elementos que poseen características similares hacia los cuales se va a generalizar unos resultados, viene a ser la totalidad del fenómeno que se ha de estudiar y desde donde se tomarán los datos que se recogerán con los instrumentos. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2015). La muestra se encuentra determinada por todas las empresas agroexportadoras de la Sullana, que son en un número de 30 empresas

MUESTRA

Es una pequeña porción de la población que para el caso de la esta investigación no es una muestra probabilística ya que recogen los datos por medio de instrumentos cualitativo, por lo tanto, la unidad de investigación es intencionada y deliberada, es decir se elige con criterio de representatividad a quién (persona, contexto o evento más relevante) para aplicarle el instrumento de investigación. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2015). La técnica de muestreo es de tipo no experimental, intencional u opina tico, donde la muestra está determinada por los encargados del área de exportaciones o comercio internacional de al menos el 5% de las Empresas que se dedican a exportar en la Provincia de Sullana, según los datos mostrados por el registro del área de promoción y comercio de la municipalidad de Sullana.

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

Para el presente estudio se utilizarán las siguientes técnicas:

Encuesta: Es Una investigación realizada sobre un conjunto de personas que conformas una muestra que es la porción representativa de un grupo más grande, donde se utiliza un procedimiento a través de estándares para interrogar a estos sujetos con intención de obtener mediciones cuantitativas de una variedad muy grande de características objetivas y subjetivas de una realidad en estudio, en este caso el nivel de conocimiento de estas personas sobre los negocios internacionales.

Análisis documental: mediante la revisión de las respuestas del test y la encuesta.

Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario: Conjunto de interrogantes destinadas a recoger información escrita sobre el nivel de conocimiento de los sujetos de la muestra sobre los negocios internacionales.

Validez y Confiabilidad

El instrumento para la recolección de los datos es de autoría propia, y será validado por el juicio de 3 expertos en la materia.

2.5 Métodos de análisis de datos

Luego de recoger los datos mediante la observación directa, y registrados en el instrumento, los resultados serán sistematizados en un programa de Microsoft Excel 2016, donde se generarán gráficos estadísticos para el análisis de los resultados, además se realizará un análisis donde se determinará la media aritmética y dispersión de los datos.

2.6. Aspectos éticos

La presente investigación cumple con los aspectos éticos establecidos por la universidad Cesar Vallejo, cumpliendo con los valores de ética y no faltando a la verdad, tanto los resultados como la totalidad de la investigación son verosímiles.

III. RESULTADOS

3.1 Nivel de conocimiento sobre Negocios Internacionales.

Tabla N° 01: Nivel de conocimiento sobre negociación internacional, por parte de los encargados del área de exportaciones de las Empresas agroindustriales.

N°	ALTERNATIVA	PREGUNTA											TOTAL	PORCENTAJE	
		8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18			19
1	CORRECTAS	13	9	13	8	5	1	2	8	8	7	5	1	89	53.94
2	PARCIAL	0	0	0	6	0	0	13	0	0	0	0	19	11.52	
3	ERRADAS	2	6	2	1	0	14	0	7	7	8	0	57	34.55	
	SUMA	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	165	100	

Fuente: Anexo N° 05



Figura N°01: Medida del Nivel de conocimiento de los encargados del área de exportaciones, sobre negocios Internacionales en Empresas agroindustriales.

En la presente tabla N° 01 se muestra el porcentaje del nivel de conocimiento que tienen los encargados del área de exportaciones sobre Negociación internacionales, donde se puede apreciar que de las 11 interrogante incluidas dentro de la evaluación, hubo un porcentaje del 53.94% de respuestas aceptadas o correctas sobre este tema lo que representa que el nivel de conocimiento exacto

que muestran las personas evaluadas sobre este tema es del 53.94%, un 11% de las de las personas evaluadas tiene un conocimiento inexacto del tema, y un 34.55% de las personas evaluadas no tienen conocimiento exacto del tema o el conocimiento que presentan no es el correcto.

3.2. Nivel de conocimiento sobre Legislación Comercial.

Tabla N° 02: Nivel de conocimiento sobre Legislación Internacional, por parte de los encargados del área de exportaciones en las Empresas agroindustriales.

N°	ALTERNATIVA	PREGUNTA								TOTAL	PORCENTAJE
		1	2	3	11	15	17	18	19		
1	CORRECTAS	6	3	4	5	2	8	8	7	43	35.83
2	PARCIAL	9	5	0	10	13	0	0	0	37	30.83
3	ERRADAS	0	7	11	0	0	7	7	8	40	33.33
	TOTAL	15	15	15	15	15	15	15	15	120	100

FUENTE: Anexo N° 05



Figura N° 02: Nivel de conocimiento sobre negociación Internacional, por parte de los encargados de las Empresas Agroindustriales.

En la presente tabla N°02 se muestra el porcentaje del nivel de conocimiento que tienen los encargados del área de exportaciones sobre legislación internacionales, donde se puede apreciar que de las 8 interrogante incluidas dentro de la evaluación, hubo un porcentaje del 35.83% de conocimiento exacto que mostraron las personas evaluadas, un 30.83% de las de las personas evaluadas tiene un conocimiento

inexacto del tema, y un 33.33% de las personas evaluadas no tienen conocimiento exacto del tema o el conocimiento que presentan no es el correcto.

3.3. Nivel de conocimiento sobre logística Internacional

Tabla N°03: Nivel de conocimiento sobre logística Internacional, por parte de los encargados del área de exportaciones en las Empresas agroindustriales.

N°	ALTERNATIVA	PREGUNTA		TOTAL	PORCENTAJE
		4	5		
1	CORRECTAS	5	4	9	30.00
2	PARCIAL	0	4	4	13.33
3	ERRADAS	10	7	17	56.67
	SUMA	15	15	30	100

FUENTE: ANEXO N° 05



Figura N°03: Nivel de conocimiento sobre logística Internacional, por parte de los encargados del área de exportaciones en las Empresas agroindustriales

En la presente tabla N°03 se muestra el porcentaje del nivel de conocimiento que tienen los encargados del área de exportaciones sobre logística internacional, donde se puede apreciar que de las 2 interrogantes incluidas dentro de la evaluación, hubo un porcentaje del 30% de conocimiento exacto que mostraron las personas evaluadas, un 13.33% de las de las personas evaluadas tiene un conocimiento inexacto del tema, y un 56.47% de las personas evaluadas no tienen

conocimiento exacto del tema o el conocimiento que presentan no es el correcto.

