



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**PERFIL DEL EMPRESARIO PRODUCTOR DE DERIVADOS DE
ALGARROBO DE PIURA PARA LA EXPORTACION AL
MERCADO DE ESTADOS UNIDOS, 2018**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORA:

NIZAMA PASACHE, MAIRA JAZMIN

ASESOR:

DR. MARQUEZ CARO, ORLANDO JUAN

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA – PERÚ

2018

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) Maira Jazmín Nizama Pasache, cuyo título es: Perfil del empresario productor de derivados de algarrobo de Piura para la exportación al mercado de Estados Unidos, 2018.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de:¹⁴ (número)
^{CATORCE}.....(letras).

Lima¹².....de ^{Julio}.....del 20.¹⁸



.....
 PRESIDENTE

^{L.M.A.}
 M^g. CARLOS ANDRÉS
 GUERRA BENDER

.....
 SECRETARIO

M^g. VIVIAN ISABEL
 ROMANS FRANCO

.....
 VOCAL

DR. ORLANDO MARQUEZ CARO

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Dedicatoria

A Dios, por guiarme por el camino de la sabiduría, a mis padres por brindarme todo su apoyo incondicional y a mis amigos por alentarme a seguir adelante.

Agradecimiento

A la Universidad Cesar Vallejo, por brindarle a muchos jóvenes la oportunidad de ser más competitivos laboralmente, a los asesores por el acompañamiento, a mis padres por el sacrificio de trabajar arduamente para poder brindarme la oportunidad de crecer y ser un profesional, por su apoyo incondicional y a los empresarios que apoyaron en la realización de esta investigación

Declaratoria de Autenticidad

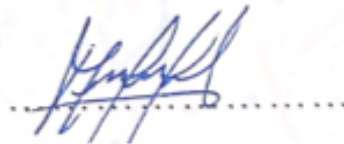
Yo, Maira Jazmin Nizama Pasache estudiante de la carrera de negocios internacionales de la universidad Cesar Vallejo, identificado con DNI N° 72497474, con la tesis titulada Perfil del empresario productor de derivados de algarrobo de Piura para la exportación al mercado de Estados Unidos, 2018.

Declaro bajo juramento que:

La tesis es de mi autoría, por lo tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente. La tesis no ha sido auto plagiado: es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico o título profesional.

Los datos presentados en la discusión son reales, no han sido falseados, ni copiados por lo tanto los resultados que se presentan en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado) piratería (uso ilegal de información ajena), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normativa vigente de la Universidad Cesar Vallejo



Maira Jazmin Nizama Pasache

DNI: 72497474

Presentación

Señores miembros del jurado:

Se presenta la tesis titulada: “Perfil del empresario productor de derivados de algarrobo de Piura para la exportación al mercado de Estados Unidos, 2018 “, para obtener el grado académico de Licenciado en Negocios Internacionales

La tesis consta de seis capítulos, el Primer Capítulo es la Aproximación Temática, el segundo capítulo sobre el Método de la investigación, el tercer capítulo se muestra la Descripción de resultados, el cuarto capítulo se realiza la Discusión de los resultados, el quinto capítulo comprende las conclusiones, en el sexto capítulo, realizamos las recomendaciones como aportes personales. Por último, se presenta las referencias bibliográficas.

El objetivo de la presente investigación es determinar si los factores del perfil del empresario contribuyen al desarrollo de la producción de derivados de Algarrobo de Piura para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos, 2018.

Maira Jazmin Nizama Pasache

ÍNDICE

	Página
Página de Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
I. INTRODUCCIÓN	13
1.1. Aproximación Temática	13
1.2. Marco Teórico	23
1.3. Formulación del Problema	29
1.4. Justificación del estudio	29
1.5. Objetivos	31
II. METODO	32
2.1. Diseño de Investigación	32
2.2. Método de Muestreo	32
2.3. Rigor científico	33
2.4. Análisis Cualitativo de los Datos	33
2.5. Aspectos éticos	33
III. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	34
IV. DISCUSION	50
V. CONCLUSION	55
VI. RECOMENDACIÓN	57
VII. REFERENCIAS	58
ANEXOS	62
Anexo 1: Matriz de categorización	63
Anexo 2: recolecciones de datos de la entrevista a productores y exportadores derivados de Algarrobo en Piura 2018	64
Anexo 3: Instrumento de recolección de datos (entrevista)	70

Anexo 4: Ficha de observación	71
Anexo 5: Cronograma de Aplicación de Entrevistas	72
Anexo 6: organizaciones e instituciones que apoyan y fomentan el emprendimiento empresarial en Piura	73
Anexo 7: Validación de instrumentos	75
Anexo 8: Fotos del centro de producción	78

INDICE DE TABLAS

TABLA 1	Evolución de las exportaciones del producto algarrobo según sus principales presentaciones US\$ 2013 - 2018	15
TABLA 2	Evolución de las exportaciones del producto algarrobo según sus principales mercados US\$ 2013 – 2018	16
TABLA 3	Perfiles básicos de las empresas analizadas	35
TABLA 4	Características Del Empresario	36
TABLA 5A	Otros factores para determinar el perfil del empresario	45
TABLA 5B	Otros factores para determinar el perfil del empresario	46
TABLA 5C	Otros factores para determinar el perfil del empresario	47
TABLA 6	Grado de instrucción y Productividad	48

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1	Evolución de las exportaciones del producto algarrobo según sus principales presentaciones US\$ 2013 - 2018	15
FIGURA 2	Evolución de las exportaciones del producto algarrobo según sus principales mercados US\$ 2013 – 2018	16
FIGURA 3	Volumen de producción de los entrevistados	48

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar los factores del perfil del empresario que contribuyen al desarrollo de la producción de derivados de Algarrobo de Piura para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos, 2018; a través de las diferentes competencias empresariales de cada empresario y las diferentes variables socioculturales que influyen en el emprendedor, para así determinar lineamientos estratégicos y apoyar a las empresas a mejorar su desarrollo empresarial para enfrentarse a los mercados a nivel nacional e internacional.

La presente investigación se llevó a cabo a través de un enfoque cualitativa y utilizo el diseño Teoría Fundamentada que nos permitió obtener los objetivos de la tesis, para la recolección de datos se utilizó la técnica de la entrevista, para luego ser analizado de acuerdo a las categorías planteadas, sustentando también con el análisis de fuentes documentales a efectos de obtener mayor información para responder a los objetivos planteados. Luego del respectivo análisis de los resultados obtenidos se llegó a la conclusión que los factores del perfil del empresario de derivados de algarrobo son muy importantes para la generación de oportunidades para sus negocios, pero no comparten características homogéneas en el nivel educativo, las actitudes y características que presentan en los momentos de tomar las decisiones y sus antecedentes laborales han sido base fundamental para el desarrollo de su empresa.

Palabras claves: perfil del empresario, producción, exportación y nivel de vida.

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the profile factors of the entrepreneur that contribute to the development of Algarrobo derivatives production of Piura for export to the United States market, 2018, through the different entrepreneurial skills of each entrepreneur and the different sociocultural variables that influence the entrepreneur, in order to determine strategic guidelines and support companies to improve their business development to face markets at national and international level.