3.4. Nivel De Conocimiento Sobre Marketing

Tabla N° 04: Nivel de conocimiento sobre Marketing Internacional, por parte de los encargados del área de exportaciones en las Empresas agroindustriales.

N°	ALTERNATIVA	16	PORCENTAJE
1	CORRECTAS	5	33.33
2	PARCIAL	0	0.00
3	ERRADAS	10	66.67
	SUMA	15	100

Fuente: Anexo N° 05

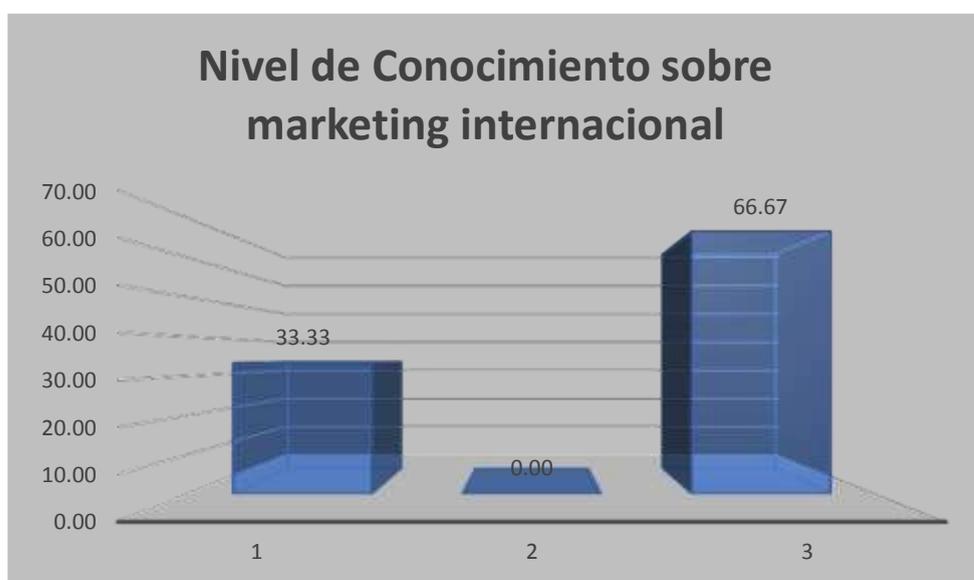


Figura N° 04: Nivel de conocimiento sobre Marketing Internacional, por parte de los encargados del área de exportaciones en las Empresas agroindustriales.

En la presente tabla N°04 se muestra el porcentaje del nivel de conocimiento que tienen los encargados del área de exportaciones sobre Marketing internacional, donde se puede apreciar que de la interrogante incluida dentro de la evaluación, hubo un porcentaje del 33.33% de conocimiento exacto que mostraron las personas evaluadas, y un 33.33% de las personas evaluadas no tienen conocimiento exacto del tema o el conocimiento que presentan no es el correcto, no existe un porcentaje

de personas evaluadas que muestran un conocimiento intermedio del tema.

3.5. Nivel de Conocimiento sobre Calidad del Producto.

Tabla N°05: Nivel de conocimiento sobre Calidad Del Producto, por parte de los encargados del área de exportaciones en las Empresas agroindustriales.

N°	ALTERNATIVA	PREGUNTA		TOTAL	PORCENTAJE
		6	7		
1	CORRECTAS	2	6	8	26.67
2	PARCIAL	6	5	11	36.67
3	ERRADAS	7	4	11	36.67
	SUMA	15	15	30	100

Fuente: Anexo N° 05

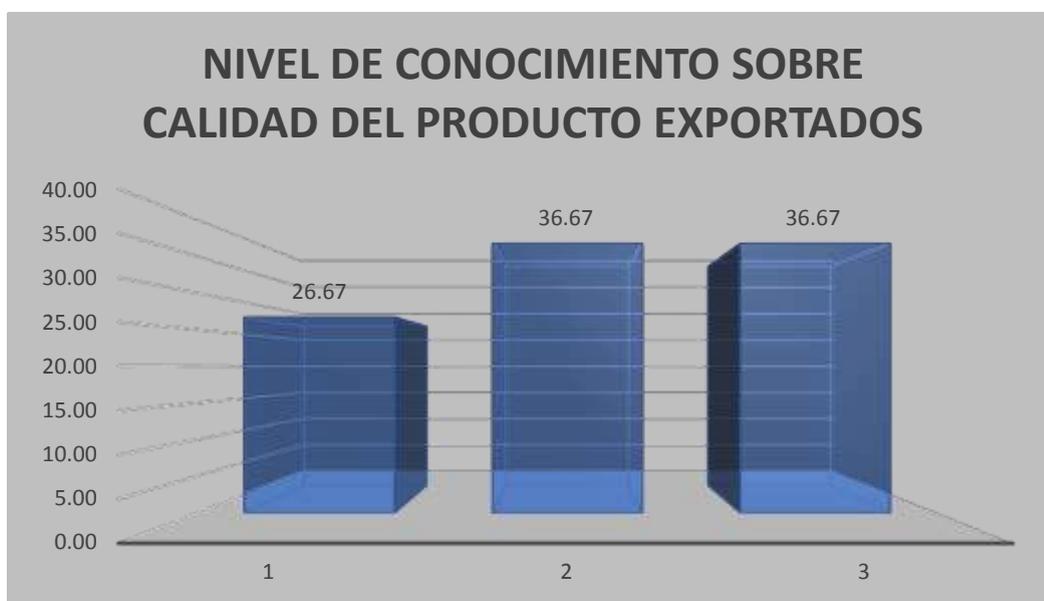


Figura N°05: Nivel de conocimiento sobre Calidad Del Producto, por parte de los encargados del área de exportaciones en las Empresas agroindustriales.