The present investigation was carried out through a qualitative approach and I use the Grounded Theory design that allowed us to obtain the objectives of the thesis, for the data collection we used the interview technique, to be analyzed according to the categories raised, also supporting the analysis of documentary sources in order to obtain more information to respond to the objectives set. After the respective analysis of the results obtained, it was concluded that the factors of the entrepreneur profile of algarrobo derivatives are very important for the generation of opportunities for their businesses, but they do not share homogeneous characteristics in the educational level, attitudes and characteristics They present at the time of making decisions and their work history have been fundamental basis for the development of your company.

Keywords: entrepreneur profile, production, export and carob.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Aproximación Temática

Fomentar el emprendimiento es uno de los factores que todo gobernante alrededor del mundo estimula para la creación de una empresa, ya que tienen una relación directa con el crecimiento económico y el desarrollo social de las comunidades.

Para el efecto mostraremos como se presenta el emprendimiento en los diferentes ámbitos. Tous (2017, p. 4) el sector del algarrobo en España (garrofa) se ha caracterizado por su lenta organización, se agrupan por partes, las productoras, las troceadoras y las transformadoras del algarrobo. Con el propósito de mejorar y acelerar su comercialización e imagen en el año 2012 con el apoyo de diferentes organizaciones se constituyó la asociación “Empresas Innovadoras De La Garrofa” que comercializan el 70% de la cosecha de España. La aparición de esta organización favorece y fomenta la imagen positiva del algarrobo y sus derivados, influyendo en el cuidado del medio ambiente, sostenibilidad y salud. Así mismo Sotomayor (2015, p. 29) en la provincia de Santa Elena en Ecuador existe entre su territorio amplia diversidad de vegetales entre ellos arboles de algarrobo, el mercado de la elaboración de productos con este fruto se encuentra poco explotado pero que tiende a ser un gran generador de ingresos y fuentes de empleo para los pobladores, se propone la implementación de una empresa productora de café de algarroba, el estudio revela que es muy viable y rentable el proyecto y que permitirá incrementar las oportunidades laborales de la comunidad.

En nuestro país, el aprovechamiento de los recursos del bosque seco del norte del Perú (el algarrobo) fue uno de los programas de desarrollo propuesto por distintas organizaciones, Universidad de Piura, Gobierno Regional entre otras para con las comunidades, que a lo largo de los años permitió obtener nuevas fuentes económicas que aporten al desarrollo económico y el nivel de vida de los pobladores y también que estas fuentes sean recursos renovables aprovechando las ventajas naturales de nuestro país.

Debido a los últimos tiempos en el consumo alimenticio mundial se está priorizando obtener alimentos más saludables y amigables con el medio ambiente, y una de estas priorizaciones es el consumo de productos naturales, y con los recursos que nos brinda el bosque seco del Perú es importante apostar por su aprovechamiento.

Sin embargo, existen precarias investigaciones para el desarrollo de ellas mismas, según el Servicio Nacional Forestal Y De Fauna Silvestre – SERFOR (2017) el Perú cuenta con una extensión de 3.6 millones de hectáreas de bosque seco, que representa el 4.86 % de la extensión territorial del Perú, siendo Piura el departamento con mayor extensión de bosque seco con el 2.8338 %. Teniendo una de las ventajas naturales más apropiadas se debe de aprovechar lo más posible para el desarrollo de los pobladores de sus alrededores, así como lo está comenzando aprovechar Ancash, Lambayeque y Tumbes, debido que el consumo de este factor está en crecimiento a nivel mundial.

A pesar del 44 % de disminución en las exportaciones de derivados de algarrobo en el año 2016 (US\$ 106090,84) respecto de lo alcanzado en el año 2017 (US\$ 59626.15) el algarrobo se presenta como uno de los productos con mayor perspectiva de recuperación y crecimiento, el principal importador es Estados Unidos, seguido por Chile, Holanda, Puerto Rico entre otros, en si son más de trece países que se ha logrado exportar, y se estima que el mercado para los productos se ira expandiendo mediante las firmas de diferentes acuerdos comerciales que el estado peruano está logrando obtener. No existen cifras exactas de la demanda de los productos en el mercado interno, pero se puede apreciar que va en aumento, esto debido a la participación en la promoción por parte de los gobiernos regionales y autoridades privadas, mediante el impulso y apoyo, asistencia a festividades realizadas tanto para la producción y comercialización de los productos a, como para el consumo para las familias peruanas. La siguiente tabla con los datos que consigna las exportaciones de los derivados de algarrobo nos permite una mayor apreciación de lo expuesto.

Tabla N° 1

Evolución de las exportaciones del producto algarrobo según sus principales presentaciones US\$ 2013 - 2018

Presentación	2013	2014	2015	2016	2017
Polvo	6263.24	9829.37	69515.53	59955.3	12640.22
Miel	480	5.37	10.08	2602	6079.76
Natural	1835.69	9656.37	1699.12	1040.9	943.7
Jarabe	0	11	0	0	1.5
Extracto	0	577.8	404.46	0	0
Otras Presentaciones	44869.55	30417.29	34974.01	42075.64	39960.97

Fuente: SUNAT

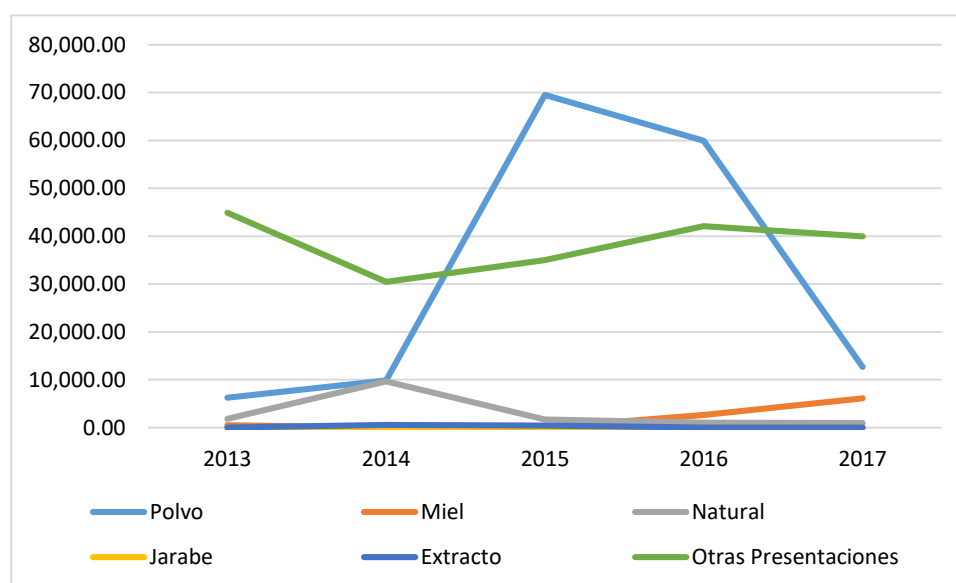


Figura N° 1. Evolución de las exportaciones del producto algarrobo según sus principales presentaciones US\$ 2013 – 2018

Tabla N° 2*Evolución de las exportaciones del producto algarrobo según sus principales mercados*