En la presente tabla N°02 se muestra el porcentaje del nivel de conocimiento que tienen los encargados del área de exportaciones sobre calidad del producto, donde se puede apreciar que de las 2 interrogantes incluidas dentro de la evaluación, hubo un porcentaje del 26.67% de conocimiento exacto que mostraron las personas evaluadas, un 36.67% de las de las personas evaluadas tiene un conocimiento inexacto del tema, y un 36.67% de las personas evaluadas no tienen conocimiento

exacto del tema o el conocimiento que presentan no es el correcto.

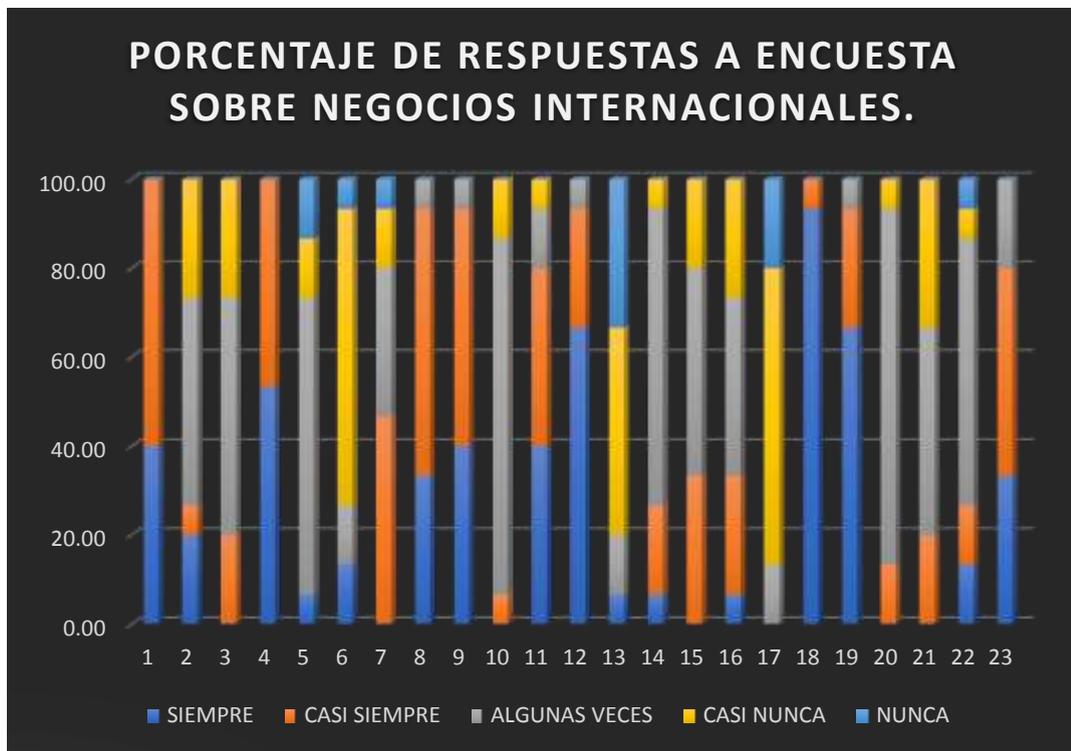


Figura N°06: Grafica del porcentaje de respuestas a cada interrogante de la Encuesta sobre negocios internacionales a las Empresas agroindustriales que tienen operaciones en la Provincia de Sullana.

En el figura N°02, se puede apreciar que el mayor porcentaje de los productos que las empresas agroindustriales que tienen operaciones en la Provincia de Sullana son exportados a distintos países, de igual forma, en la parte de legislación internacional el ninguno de los encuestados menciona que siempre se beneficia al exportador peruano con la legislación que se aprueba, el mayor porcentaje 53.33% cree que algunas veces se beneficia al exportador peruano mediante la legislación que se aprueba. El 46.67% de los encuestados cree que la legislación peruana es muy exigente con las empresas exportadoras, Con relación a la dimensión logística el 6.67% de los encuestados no realizan la parte logística de las exportaciones, y el 13.33% casi nunca lo realiza, estando en un mayor porcentaje de los encuestados de acuerdo en que es más beneficioso que sus servicios logísticos y aduaneros los realice un tercero con un 33.33% y 40% de los encuestados

respectivamente, así mismo, de igual forma en la parte logística un 93.33% de los encuestados realizan el envío de sus productos a través de la vía marítima. Con respecto al Marketing el 13.33% de los encuestados no creen que el internet es el canal que debe utilizarse para promocionar los productos que venden, de igual forma el 33.33 % de los encuestados no tienen un plan de marketing para promocionar su producto, y el 46.67 % de estos solamente algunas veces tienen un plan de marketing para la promoción de sus productos en el extranjero. Con respecto a la dimensión Calidad el 66.667% de los encuestados creen que más importante mantener la calidad del producto que obtener ganancias. Con respecto a la dimensión negociación internacional, el 53.33% de los encuestados creen que algunas veces los otros países son los que ocupan el mercado internacional, y el 40% de los encuestados creen que siempre, y otro 40% cree que casi siempre los productos peruanos son mejores que los producidos en otros países.

IV. DISCUSION

En la presente investigación se pudo evidenciar que el porcentaje de conocimiento sobre negocios internacionales presentado por los encargados de las Exportaciones de la Empresas Agroindustriales que realizan actividades de exportación en la Provincia de Sullana fue del 53.94% lo mismo que se puede tener en cuenta que estas empresas encuestadas no presentan un tercero (dealer) que se encargue de realizar las negociaciones con los compradores en el extranjero, por lo tanto deberían de tener un buen conocimiento sobre esta dimensión para realizar un buen acuerdo durante las negociaciones para vender sus productos en el extranjero, esto coincide con lo reportado por (MALCA & RUBIO, 2014) quien en su investigación denominada "Obstáculos a la actividad exportadora: Encuestas a las Empresas exportadoras del Perú" donde se menciona que el segundo obstáculo que se presenta en las exportaciones es el conocimiento, donde al tener un escaso conocimiento sobre los temas referentes a las exportaciones es más difícil lograr realizar negocios internacionales para comercializar sus productos.

En cuanto al nivel de conocimiento que presentan las Empresas referente a legislación internacional se tiene que el porcentaje de conocimiento es del 35.83% de las preguntas realizadas en el test, completándose este nivel de conocimiento con las apreciaciones de las personas encuestadas referente a que creen que las leyes dadas en el Perú algunas veces benefician a los exportadores con un 46.67% de las respuestas brindadas en la encuesta, de igual forma el mayor porcentaje de respuestas a la pregunta si creen que la legislación peruana es muy exigente con las empresas que quieren exportar fue algunas veces con un 46.67% de las respuestas esto se contrapone con lo que manifiesta la Ley que fomenta las exportaciones Según el manual del comercio internacional publicado por (EXTENDA AGENCIA ANDALUZA DE PROMOCIÓN S.A., 2012) manifiesta que la política arancelaria y la legislación comercial está destinada a facilitar el comercio de mercancías y servicios con otros países en salvaguarda de los intereses de los exportadores comerciales, tratando de establecer un régimen de importación en el cual se busca conciliar con las legislaciones procedentes con otros países, un

régimen de exportación donde se busca salvaguardar el comercio en casos de escasez para lo cual se pueden adaptar medidas transitorias y se busca por este medio la defensa comercial donde se establecen o levantan barreras para defender el mercado interno y el sector productor correspondiente, con esta apreciación y lo manifestado por los exportadores la legislación comercial peruana no cumpliría con el tercer propósito de la legislación comercial internacional donde debe de buscar proteger y apoyar al mercado local y las exportaciones de nuestro país.

El nivel de conocimiento que presentan los encargados del área de exportaciones de las empresas agroindustriales sobre logística internacional es del 30% el test aplicado el mismo, de igual forma según la encuesta respondida por estos encargados 46.67% de las empresas realizan directamente el tema logístico y un 33.33% lo realiza algunas veces siendo el resto quien utiliza operadores logísticos que se encargan de este proceso, debido a que les resulta más ventajoso esto concuerda con lo que se manifiesta en (EXTENDA AGENCIA ANDALUZA DE PROMOCIÓN S.A., 2012) que la logística debe apuntar a que la empresa debe ser capaz de ejercer la logística, presta un valor a su punto final, que es percibido por el consumidor, este proceso logístico debe incluir tanto la cadena de suministros como los productos finales que llegan a los clientes a través de la cadena de distribución física, que la empresa realice sus propio sistema logístico puede en algunos casos disminuir el valor del producto final y en otros casos es más ventajoso que sea realizado por un tercero, esto coincide con los manifestado por los encargados de las exportaciones de las empresas agroindustriales encuestados quienes en términos de realizar el envío de productos es mejor contratar a un operador logístico.

Con respecto al nivel de conocimiento sobre marketing internacional este es del 33.33% y manifiestan en la encuesta realizada que el 6.67% de las empresas realizan frecuentemente el marketing para la venta de sus productos en el extranjero y el resto de las empresas es muy escaso el marketing que le realizan a sus productos, lo cual se relaciona directamente con el nivel de conocimiento sobre esta dimensión de estudio manifiesta (BLASCO LOPEZ, 2000) que manifiesta que el marketing es una herramienta importante para la promoción de los productos que desean vender las empresas, y que en el sistema educativo se tiene la percepción

de que se aprende escuchando, pero el principal procedimiento para aprender sobre marketing es practicar haciendo, donde las empresas deben iniciar haciendo un análisis de sus operaciones a nivel internacional y luego definir las estrategias que se utilizarán en el plan de marketing, realizando un estudio del mercado donde se va a operar, teniendo claros los objetivos que desea lograr, esto contradice lo que mencionan los encargados de las exportaciones encuestados que manifiestan que es muy escaso el marketing que le dan a sus productos que ofrecen a los mercados internacionales.

En cuanto a la calidad del producto exportado se tiene que las personas encargadas de las exportaciones manifiestan en la encuesta realizada que 66.67% siempre preferiría la calidad del producto que las ganancias y un 26.67% casi siempre preferiría la calidad del producto que las ganancias, esto coincide con lo manifestado por la (ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y LA ALIMENTACIÓN, 2005) donde manifiesta que es necesario garantizar la inocuidad de los alimentos que son exportados, para evitar así la propagación de las enfermedades a través de las E.T.A enfermedades transmitidas por alimentos que causa millones de dólares anuales en asistencias médicas y medicamentos, al igual que es una de las principales causas por las cuales se descartan un 30% de los alimentos que son producidos en el mundo.

V. CONCLUSIONES

- ✓ Se analizó el nivel de conocimiento sobre negocios internacionales que presentan los encargados del área de exportaciones de Empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017, siendo medio a bajo, para las dimensiones analizadas en esta investigación.
- ✓ El nivel de conocimiento sobre negociación internacional que poseen los encargados del área de exportaciones de las Empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017, según los instrumentos evaluados es medio con un 53.94% de respuestas correctas.
- ✓ El nivel de conocimiento sobre legislación comercial internacional que poseen los encargados del área de exportaciones de las Empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017 es medio bajo con un 35.83% de respuestas acertadas.
- ✓ El nivel de conocimiento sobre Marketing internacional que poseen los encargados del área de exportaciones de las Empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017 es medio bajo con un 33.33% de las respuestas correctas.
- ✓ El nivel de conocimiento sobre logística internacional que poseen los encargados del área de exportaciones de las Empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017, es medio bajo con un 30% de las respuestas correctas.
- ✓ El nivel de conocimiento sobre calidad del producto que poseen los encargados del área de exportaciones de las Empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017 es medio bajo con un 26.67% de las respuestas correctas

VI. RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda realizar una investigación sobre el nivel de conocimientos con el que egresan los estudiantes de negocios internacionales de las distintas Universidades del País.
- ✓ Se recomienda realizar una investigación sobre la calidad de la información sobre negocios internacionales con las que cuentan las bibliotecas generales y especializadas de las Universidades sobre negocios internacionales.
- ✓ Se recomienda realizar una investigación sobre los requerimientos del mercado sobre las características que busca en el personal egresado de las carreras de negocios internacionales de las distintas Universidades.
- ✓ Se recomienda que el personal encargado de las exportaciones tengan constante capacitaciones referente a los temas de negocios internacionales

VII. REFERENCIAS

- ✓ ANDRADE MIMBELA, C. A. (2015). *Gestión logística en las operaciones de transporte internacional para el desarrollo del comercio en el Puerto del Callao*. Lima - Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- ✓ BLASCO LOPEZ, F. (2000). *Aprendizaje y marketing: investigación experimental del juego de simulación como método de aprendizaje*. Madrid - España: Universidad Complutense de Madrid.
- ✓ CONGRESO DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ. (2007). *Ley que facilita el comercio Exterior*. Lima - Perú: Congreso de la República del Perú.
- ✓ EXTENDA AGENCIA ANDALUZA DE PROMOCIÓN S.A. (2012). *Manual de Comercio Internacional*. Andalucía - España: Extenda - Agencia Andaluza de Promoción S.A.
- ✓ Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2015). *metodología de la Investigación* (6ta ed.). México, México: MC Graw Hill.
- ✓ LLAMAZARES GARCÍA -LOMAS, O. (2015). *Negociación Internacional*. Madrid - España: Global Marteking Strategies SL.
- ✓ Nokata, I., & Takeuchi, H. (1995). *La organización creadora de conocimiento*. New York - USA.: Oxford University Press.
- ✓ PROMPERU. (2015). *Guía de requisitos de acceso de alimentos a china*. Lima - Perú: PromPerú.
- ✓ Serrano Moreno, L. (2013). *Competitividad Internacional: Un enfoque empresarial*. Bogotá - Colombia: Administración de Negocios Internacionales, Integrante del Semillero de Investigación de la Escuela de Negocios. Fundación Universitaria Konrad Lorenz.

VIII. ANEXOS

Anexo N° 01:

TEST SOBRE CONOCIMIENTOS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES.

El presente test se realiza con la finalidad de recabar información sobre negocios internacionales como parte de un trabajo de tesis en la Universidad César Vallejo, filial Piura.

1. Que acuerdos Comerciales mantiene el Perú actualmente.
 - a. Merco Sur
 - b. T.L.C.
 - c. Organización mundial del Comercio
 - d. A Y B
 - e. T.A.
2. El tratado de libre comercio con China nos permite exportar a este País lo siguiente:
 - a. Hilados de pelo fino
 - b. Calamar
 - c. Uvas frescas
 - d. B y C
 - e. T.A
3. Dentro de la documentación necesaria para poder exportar se encuentra la siguiente:
 - a. Factura comercial, factura consular, lista de empaque, certificado de origen.
 - b. Factura consular, cotización, certificado de inspección, certificado de seguro
 - c. Cotización, certificado de seguro, documento de transporte
 - d. Lista de Empaque, certificado del riesgo de importar, seguro social
 - e. N.A
4. Cuáles pueden ser considerados como componentes de la cadena de logística
 - a. Producción, distribución y ventas
 - b. Aprovisionamiento, producción y distribución
 - c. Ventas, distribución y clientes
 - d. Almacenes, ventas y distribución
 - e. T. A
5. A continuación, se muestran una serie de datos sobre el tiempo de travesía de una carga embarcada desde el Callao hasta distintos puertos mencionar cual es la correcta:
 - a. New York: 17 días, Montreal: 21 días, Hamburgo: 24 días, Rotterdam: 24 días
 - b. New York: 10 días, Montreal:23 días, Hamburgo: 28 días, Rotterdam: 26: días
 - a. New York: 17 días, Montreal:22 días, Hamburgo: 26 días, Honkong: 32 días
 - c. New York: 17 días, Hong Kong: 32 días, Hamburgo: 24días, Montreal: 21 días
 - d. A y b
 - e. A y c
6. Son requisitos para poder exportar a china
 - a. Embalaje en madera, lista de aditivos en contacto con alimentos, certificado del lugar de producción, certificación de planta de empaque.
 - b. Etiqueta debe ser fácilmente legible y duradera, Exentos de salmonela,
 - c. Embalaje en cartón, certificado del lugar de producción, etiqueta de colores tenues, presentar salmonela <100 UFC/g o ml.
 - d. A y b

- e. b y c
- 7. Son controles establecidos por la FDA para el ingreso de alimentos para el consumo humano a Estados Unidos.
 - a. Análisis de peligros y Controles preventivos, monitoreo ambiental, controles alérgenos.
 - b. Sistema de producción rápido, Límites máximos de residuos de plaguicidas, una etiqueta bonita.
 - c. Límites máximos de residuos de plaguicidas, tabla de nutrición, declarar propiedades de salud, cumplir ley antiterrorismo.
 - d. A y C
 - e. T.A.
- 8. Según Usted cuales son las características que todo negociador internacional debe de tener.
 - a. Amable, formal, establecer los objetivos a medida que uno va negociando, no permitir que la otra parte se manifieste.
 - b. Conocimiento en la materia que negocia, tener claros los objetivos que se persiguen, valorar y escuchar la información de la otra parte.
 - c. Buscar el beneficio de su empresa sin importar más, escuchar y desechar información que no está con sus objetivos, conocer sus objetivos.
 - d. Cerrar el trato lo más antes posible, saber escuchar, conocer la ley de su país, valorar la información de la otra parte.
 - e. T.A.
- 9. Son países considerados competitivos en el fondo y en la forma en las negociaciones internacionales.
 - a. Perú, Chile, Estados Unidos.
 - b. Estados Unidos, Italia, Holanda.
 - c. China, Rusia, Israel.
 - d. Canada, Japón y los pases Nordicos.
 - e. N.A
- 10. Requisitos para gozar del beneficio DRAWBACK.
 - a. Ser una empresa solo comercializadora, Haber pagado derechos arancelarios por un insumo que forma parte del producto final, exportar el producto al extranjero.
 - b. Ser una empresa productora - exportadora, haber pagado derechos arancelarios por un insumo que forma parte del producto final.
 - c. Ser una empresa Exportadora, No haber pagado derechos arancelarios por un insumo que forma parte del producto final, indicar en el DAM acogerse a este beneficio.
 - d. Ser una empresa extranjera, no contar con RUC, importar un insumo parte del producto final.
 - e. N.A
- 11. Sobre el arbitraje internacional.
 - a. Se da una vez superadas sin éxito la fase de negociación entre las partes, son rápidos.
 - b. Presenta una calidad técnica, confidencialidad.
 - c. Son más lentos que las soluciones judiciales, se parcializan.
 - d. A y b
 - e. T.A.

12. Son factores de los cuales depende la fijación del precio de un producto.
 - a. Competencia, demanda, tipos de cambio, costos de producto, mano de obra.
 - b. Demanda, cambio climático, estación del año, sabor del producto
 - c. Ciclo de vida del producto, licencias administrativas, potenciales clientes.
 - d. A y b
 - e. A y c
13. El factor económico de un país nos indica
 - a. El poder de compra de la población
 - b. El grado de consumo y los ingresos
 - c. La distribución Económica
 - d. El nivel de ingresos y la distribución económica
 - e. T.A.
14. El entorno cultural de un país es esencial para conocer
 - a. Para conocer al público objetivo
 - b. Para conocer las costumbre y hábitos de los consumidores
 - c. Para entender al consumidor
 - d. Para realizar publicidad
 - e. N.A.
15. El entorno político influye en las.
 - a. Políticas monetarias
 - b. La estabilidad política
 - c. La actitud ante las compras internacionales
 - d. A y b
 - e. T.A.
16. Identificar y conocer los diferentes factores de un mercado nos sirve en marketing internacional para.
 - a. Tener conocimiento del sector
 - b. Hacer publicidad eficientemente
 - c. Disminuir los errores al mínimo conociendo el sector en el que queremos incursionar
 - d. Tener conocimiento de un país para vender nuestros productos.
 - e. N.A.
17. La intervención política de un país se puede definir como una decisión que toma el gobierno del país que puede forzar un cambio en las operaciones políticas, estrategias de una empresa extranjera.
 - a. Verdadero
 - b. Falso
18. Las Restricciones a las exportaciones no sirve para el apoyo de las industrias locales.
 - a. Verdadero
 - b. Falso
19. El entorno político de un país se debe de tener en cuenta en marketing internacional por qué.
 - a. Las políticas gubernamentales pueden cambiar rápidamente afectando los intereses o patrimonio de las organizaciones.
 - b. Las políticas gubernamentales no pueden cambiar rápidamente y no afectan los intereses o patrimonio de las organizaciones.
 - c. Las políticas gubernamentales pueden cambiar rápidamente sin afectar los intereses o patrimonio de las organizaciones.
 - d. A y c
 - e. N.A.

20. Los negociadores competitivos se relacionan en el ámbito profesional y personal buscando el componente emocional del negocio.

a. Verdadero b. Falso

RESPUESTAS:

1. E
2. E
3. A
4. B
5. E
6. D
7. D
8. B
9. C
10. B
11. D
12. E
13. D
14. B
15. E
16. C
17. A
18. B
19. A
20. A

Anexo N° 02: ENCUESTA SOBRE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Esta Encuesta tiene Fines meramente educativos, como parte de la tesis de grado, se ruega a los participantes responder de forma objetiva todos los campos.

N°	INTERROGANTE	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	nunca
1	¿Los productos que su Empresa fabrica son exportados en su totalidad?					
2	¿Cree Usted que los acuerdos comerciales a los que ha llegado el Perú con otros países benefician a los exportadores peruanos?					
3	¿La legislación actual creen que beneficie a los exportadores?					
4	¿Cuentan Ustedes con un procedimiento para fijar el costo de los productos que exportan?					
5	¿Han sufrido alguna vez una pérdida de dinero producto de una negociación internacional?					
6	¿Cree usted que el internet es el medio que más utilizan para hacer los negocios internacionales?					
7	¿Ustedes realizan directamente la parte logística de las exportaciones?					
8	¿Considera Usted que es más beneficioso contratar a un servicio de operador logístico?					
9	¿Cree Usted que es más benéfico utilizar un servicio aduanero?					
10	¿Cree Usted que las competencias de otros países captan mayor parte del mercado internacional?					
11	¿Cree Usted que los productos que exportan tienen una calidad mayor a la de la competencia de otros países?					
12	¿Usted Hace uso de los beneficios arancelarios y aduaneros, como el Drawback y la devolución del IGV?					
13	¿Cuentan ustedes con un plan de marketing para promocionar sus productos en el extranjero?					
14	¿Manejan el personal que labora en su área de exportaciones el inglés como idioma más utilizado comercialmente?					
15	¿Cree Usted que la legislación peruana es muy exigente para las empresas que quieren exportar?					
16	¿Cree Usted que existan riesgos por falta de pago de los clientes en los negocios internacionales?					
17	¿Utilizan un Dealer en el extranjero que se encarga de realizar los negocios internacionales para comercializar su producto?					
18	¿Sus productos son exportados por vía marítima?					
19	¿Cree Usted que es más importante mantener la calidad del producto que obtener ganancias?					
20	¿Cree Usted que sería una ventaja realizar una negociación internacional conjunta con los demás productores de su sector?					
21	¿Puede confiar en la empresa extranjera al momento de realizar una negociación?					
22	¿Usted para completar un pedido haría alianzas con otras empresas del sector en el Perú?					
23	¿Cuál de los continentes a los que exporta piensa que es más fácil realizar negocios?	ASIA	EUROPA	AMERICA	AFRICA	OCEANIA

Anexo N° 03: Base de Datos de evaluación para medir el nivel de conocimiento de los encargados de exportaciones sobre Negocios Internacionales en empresas agroindustriales.

	EMPRESA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
N°	RESPUESTA CORRECTA	E	E	A	B	E	D	D	B	C	B	D	E	D	B	E	C	A	B	A	A
1	ALP	B	D	B	B	D	A	A	B	C	B	D	A	C	C	D	D	B	B	A	A
2	RAPEL SAC	E	D	A	D	E	A	D	D	A	B	A	A	D	A	E	C	A	B	A	A
3	SUNSHINE	C	C	C	D	C	C	D	B	B	B	B	A	C	C	C	D	B	A	C	A
4	VIRU	E	C	C	D	B	C	A	B	C	B	B	E	E	C	D	D	B	A	B	A
5	AGRÍCOLA SAN JOSÉ	E	D	D	C	B	C	A	B	C	B	B	E	D	C	B	D	B	B	D	A
6	BOSS	C	C	B	C	A	B	B	B	C	B	B	B	C	C	B	D	A	A	D	A
7	CEPIBO	B	B	A	D	B	A	A	B	A	B	B	E	D	A	C	B	B	A	C	A
8	SOCIEDAD AGRÍCOLA SATURNO S.A.	B	D	B	C	D	A	D	B	A	B	B	A	D	C	C	C	B	B	A	A
9	AGRÍCOLA VICUS	E	E	B	C	D	A	A	B	C	B	D	A	E	C	D	D	B	A	A	A
10	CAMPOSOL S.A.	A,B	E	A	B	E	D	D	B	B	C	D	E	C	C	D	C	A	B	A	A
11	SOCIEDAD AGRÍCOLA SAN JUAN	A,B	C	B	B	E	D	E	B	C	C	D	E	C	C	B	C	A	A	D	A
12	AGROFRUTOS EXPORT	A,B	D	C	A	C	C	E	B	C	B	A	E	E	C	D	E	A	B	D	A
13	ENZAFRUIT	E	D	C	B	E	E	D	B	C	B	D	A	E	B	E	A	A	B	A	A
14	FUNDO VALDEZ SAC	A,B	E	A	D	A	E	E	B	B	B	B	E	E	C	D	C	A	A	B	A
15	ECOLOGIAL CORPORATIONS	E	D	C	B	D	E	D	E	C	B	B	E	D	C	B	D	A	B	A	A

ELABORACIÓN PROPIA.

Anexo N° 03: Base de Datos numérica de evaluación para medir el nivel de conocimiento de los encargados de exportaciones sobre Negocios Internacionales en empresas agroindustriales.

N°	EMPRESA	PREGUNTA																				TOTAL
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1	ALP	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	8
2	RAPEL SAC	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	12
3	SUNSHINE	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4
4	VIRU	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	6
5	AGRÍCOLA SAN JOSÉ	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	8
6	BOSS	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	5
7	CEPIBO	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	6
8	SOCIEDAD AGRÍCOLA SATURNO S.A.	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	8
9	AGRÍCOLA VICUS	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	8
10	CAMPOSOL S.A.	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	14
11	SOCIEDAD AGRÍCOLA SAN JUAN	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	10
12	AGROFRUTOS EXPORT	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	7
13	ENZAFRUT	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	14
14	FUNDO VALDEZ S.AC	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	8
15	ECOLOGIAL CORPORATIONS	1	0	0	1	0		1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	11
	SUMA	6	3	4	5	4	2	6	13	9	13	5	8	5	1	2	5	8	8	7	15	129

ELABORACIÓN PROPIA.

Anexo N° 05: Tabla de evaluación para medir el nivel de conocimiento de los encargados de exportaciones sobre Negocios Internacionales en empresas agroindustriales por alternativas de respuestas.

	PREGUNTA																			
ALTERNATIVA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
A	0	0	4	1	2	5	5	0	3	0	2	6	0	2	0	1	8	7	7	15
B	3	1	5	5	3	1	1	13	3	13	8	1	0	1	4	1	7	8	2	0
C	2	4	5	4	2	4	0	0	9	2	0	0	5	12	3	5	0	0	2	0
D	0	7	1	5	4	2	6	1	0	0	5	0	5	0	6	7	0	0	4	0
E	6	3	0	0	4	3	3	1	0	0	0	8	5	0	2	1	0	0	0	0
AB	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ABC	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ABCD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUMA	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15

ELABORACIÓN PROPIA.

Anexo N° 06: Base de Datos sobre encuesta a empresas sobre negocios internacionales.

N°	EMPRESA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	TOTAL
1	ALP	5	3	2	5	5	2	3	4	4	3	4	4	2	3	2	4	2	5	5	3	2	3	5	80
2	RAPEL SAC	4	5	3	5	3	5	4	5	4	3	5	5	3	4	3	2	3	5	3	4	3	4	4	89
3	SUNSHINE	4	3	2	4	3	2	4	5	4	3	3	5	2	4	4	3	2	5	4	3	3	3	5	80
4	VIRU	5	2	3	4	3	2	3	5	5	3	3	5	2	3	4	3	2	5	5	3	3	3	3	79
5	AGRÍCOLA SAN JOSÉ	4	3	3	5	3	2	4	4	5	3	4	5	2	3	4	4	1	5	5	3	2	3	4	81
6	BOSS	5	3	4	5	3	2	4	4	4	3	4	4	2	3	2	4	2	5	5	3	3	4	4	82
7	CEPIBO	5	2	2	4	1	3	4	4	3	3	4	5	1	2	3	3	1	5	4	2	4	3	4	72
8	SOCIEDAD AGRÍCOLA SATURNO S.A.	4	2	3	4	3	2	3	4	4	3	4	5	2	3	3	2	2	5	5	3	3	2	3	74
9	AGRÍCOLA VICUS	4	2	3	5	3	1	3	5	5	3	5	5	3	3	3	2	1	5	5	3	3	1	4	77
10	CAMPOSOL S.A.	4	3	3	5	2	2	4	4	4	3	4	5	1	4	3	3	2	5	5	4	3	3	5	81
11	SOCIEDAD AGRÍCOLA SAN JUAN	4	5	4	5	2	2	1	5	5	2	5	5	1	3	3	3	2	5	4	3	2	3	5	79
12	AGROFRUTOS EXPORT	4	3	2	4	3	2	2	4	5	4	5	3	1	3	4	4	2	5	4	3	2	3	4	76
13	ENZAFRUT	4	5	3	4	3	5	3	4	4	3	5	4	1	3	2	2	2	4	5	3	4	5	4	82
14	FUNDO VALDEZ SAC	5	3	3	4	3	2	2	4	4	2	2	4	2	3	3	5	2	5	5	3	2	3	5	76
15	ECOLOGIAL CORPORATIONS	5	4	4	5	1	3	4	3	5	3	5	5	5	5	4	3	3	5	5	3	4	5	3	92

Fuente: Encuestas realizadas a Empresas que realizan operaciones de exportación en la Provincia de Sullana.

Anexo N° 06: Respuestas de la Encuesta sobre negocios internacionales a Empresas que realizan operaciones de exportación en la Provincia de Sullana.

ALTERNATIVA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
SIEMPRE	40.00	20.00	0.00	53.33	6.67	13.33	0.00	33.33	40.00	0.00	40.00	66.67	6.67	6.67	0.00	6.67	0.00	93.33	66.67	0.00	0.00	13.33	33.33
CASI SIEMPRE	60.00	6.67	20.00	46.67	0.00	0.00	46.67	60.00	53.33	6.67	40.00	26.67	0.00	20.00	33.33	26.67	0.00	6.67	26.67	13.33	20.00	13.33	46.67
ALGUNAS VECES	0.00	46.67	53.33	0.00	66.67	13.33	33.33	6.67	6.67	80.00	13.33	6.67	13.33	66.67	46.67	40.00	13.33	0.00	6.67	80.00	46.67	60.00	20.00
CASI NUNCA	0.00	26.67	26.67	0.00	13.33	66.67	13.33	0.00	0.00	13.33	6.67	0.00	46.67	6.67	20.00	26.67	66.67	0.00	0.00	6.67	33.33	6.67	0.00
NUNCA	0.00	0.00	0.00	0.00	13.33	6.67	6.67	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	33.33	0.00	0.00	0.00	20.00	0.00	0.00	0.00	0.00	6.67	0.00
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fuente Tabla Anexo N° 05

“ANÁLISIS DEL NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE NEGOCIOS INTERNACIONALES QUE PRESENTAN LOS ENCARGADOS DE LAS EXPORTACIONES EN LAS EMPRESAS AGROEXPORTADORAS DE SULLANA EN EL AÑO 2017”

INFORME DE ORIGINALIDAD

13%

INDICE DE SIMILITUD

12%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de [Internet](#)

4%

2

www.slideshare.net

Fuente de [Internet](#)

1%

3

alicia.concytec.gob.pe

Fuente de [Internet](#)

1%

4

srvnetappseg.up.edu.pe

Fuente de [Internet](#)

1%

5

repositorio.up.edu.pe

Fuente de [Internet](#)

1%

6

www.infosol.com.mx

Fuente de [Internet](#)

1%

7

docplayer.es

Fuente de [Internet](#)

1%





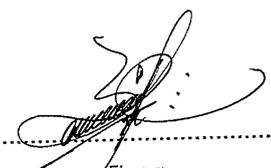
ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 08
Fecha : 12-09-2017
Página : 19 de 30

Yo, **VICTOR RAUL TULLUME CAPUÑAY** docente de la Facultad CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional **NEGOCIOS INTERNACIONALES** de la Universidad César Vallejo Filial PIURA (precisar filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada **“ANÁLISIS DEL NIVEL DEL CONOCIMIENTO SOBRE NEGOCIOS INTERNACIONALES QUE PRESENTAN LOS ENCARGADOS DE LAS EXPORTACIONES DE LAS EMPRESAS AGROEXPORTADORAS DE SULLANAS EN EL AÑO 2017.”**, del estudiante **HEREDIA MONTENEGRO PIERO ALESSANDRO** constato que la investigación tiene un índice de similitud de **13 %** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó 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.

Lugar y fecha: Piura, 22 de diciembre 2017


Firma
VICTOR RAUL TULLUME CAPUÑAY
DNI: 02788696



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE
TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL
UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 07
Fecha : 12-09-2017
Página : 18 de 18

Yo **HEREDIA MONTENEGRO, PIERO ALESSANDRO** identificado con DNI N° 48355065, egresado de la Escuela Profesional de **NEGOCIOS INTERNACIONALES** de la Universidad César Vallejo, autorizo (X) no autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado **“ANÁLISIS DEL NIVEL DEL CONOCIMIENTO SOBRE NEGOCIOS INTERNACIONALES QUE PRESENTAN LOS ENCARGADOS DE LAS EXPORTACIONES DE LAS EMPRESAS AGROEXPORTADORAS DE SULLANA EN EL AÑO 2017.”**; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....



 FIRMA

DNI: 48355065

FECHA: ..18. de...01... del 2017.



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)
Rueda Montenegro Rivas Alessandro
D.N.I. : *48355065*
Domicilio : *Santa Ana 398 Urb. Santa Rosa*
Teléfono : Fijo : *525509* Móvil *973198608*
E-mail : *Ruedamontenegro@gmail.com*

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:
 Tesis de Pregrado
Facultad : *Ciencias Empresariales*
Escuela : *Negocios Internacionales*
Carrera : *Negocios Internacionales*
Título : *Análisis del nivel de conocimiento sobre Negocios Internacionales que presentan los encargados de las exportaciones en las empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017*
 Tesis de Post Grado
 Maestría Doctorado
Grado :
Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:
Rueda Montenegro Rivas Alessandro

Título de la tesis:
Análisis del nivel de conocimiento sobre Negocios Internacionales que presentan los encargados de las exportaciones en las empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017
Año de publicación : *2019*

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,
Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.
No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma : 

Fecha: *03/02/19*





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
La Escuela Profesional de Negocios Internacionales, Dra. Blanca Lina Alvarez Lujan

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Heredía Montenegro Piero, Alessandro

INFORME TITULADO:

“Análisis del nivel de conocimiento sobre Negocios Internacionales que presentan los encargados de las
exportaciones de las empresas agroexportadoras de Sullana en el año 2017”

- PARA OBTENER EL GRADO O TÍTULO DE:

Licenciado en Negocios Internacionales

SUSTENTADO EN FECHA: Piura, 19 de noviembre de 2018

NOTA O MENCIÓN: 17 diecisiete

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN