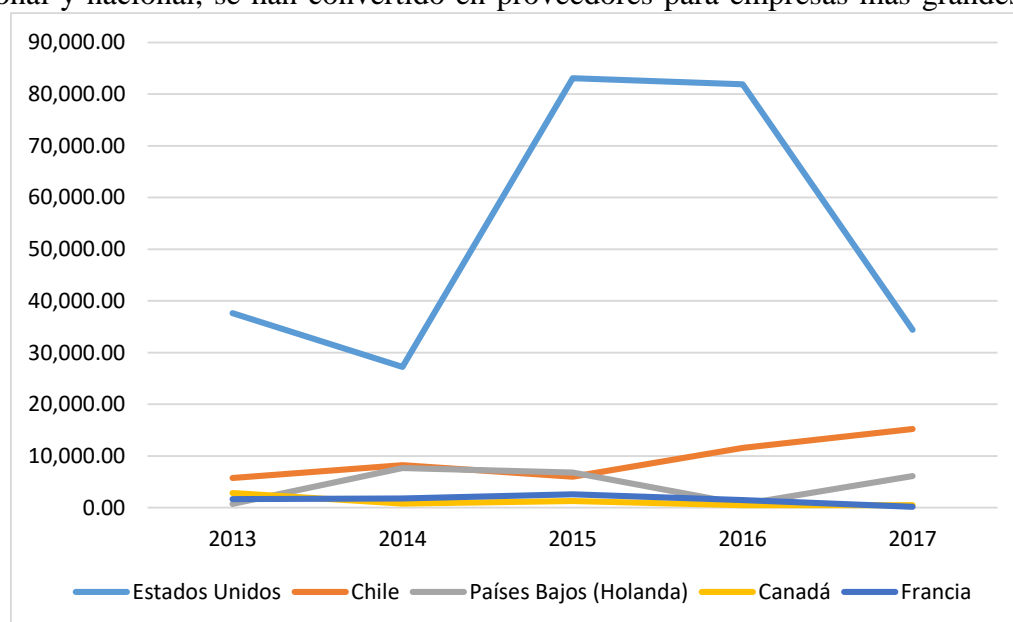
Países	2013	2014	2015	2016	2017
Estados Unidos	37,624.45	27,244.10	83,092.87	81,889.12	34,393.30
Chile	5,715.79	8,192.66	5,988.28	11,580.08	15,204.47
Países Bajos (Holanda)	691.32	7,685.04	6,764.16	681.00	6,079.76
Canadá	2,817.11	808.03	1,254.30	485.13	454.28
Francia	1,651.65	1,777.04	2,556.63	1,446.00	178.84

US\$ 2013 – 2018

Fuente: SUNAT

Figura N° 2. Evolución de las exportaciones del producto algarrobo según sus principales mercados US\$ 2013 – 2018

En los distritos del departamento de Piura, se ha observado un crecimiento de las pequeñas y medianas empresas dedicadas a la producción de los derivados de algarrobo. La mayoría de las empresas dedicadas a este rubro comercializan sus productos a nivel regional y nacional, se han convertido en proveedores para empresas más grandes que



comercializan los productos del algarrobo a una escala más grande, logrando la salida de los productos al mercado internacional. Los productores realizan el proceso de elaboración de forma artesanal con un bajo nivel de tecnología y se encuentran muy aislados unos de otros en los distintos distritos que conforman el departamento de Piura, convirtiéndose en barreras para potenciar el crecimiento de estas pequeñas y medianas empresas.

La exportación de los derivados de algarrobo en Piura se ha realizado por parte de las empresas Santa Maria de Locuto y Ecobosque ubicadas en el distrito de Tambo Grande formadas por un grupo de pobladores, siendo Ecobosque la unión de 3 asociaciones de mujeres, han logrado enviar pequeñas cantidades al mercado exterior, el cual varía de acuerdo a cada empresa, los envíos se han realizado en la modalidad directa y a través de intermediarios, que son empresas ubicadas en Lima que realizan pedidos a los productores en Piura y se encargan de realizar el proceso de exportación con su propia marca, pero la salida de estos productos no se ha incrementado a través de los años, según Cruz (2008) estas empresas han logrado exportar a Italia, Estados Unidos y Japón, pero al año 2018 se realizó una visita a los empresarios quienes indicaron que no están realizando ventas al exterior.

Han pasado muchos años y no se logra observar un gran crecimiento de este sector, otros países productores en Latinoamérica están aprovechando la tendencia de productos saludables, para trabajar con el algarrobo. En Piura los productores se encuentran muy dispersos entre sí, existen 3 productores en Locuto del distrito de Tambo Grande, 3 en Castilla, entre otras. El INEI determino que más del 50% de la población Piurana se encuentra en la pobreza, con estas cifras se determina que la población no tiene un nivel de vida alta, y por ende los factores económicos no están aportando en la condición económica y en ese sentido la problemática que se presenta es imprecisa por que no se ha determinado de donde surge la matriz que no permite el desarrollo de este sector productivo.

Para comprender el análisis de esta investigación, se revisaron diversos estudios con temas similares las cuales se detallan a continuación.

Aguirre, Tacza, Valderrama y Vilca (2016) en su investigación “Planeamiento Estratégico del Algarrobo” para obtener el grado de magister en la universidad Pontificia

Universidad Católica del Perú, partió del problema de investigación que las áreas de comercialización de los productores de derivados de algarrobo no están muy desarrolladas, siendo una barrera para su crecimiento en el mercado internacional. Objetivo: es implementar estrategias que permitan mejorar las competencias de exportación para ampliar la penetración en el mercado de Estados Unidos. El investigador desarrollo un tipo de investigación cualitativa. Teniendo como resultado que que la cadena de valor del algarrobo no se encuentra integrada por motivo que se ha descuidado el área de comercialización, siendo así que el producto final no llega al consumidor directo si no es utilizado para la industria de preparación de otros productos. En la investigación se llegó a la conclusión que el Perú presenta un suelo con condiciones favorables naturales para el cultivo de la algarroba, un cultivo cuya necesidad de agua es mínima y crece de manera natural en todo el bosque seco, así mismo otra fortaleza que presenta es que han logrado el ingreso de su producto al mercado internacional como Estados Unidos, Holanda, Alemania, entre otros. Sin embargo, los productores de algarrobo se encuentran dispersos y desorganizados, no logrando agruparse y acceder a beneficios mutuos como acceso a la investigación y desarrollo de nuevos productos de la algarroba. Opinión: una de las cosas que dificulta el crecimiento de las ventas del producto es la accesibilidad a conocimientos de investigación, ya que para alcanzar una venta mayor se necesita que trabajen todos por igual, si todos tuvieran la misma capacidad para su crecimiento, el proceso de cambio seria a corto plazo.

Espinoza y Díaz (2014) en su artículo “Desarrollo de negocios utilizando algarrobo orgánico en las asociaciones de comuneros “Sequion Olmos”, partió del problema ¿Cuál es el potencial industrial y económico del algarrobo en los pobladores de Sequion Olmos? cuyo objetivo es detectar las posibilidades del desarrollo de la Asociación de comuneros “Sequion Olmos” mediante la comercialización y/o industrialización de los árboles de algarrobo y sus componentes, con la metodología desde un enfoque cualitativo con una población de 300 pobladores y muestra de 30 pobladores realizando la recolección de datos a través de la entrevista y encuestas. Obteniendo el resultado: el 99% de encuestados no toman como negocio la comercialización del algarrobo y sus productos derivados para vivir y mejorar su calidad de vida y de los que lo producen se pueden identificar tres tipos: aquellos que valoran el producto obtenido seleccionando la algarroba de mejor calidad con mejores condiciones técnicas; otros que valoran la rentabilidad, y ante un consumidor

que no exige calidad, los productos no son de la mejor calidad; y un tercer grupo que produce dos tipos de algarrobina la pura, mas espesa y oscura y la liquida que demanda menos algarroba y combustible. Las siguientes conclusiones: los pobladores ignoran los múltiples beneficios que obtendrían de la explotación y producción ordenada de los algarrobos y los pobladores desconocen como los medios de comercialización de productos de algarrobo pueden traerle mejores condiciones económicas, por lo que no están muy interesados en ampliar e invertir en su industrialización o comercialización. Opinión: es importante resaltar la negativa de muchos pobladores de emprender un nuevo negocio con un producto que conocen y con una mayor accesibilidad, ya sea por desconocimiento de cómo realizarlo o promedio a no obtener ganancias para poder sobrevivir.

Serra (2016) en su investigación “Estudio del proceso y modelo empresarial asociativo para la producción tecnificada de Algarrobina” planteo como problema de investigación las limitaciones que se presenta en el proceso de elaboración de la algarrobina. El presente trabajo tuvo como objetivo estudiar el proceso de elaboración de algarrobina llevado a cabo por los productores de la región Piura y a partir de ello proponer mejoras tecnológicas viables al proceso. Resultados: los resultados de la encuesta realizada mencionan que las marcas más consumida en la región de Piura son la tacaleña 31.3 %, la española 21.9 %, entre otros, se identificó que esta preferencia es por motivo de la utilización de determinados empaques en la presentación del producto En investigador concluyo que los aspectos como producción y comercialización han mejorado y ha fortalecido la competitividad de las empresas de algarrobo tanto a nivel nacional como internacional. Además el consumo de algarrobina se está acrecentando gracias a la ayuda de entidades y grupos de apoyo del gobierno que promocionan los productos derivados del algarrobo, permitiendo fortalecer y mejorar la comercialización y producción de pequeños productores. Opinión: Gracias al impulso de diversos proyectos la algarrobina está siendo tomada en cuenta para la elaboración de nuevos productos en la industria alimentaria de galletas, cocteles, entre otros y para el uso diario en la alimentación directa de la población, por ello podemos ver que el producto tiene gran aceptabilidad y se puede ir acrecentando.

Avolio (2008) en su investigación “Un estudio exploratorio del perfil de las mujeres empresarias en el Perú” para obtener el grado de doctor en administración estratégica de

empresas en la universidad Pontificia Universidad Católica del Perú, planteo como problema de investigación ¿Cuál es el perfil de las mujeres empresarias en el Perú?, cuyo objetivo es explorar las características de las mujeres empresarias, sus habilidades administrativas/gerenciales y la naturaleza de su empresa. Aplicando la metodología de una investigación cualitativa exploratoria con una población de 154 mujeres empresarias con edades que fluctúan entre los 19 a más de 55 años y 24 aceptaron la realización del proyecto. Siendo el resultado principal: que las mujeres empresarias optan por emprender en diferentes etapas de su vida, tenido diversas responsabilidades familiares como experiencia laboral, como Silvia de Lima que inicio a los 17 años, soltera y sin experiencia laboral, otras mujeres emprendieron con mayor y un avanzada vida laboral como Ruth de Apurímac que emprendió a los 36 años, y así se encontró que el 19% de las mujeres optan por emprender antes de los 35 años, 43% ente los 36 y 45, 25% entre los 46 y 54 y el 12% después de los 55 años. Muchas de ellas han emprendido cuando sus hijos ya eran jóvenes e independientes. La presente investigación tuvo como conclusión que las mujeres empresariales presentan diferentes perfiles demográficos, educativos y laborales, lo que nos permite conocer que la edad, el lugar de nacimiento, el estado civil, el nivel educativos, el tipo de educación y la experiencia laboral no son factores que caractericen a las mujeres empresarias, tener un perfil emprendedor significa la búsqueda de conocimientos para tener un desarrollo económico tanto de hombres como mujeres, que son influenciadas por las mismas variables. Opinión: para emprender un propio negocio no influencia la edad, la educación, el lugar de nacimiento, etc. Sino el esfuerzo de dedicación de cada persona y cuan claras tiene las cosas, para poder progresar también es necesario estar actualizado con los aspectos cambiantes que sufre el mercado de las diferentes industrias.

Salvo (2017) en su investigación realizada “Plan de empresa para la creación de una industria transformadora de algarroba” publicada en la Universidad Politecnica de Valencia, planteo como problema de investigación realizar un plan de empresa para conocer la situación del sector donde se comercializan los productos y averiguar cuáles son las dificultades a las que se enfrentan. Cuyo objetivo es identificar, describir y analizar una oportunidad de negocio, así como la viabilidad económica, técnica y financiera desarrollando estrategias para convertir esta idea de negocio en un proyecto empresarial. Con los resultados: se obtuvo un VAN de 2.854.765,95 € siendo el valor

positivo y una TIR de 13.78% que es superior al coste de financiación por ello se aceptaría realizar la inversión y realización del proyecto, permitiendo recuperar el dinero invertido y obtener beneficio neto. La presente investigación tuvo como conclusión que la idea del negocio contribuye a dar valor al fruto que durante muchos años no se le ha tomado importancia en la zona de levante, a pesar de tener una amplia disponibilidad del producto. Además contribuye que dando importancia a este fruto, su valor monetario aumente y por ende contribuya al desarrollo económico de los productores que trabajan duro para obtener una buena producción, y por último es un negocio que se puede obtener beneficios al poco tiempo de su entrada al mercado, realizando una buena campaña de marketing contribuyendo al bienestar de las personas con productos saludables. Opinión: para crear una empresa es recomendable realizar la evaluación del proyecto para tener un estimado si la empresa sería rentable y sería consolidada con el pasar de los años en el mercado a donde se quiere entrar, pero en el Perú son pocos los que realizan este tipo de evaluación la mayoría de empresas que existen son a base de esfuerzo y creatividad de la persona que lo dirige aplicando sus conocimientos y su experiencia en el campo.

Sotomayor (2015) en su investigación realizada “Evaluación financiera para la elaboración y comercialización de productos derivados de Algarrobo en las comunas de la parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena” para obtener el grado de Magister, planteo como problema de investigación que el apoyo brindado a la provincia de Santa Elena no ha sido ideal, ya que busca mantener los productos tradicionales pero no se ha evaluado la propuesta de comercializar productos que sean alternativos y que tengan acogida no solo a nivel nacional si no también internacional. Considerando su objetivo determinar la demanda insatisfecha existente y conocer la plenitud de la producción y comercialización actual del algarrobo y si es rentable o no darle valor agregado. Con una metodología cuantitativa con una población objetiva de 18.480 personas, con una muestra de 149 personas de la provincia. Obtuvo los resultados: el 90 % de los encuestados están de acuerdo que exista una empresa comercializadora de algarroba, y la aceptación del producto para su consumo es 50%. La evaluación del proyecto sirvió para determinar que el proyecto es rentable y debe ejecutarse como iniciativa para invertir, estimando que el proyecto genere 12 puestos de trabajo directo y unas 35 de forma indirecta. Por ello el investigador llego a la conclusión que los pobladores asociados pueden mejorar sus condiciones económicas obteniendo mayores ingresos, mejorando su estatus de vida las

familias que están directamente involucrados, además este tipo de proyectos hace que se expanda la producción en la provincia de Santa Elena, aprovechando las potencialidades del suelo para crear nuevos productos. Al ser una propuesta nueva los nuevos productos cambian la matriz productiva impulsado por el gobierno regional. Opinión: que un producto sea nuevo no indica que será un fracaso y que no se pueda trabajar para llegar a introducirse en el mercado, no debe de ser un obstáculo el miedo a experimentar en cambios en los productos.

Gil (2017). En su investigación realizada “Asociación entre el perfil del empresario y el éxito en el emprendimiento internacional” publicado en la Revista de Tecnología y Sociedad de la Universidad de Guadalajara, México, planteo como problema de investigación el emprendimiento internacional por las empresas de México es básico, hasta el momento dicho sector y la economía de ese país es dependiente del mercado de Estados Unidos. Cuyo objetivo es identificar, analizar y medir las características o elementos de personalidad de los empresarios considerados exitosos, frente al reto de emprender internacionalmente. Aplicando la metodología de una investigación cualitativa, utilizando el instrumento de investigación el Test Cleaver aplicado a 32 empresarios mexicanos. Los resultados obtenidos dan a conocer que el factor cumplimiento es el más alto que tienen los empresarios con un 78%, eso indica que tienen disposición y capacidad de desarrollar trabajos respetando las normas y procedimientos, el empuje obtuvo un 75% refiriéndose a la capacidad de lograr resultados, aceptar retos y superar los problemas, la influencia con un 53% la habilidad para relacionarse con las personas y motivarlas y la constancia con un 31% a la capacidad de persistir continuamente a una determinada acción, actividad rutinaria. El artículo tuvo como conclusión que existe una asociación entre el perfil del empresario y el emprendimiento exitoso, y que los elementos identificados en el perfil del empresario fueron el empuje, la influencia y cumplimiento, se pudo afirmar que las empresas emprendedoras internacionalmente requieren de ganas para conquistar , vencer el miedo, la burocracias y las piedras que se presenten en el camino, deben ser capaces de influir en su equipo para lograr alcanzar las metas establecidas, ser capaces de cumplir con las demandas del mercado exterior que están enmarcadas por ciertas normas y procedimientos. Opinión: para emprender y llegar al éxito internacional no solo se necesita de inversión financiera

si no de esfuerzo, lucha, empuje y determinación para realizar las actividades del día a día y enfrentar los obstáculos que se presenten en el camino.

1.2. Marco Teórico

1.2.1. Perfil del emprendedor

El ser emprendedor es considerado como una matriz de crecimiento económico e innovación, que afronta situaciones difíciles y tienen un patrón de rasgos psicosociales que la mayoría de emprendedores tienen en común.

Según Carrillo (citado por Jáuregui y Carmona, 2014, p. 22) un emprendedor por definición es una persona que se caracteriza por ser decidido, que afronta riesgos, buscando la viabilidad de su proyecto, utilizando la innovación y creatividad, crea sus propios valores como el compromiso, la perseverancia y el esfuerzo. Por lo tanto, un buen emprendedor ha de reunir un conjunto de actitudes y aptitudes que debe tener en cuenta antes de iniciar su proyecto.

Según Schumpeter (citado por Bucardo, Saavedra y Camarena, 2015, p. 105) un emprendedor es la persona que promueve nuevas innovaciones y los ve como principales promotores para el desarrollo económico y social, este proceso de innovación lo clasifica en tres partes: invención, innovación e imitación. Giurfa (2012, p. 7) menciona que un emprendedor es toda persona que emprende una aventura de viajar por lugares no conocidos, sin ninguna seguridad que después no podría reconocer el camino de regreso, pero con la idea de que esa aventura le puede hacer llegar el primero en algo.

Veciana (1999) determina cuatro enfoques que identifican al emprendedor: el económico; el psicológico, nos permite conocer la personalidad del individuo; socio cultural, permite visualizar el entorno externo a la empresa y el enfoque gerencial, nos ayuda a analizar la continuidad de la empresa luego de que se halla establecido, dependiendo de las estrategias que utilice cada emprendedor.

A. Enfoque económico

Uno de los factores que determina la continuidad de las empresas es la capacidad del capital humano para estar en constante innovación para satisfacer las necesidades de las personas, la cual podríamos mencionar que es el cuarto factor de producción como menciona Say (1840) califica al empresario como

el cuarto factor que tomara en servicio a los demás para que trabajen en su industria, creando así su propia oportunidad.

B. Enfoque psicológico

Kirzner (1979) explica que las personas difieren en su habilidad para ver las oportunidades empresariales, el empresario se encuentra en constante alerta con la búsqueda de oportunidades en un entorno caótico que lo rodea y que todavía nadie ha descubierto, sopesa amenazas, realiza inversión, tiempo y conocimientos para emprender en crear su empresa y que se manifiestan con la posibilidad de un beneficio.

C. Enfoque socio cultural

Hagen (1980) relaciona la conducta empresarial con la inmigración, los inmigrantes de diferentes razas y etnias llegan a cierto país o ciudad no tienen más remedio que crear su propio negocio ya es difícil conseguir un empleo o ejercer su profesión, esto se puede deber a que se sienten marginados, discriminados socialmente. Pero esa discriminación es superada con su actividad empresarial.

D. Enfoque Gerencial

Leibenstein (1968) esta teoría es aplicada para analizar el rol del emprendedor, la eficiencia – X es la ineficiencia en la utilización de los recursos esto es posible midiendo el alcance de los fracasos. La eficiencia – X surge debido a que los recursos con los que cuenta la empresa son utilizados de manera errónea, donde se consumen por exceso o no se consumen. Esto limita el alcance los planes planteados individualmente para explotar las oportunidades y superar las restricciones que se tienen. El autor considera que el emprendedor es una respuesta positiva y creativa para la eficiencia – X, la falta de esfuerzo de algunos agentes y la ineficacia de las empresas que utilizan, crean oportunidades para el emprendedor.

1.2.2. Exportación

Centro de Comercio Internacional (CCI) y Comisión para la Promoción de Exportaciones – PROMPEX (2005, p. 3) definen a la exportación como la salida legal de productos de libre tránsito hacia el exterior, para su uso o consumo

definitivo. Desde el punto de vista comercial, es el conjunto de operaciones resultantes de un acuerdo basado en la aceptación de un contrato de compra-venta internacional, previamente negociado y aceptado entre un vendedor (exportador) y un comprador (importador), que conduce a la transferencia de la propiedad y derecho de uso de las mercancías.

Claver y Quer (2000, pp. 37) define a la exportación como una alternativa que utilizan muchas empresas para iniciar su expansión internacional, la manera más sencilla de abordar la entrada a un mercado exterior.

Daniels, Radebauch y Sullivan (2010, p. 483) considera que “la exportación es la venta de bienes o servicios producidos por una empresa con sede en un país a clientes que residen en otro país”.

Las exportaciones se encuentran divididas en exportaciones tradicionales y no tradicionales. Las exportaciones en el Perú han representado gran parte del valor de las exportaciones realizadas a lo largo de la historia del comercio internacional que realiza nuestro país, debido a que tiende a tener un valor agregado menor a los productos no tradicionales.

Banco central de la Reserva del Perú BCRP (2012, P.193) hace mención que “las exportaciones no tradicionales representan a los productos de exportación que tienen cierto grado de transformación o que han aumentado su valor agregado”.

Daniels, Radebauch y Sullivan (2013, p. 494) menciona que las características de los exportadores, el esfuerzo por dar a conocer el comercio internacional ha acelerado el reconocimiento de las características de los exportadores exitosos. Encontrar estos atributos ayudará a las empresas a desarrollar sus competencias y el gobierno podrá brindar mejores formas de asistencia.

Existen diferentes teorías relacionadas a la exportación, como se detalla a continuación:

Michael Porter (citado por Canepa, 2004, p. 23-25) hace mención la razón por la cual muchas empresas multinacionales tienen éxito, esto es por su entorno y los

factores que los llevar a crecer en el mercado exterior. Estos factores los agrupa en cinco grupos: los recursos, que parte de la teoría clásica, su análisis no queda solo en los recursos naturales tradicionales sino también considera a los recursos humanos, especialmente, su nivel formativo, conocimientos y capacidades de los trabajadores; la demanda, los mercados con una gran demanda favorece la aparición de nuevas empresas que atienden dicha demanda, los consumidores también influyen al demandar mayor calidad, la empresa tienen que ofrecer productos de calidad; la oferta, al existir una fuerte competencia en el mercado interno las empresas se ven obligadas a mejorar o buscar nuevos mercados en el exterior; relaciones entre empresas, la existencia de relaciones entre empresas y redes empresariales es un gran factor para el éxito al contar con una zona de gran cantidad de empresas, proveedores, relacionados con un sector facilita el crecimiento de la empresa; y las administraciones públicas y la gestión empresarial, el comportamiento del gobierno y las administraciones públicas, así como la legislación, las subvenciones e incentivos, la gestión empresarial, los conocimientos y capacidades de los directivos, su motivación, manejo de idiomas y la cultura empresarial son factores que explican la internacionalización y afrontamiento de riesgos.

De la Hoz (2013, pp. 23-24) menciona que los mercantilistas buscaban averiguar cuales eran las ventajas de los intercambios comerciales entre los países y como se podían favorecer a través de ellos. Para ello maximizar las exportaciones era la manera de generar ventaja en un país, minimizando las importaciones logrando así mantener un balance comercial positiva. Se consideraba que para que un país puede ganar el otro debe de perder. La principal fuente de financiamiento se consideraba era la acumulación de oro y plata, lo que le permitían a un país mantener y garantizar el mantenimiento de los metales preciosos. La doctrina base era la de superávit $X > I$, el estado tenía que invertir en la promoción de las exportaciones y las barreras arancelarias que impidan el ingreso de productos extranjeros, pudiendo así lograr la acumulación de riqueza.

1.2.3. Producción

La Comisión Económica Para América Latina (CEPAL) (2008, p. 729 – 730) menciona que la producción es una actividad que lo controla y gestiona una unidad

institucional, utilizando mano de obra, capital bienes y servicios para lograr obtener otros.

La RAE (Real Academia Española) define a la producción como “la fabricación o elaboración de un producto mediante el trabajo” que podemos inferir que la producción es una tarea de procesos distintos con factores como la tierra, capital y trabajo.

Frish (citado por Companys y Corominas, 1998, p. 10) menciona que la producción es el proceso de transformación que realizan los hombres en el que los bienes y servicios se integran, perdiendo su identidad, mientras otras nacen del proceso, llamándolas así a las primeras factores de producción y las segundas productos. Velásquez (2012, p. 19) La producción es el acto de producir bienes o servicios que resulten útiles para los clientes o usuarios.

Se puede inferir que la producción es la actividad realizada por el ser humano, transformando la materia prima en un producto o servicio determinado.

Existen diferentes teorías de la producción, como a continuación se detalla:

Teoría de producción y costos de Vilcapoma (2002) apoya las definiciones descritas anteriormente:

Consideremos el caso de una unidad productiva, tal como se concibe en la teoría microeconómica tradicional. En el análisis de la relación entre el proceso de producción y los costos para una unidad simple de producción emplearemos los siguientes supuestos:

(1) Existen solamente dos factores de producción, la mano de obra (L) y la tierra (T). Además, estos medios de producción son factores primarios, esto es, no son producidos ni producibles en el proceso considerado.

(2) La duración de la jornada de trabajo (δ) es constante, además $\delta=1$. Esto nos permite asociar de manera directa, los factores de producción L y T, con sus servicios.

(3) la producción se obtiene directamente empleando los factores L y T.

1.2.4. Nivel de vida

Según el Programa Naciones Unidas Para El Desarrollo (s.f., p. 273 -274) Cada persona convierte los bienes que consume en posibilidades para convertirse en una persona diferente, de manera que sus ingresos que obtenga puede llevarlo a obtener un nivel de vida diferente. Una mayor disponibilidad de recursos como lo es el PIB per cápita , debería permitir incrementar los niveles de vida de las personas, sin embargo cuando la expansión de este recurso continua y estable no es una condición suficiente, como se muestra en los resultado de países con grandes niveles de producto que no han generado cambios diferenciales en su población, por lo tanto no es cuan tan grande son los ingresos o la riqueza donde se puede tener un buen desarrollo humano sino en cómo impacta en la vida de cada persona.

Según Jacobs (1996, p. 393) el nivel de vida suele identificarse con el ingreso disponible, mientras la gente tenga mayor dinero para gastar entonces su nivel aumenta, está relacionado con los servicios públicos que pagan con los impuestos que contribuyen al bienestar personal. El nivel de vida es igual al ingreso disponible adicionado la calidad de vida.

Así mismo para Erikson (citado por Cámara, 2007, p. 769) el nivel de vida es “el dominio del hombre sobre los recursos como el conocimiento, dinero, energía mental y física, relaciones sociales y otros medios por los cuales puede controlar y dirigir sus condiciones de vida”

La Organización de las Naciones Unidad – ONU (1990) definió al nivel de vida como “las condiciones reales en que vive un pueblo” y se aprobó los componentes e indicadores básicos para medir el nivel de vida, entre ellos tenemos: Salud, Alimentación y nutrición, Educación, Condiciones de trabajo, Transporte, Vivienda, Vestido, Entre otros.

Sen, (2000) mencionaba que los aspectos primordiales del desarrollo era la satisfacción de las necesidades básicas de los individuos; es decir, erradicar la pobreza, expandir la educación y brindarles una buena nutrición y unos niveles sanitarios adecuados.

Smith (1976) mencionaba que las riquezas de las naciones, se refleja en un

incremento en el nivel de vida del pueblo y no en tener grandes pilares de oro o plata en la tesorería. Se refiere al nivel de vida como la cantidad o calidad de bienes necesarios y convenientes que puede comprar o consumir.

1.3. Formulación del problema

El presente estudio tiene como problema central responder a la siguiente interrogante

Problema General

¿Cuáles son los factores del perfil de los empresarios que contribuyen al desarrollo de la producción de derivados de Algarrobo de Piura para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos - 2018?

Problemas específicos

¿Es el factor económico determinante para el desarrollo de la producción de derivados de Algarrobo de Piura para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos - 2018?

¿Es el factor sociocultural determinante para el desarrollo de la producción de derivados de Algarrobo de Piura para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos -2018?

¿Es el factor psicológico determinante para el desarrollo de la producción de derivados de Algarrobo de Piura para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos -2018?

¿Es el factor gerencial determinante para el desarrollo de la producción de derivados de Algarrobo de Piura para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos -2018?

1.4. Justificación del estudio

La presente investigación tiene una justificación práctica, metodológica, teórica y por ultimo social.

Justificación Teórico

La investigación también tiene un aporte teórico ya que luego de realizar una triangulación de los datos recolectados en el campo, las teorías expuestas anteriormente y los antecedentes presentados nos ayudaran a obtener patrones para así poder realizar teorías sobre la importancia de nuevos factores productivos para las comunidades y conseguir aumentar su nivel de vida, además con esta

investigación se busca mostrar a estas comunidades que la inversión privada en sus localidades les puede brindar muchos beneficios para la población, a su vez lograrían mejorar la calidad de sus productos y generar más competitividad para que logren exportar sus productos y tengan la tan ansiada internacionalización.

Justificación Metodológica

En el ámbito metodológico se observa que este trabajo de investigación tiene un enfoque cualitativa ya que se analizara el perfil del productor y exportador, y el efecto que tiene en el desarrollo de la actividad, las evidencias serán recolectadas mediante entrevistas, empleando la técnica de triangulación y analizadas mediante el trato directo con los actores de este sector económico ya que así se lograra tener información precisa y se podrán hallar patrones detrás de los datos recolectados, con el propósito de que se permita establecer alguna relación entre las variables y sus indicadores para así determinar la influencia de estos en relación con el desarrollo de la explotación de algarrobo en el departamento de Piura y sus comunidades.

Justificación Práctica

En el ámbito practico se observara la importancia que tiene el perfil de un emprendedor para la producción y exportación de los derivados de algarrobo en las comunidades de Piura y del Perú , además se detallara la necesidad que tienen dichos emprendedores para lograr una mejoría en sus estilos de vida, esto se verá mediante la recolección de datos de las actitudes y aptitudes de los productores exportadores y no exportadores de los derivados de algarrobo, teniendo un trato directo con los actores de esta investigación, donde se enfocara en la influencia de estas variables en el desarrollo de la actividad en los distritos de Piura.

Relevancia

El presente estudio permite conocer los factores determinantes en el perfil del empresario de derivados de algarrobo de Piura y contribuirá con los resultados canalizándolo a las autoridades competentes, ya que los estudios de estos distritos se pueden replicar en investigaciones futuras de otras comunidades que tengan

similares etnografías, y así lograr aportar teóricas de desarrollo a la economía que genere el aumento del nivel de vida del territorio vulnerable del Perú.

Contribución

La contribución se orienta a la descripción de factores determinantes del perfil del empresario productor de derivados de algarrobo de Piura teniendo en consideración en este estudio, el conocer las características de dichos empresarios que favorecen el comercio de derivados de algarrobo, siendo su aporte en el ámbito social y económico.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Determinar si los factores del perfil del empresario contribuyen al desarrollo de la producción de derivados de Algarrobo de Piura para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos – 2018.

1.5.2. Objetivos Específicos

1. Determinar si el factor económico contribuye al desarrollo de la producción de derivados de Algarrobo de Piura para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos – 2018
2. Determinar si el factor socio cultural contribuye al desarrollo de la producción de derivados de Algarrobo de Piura para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos – 2018
3. Determinar si el factor psicológico contribuye al desarrollo de la producción de derivados de Algarrobo de Piura para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos – 2018
4. Determinar si el factor gerencial contribuye al desarrollo de la producción de derivados de Algarrobo de Piura para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos – 2018.

II. METODO

2.1. Diseño de Investigación

Para la presente investigación, se llevó a cabo el enfoque cualitativo en la cual nos permitió tener una investigación más profunda de lo que se quiere lograr.

Enfoque Cualitativo:

Hernández, Fernández y Baptista (2014, pg. 358) explican que la investigación cualitativa “se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto”.

Diseño fenomenológico

Hernández, Fernández y Baptista (2014, pg. 493) Su finalidad principal es explorar, describir y comprender las experiencias de los individuos con respecto a un fenómeno y descubrir categorías similares de tales vivencias. Dirigido a las experiencias individuales de los entrevistados.

2.2. Método de Muestreo

En la presente investigación se utilizó una muestra no probabilística. Las empresas entrevistadas cinco a las que se tuvieron acceso y la técnica usada fue la de conveniencia.

Escenario del Estudio

La investigación se realizó en empresas dedicadas a la producción y comercialización de derivados de algarrobo ubicadas en Piura, en la planta de las empresas Santa María de Locuto, Ecobosque y Dulce Natura que se encuentran ubicadas en el distrito de Tambo Grande, Apícola Durand ubicada en el distrito de Chulucanas y la empresa Mi Algarrobo ubicado en Castilla de Piura.

Caracterización de los sujetos

En el presente trabajo se ha considerado como sujetos de la investigación a los empresarios de las empresas productoras de derivados de algarrobo, ubicadas en el sector rural y urbano, son característicos por sus ganas de emprender y crecer.

Plan de análisis y trayectoria metodológica

En el presente trabajo de investigación se dio un enfoque cualitativo. Se empleó como técnica de recolección de datos a la entrevista, para este caso la entrevista

semiestructurada, y como instrumento la guía de entrevista para la obtención de los datos.

Para probar la validez de la investigación se ha recurrido al juicio de expertos (Ver Anexo 6).

2.3. Rigor Científico

El rigor científico se ha fundamentado en la capacidad para utilizar la información, cumpliendo las normas, los procedimientos y las políticas con precisión, con el objetivo de lograr la calidad requerida, con el cumplimiento del método científico adecuado al enfoque cualitativo del presente estudio.

En la presente investigación se ha cumplido con el rigor académico porque se ha citado diversos investigadores del tema desarrollado, encontrando en trabajos académicos, la información necesaria para sostener el presente trabajo de investigación a cabalidad.

2.4. Análisis Cualitativo de los datos

Para nuestra investigación se utilizara un análisis de interpretación de textos de las entrevistas luego de transcribirlas textualmente para luego ser agrupadas en categorías y sub categorías para detectar similitudes o divergencias.

2.5. Aspectos éticos

La presente investigación está basada en la honestidad, esmero y tolerancia no solo por la propiedad intelectual que se presenta de los diferentes autores que la han complementado y reforzado, sino también a su vez por los entrevistados, quien son la fuente principal de esta investigación, gracias a su aporte de información durante el desarrollo de la investigación.

III. Descripción de Resultados

Los resultados que a continuación se presentan fueron analizados e interpretados, por el cual se brindara la información real obtenida durante la recolección de datos con la finalidad de responder los objetivos planteados en esta investigación.

3.1. Descripción de resultados de la técnica de la entrevista

Los resultados son vinculados al objetivo general de la presente investigación, que tiene como propósito en Determinar si los factores del perfil del empresario contribuyen al desarrollo de la producción de derivados de Algarrobo de Piura para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos, 2018.

Existen muchos factores que determinan el desarrollo de las empresas, pero hay algunos que son fundamentales que son propias de cada persona que está encargada de dichos negocios o empresas.

En la tabla 3. Se recogieron las principales características de las 5 empresas y sus directivos analizados en este trabajo, todos dedicados a la producción de derivados de algarrobo.

Los empresarios entrevistados presentan diferentes experiencias laborales, niveles educativos y antecedentes que se logran identificar en cada uno

Tabla N° 3

Perfiles básicos de las empresas analizadas

CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA	SANTA MARIA DE LOCUTO	DULCE NATURA	MI ALGARROBO	APICOLA DURAND	ECOBOSQUE
AÑO DE CREACION	1994	2005		1988	2004
LOCALIZACION	Rural	rural	urbana	urbana	rural
NUMERO DE SOCIOS	34 socios, cada uno con igual participación, uno de ellos juega un papel más importante en la ejecución y dirección del negocio	La empresa se fundó gracias al esfuerzo e iniciativa del empresario, también participan en la empresa miembros de su familia y otros comuneros.	está formada por 30 socios, todas de sexo femenino, uno de ellos es el representante que está implicado activamente en la dirección de la empresa	la empresa se fundó por iniciativa del administrador de la empresa, gracias a su esfuerzo e iniciativa	16 socios, todos de participación femenina, siendo una la representante activa en la dirección de la empresa
NUMERO DE EMPLEADOS	los socios son los que realizan el proceso productivo de los productos	la empresa tienen 5 colaboradores a tiempo completo	las socias son las encargadas de realizar el proceso productivo	la empresa consta de 4 trabajadores, encargado de las ventas y del proceso productivo	los propios socios son los que realizan el proceso de transformación del producto
COMERCIO EXTERIOR	los envíos del producto son realizados por otras empresas, no están realizando envíos directamente	no realiza ventas al exterior, su venta es interna local	no realiza ventas al exterior, su venta es interna local	parte de las ventas son destinadas al mercado ecuatoriano	han logrado realizar ventas al exterior, actualmente la venta es solo local
PROCESO PARA LA INTERNACIONALIZACION	a pedido de los clientes, se está trabajando en conjunto con MINCETUR para exportar directamente	no se tiene en cuenta ingresar al mercado internacional	no se tiene en cuenta ingresar al mercado internacional	la exportación empezaron casi de repente, los planes futuros de la empresa con continuar con la expansión internacional	lo principal que se tienen en cuenta para empezar la internacionalización es mejorar la infraestructura, maquinaria

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 4

Características Del Empresario

CARACTERISTICAS DEL FUNDADOR	SANTA MARIA DE LOCUTO	DULCE NATURA	MI ALGARROBO	APICOLA DURAND	ECOBOSQUE
EXPERIENCIA EMPRESARIAL	el empresario antes de iniciar el negocio se dedicaba a la agricultura, adquirió su experiencia inicialmente con el apoyo de la ONG caritas, luego la adquirió en las diferentes empresas donde ha laborado	antes de iniciar este negocio, el empresario trabajo en una procesadora exportadora de mango y en la participación en la asociación ECOBOSQUE	Empresario - directivo antes de emprender en este negocio, trabajo en una tienda de electrodomésticos, como directivo de comedores populares	el empresario antes de emprender su negocio, trabajo en 3 empresas industriales, una dedicada a la exportación de miel a Alemania y Estados Unidos, he ahí donde nació la idea de su propio negocio	antes de iniciar este negocio, el empresario trabajo en una procesadora exportadora de mango y como ama de casa
GRADO DE INSTRUCCION	4° de secundaria	5° secundaria	5° de primaria	Estudio superior	3° de secundaria
ANTECEDENTES	el empresario nació y creció en una familia dedicada solamente en la agricultura, no culmino sus estudios básicos, en la historia de su familia no hay ningún precedente industrial	el empresario nació y creció en una familia dedicada solamente en la agricultura, culmino sus estudios secundarios, en la historia de su familia no hay ningún precedente industrial	el empresario nació en una familia conservadora, empezó a trabajar desde los 19 años, no culmino sus estudios primarios, en la historia de su familia no hay precedente industrial	el empresario creció en el seno de una familia de emprendedores, sus padres y hermanos tenían su propio negocio, aunque no en el rubro donde se encuentra actualmente su empresa, tiene la carrera superior de enfermería	el empresario nació y creció en una familia dedicada solamente en la agricultura, no culmino sus estudios secundarios, empezó a trabajar a los 30 años, en la historia de su familia no hay precedente empresarial

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados evidencian que los empresarios optaron el emprendimiento en diferentes etapas de su vida, con experiencias laborales diferentes y con diversas responsabilidades familiares.

Como menciona Palacios (2018) antes de entrar a trabajar en los negocios, se dedicó a los oficios del campo, la agricultura, así como la mayoría de pobladores que solo les permitía sobrevivir. Por eso es necesario que cada persona tenga una necesidad de logro para poder emprender en algún negocio, así mismo Cimet (2018) me dedique a asistir a comedores populares con el Programa Nacional de Asistencias Alimentaria - PRONAA, buscando el bienestar de los integrantes de los comedores, en este caso buscando una mejor nutrición de los niños y las ganas de emprender de las madres, mayoría eran solteras, los obligo a emprender en este negocio y con los contactos que tenía el socio-directivo lograron obtener el apoyo constante del gobierno regional de Piura. La cual apoya Arroyo (2018), por la misma necesidad económica, y la iniciativa de la empresa Santa María y Asociación Algarrobita, les dieron unas ideas para aprovechar el recurso potencial que le brindaba el bosque, siendo apoyados y capacitados por la Universidad de Piura y proyectos desarrollados por CiteAgroPiura. Calle (2018) manifiesta antes de emprender se dedicaba a los quehaceres domésticas y apoyar a sus padres, la idea de crear su propio negocio nació de la necesidad económica, y por el apoyo de la universidad de Piura.

Observamos que la idea de negocio de todos los entrevistados surgió por la necesidad, porque cuando salieron de la escuela no salieron con la idea de emprender en algo, teniendo como problema los escasos recursos con los que contaban en ese momento. Y observar las oportunidades de negocio que nos brindan los productos de la naturaleza nos puede facilitar el emprendimiento como menciona Palacios (2018) antes de emprender en el negocio de la algarroba, este fruto servicia para el alimento de los animales y para el consumo de nosotros, pero con la ayuda de “Caritas”, quienes vieron que la algarroba se desperdiciaba, decidieron apoyar a la población, dándoles trabajo a cambio de alimentos (arroz, azúcar, etc), la mayoría de pobladores conocen cierto proceso del tratamiento de la algarroba que lo conocen como “llupicin” y nos enseñaron a seguir este proceso para producir algarrobina además nos enseñaron a crear eternit, ladrillos, adobe, veían la personalidad de cada uno y lo ubicaban en cada sector de

productos. La idea del negocio surgió gracias a la oportunidad que nos brindó caritas al enseñarnos como crear la algarrobina.

El perfil educativo de la mayoría de los empresarios entrevistados previo al emprendimiento es incompleto, no han logrado completar sus estudios básicos, debido a que en ese entonces para poder ganar dinero tenías que invertir la mayoría de tu tiempo o en caso de las mujeres las tradiciones que se tenían con respecto a cómo vivir, no tenían los mismos derechos educativos que los hombres. Los resultados nos muestran que el perfil educativo de los empresarios es variado y no es una variable que se caracterice a la actividad empresarial donde se desarrollan. Si bien el nivel educativo de cada uno no define el perfil de gestión que se tenga en la empresa, puede influir en los obstáculos que se presenten y que tienen que enfrentar para una mejor gestión empresarial.

Uno de los puntos importantes para emprender un negocio es la inversión ya sea por recursos propios, generados por trabajos dependientes o por las liquidaciones legales producto de la salida de sus labores, obteniendo financiamiento de entidades, y poder utilizar el factor tierra que tenemos a disponibilidad. Clemet (2018) iniciaron realizando actividades para reunir el dinero para comprar la algarroba, vendiendo mazamorra, arroz con leche, etc. Así mismo Durand (2018) manifiesta que su negocio lo inicio con sus ahorros y liquidación que obtuvo de trabajo anterior, Calle (2018) manifestó que para crear su empresa pidió un préstamo a la financiera Crediscotia, lo que les permitió comprar la materia prima e iniciar su proceso de producción. En caso de Palacios (2018) y Arroyo (20018) iniciaron con ayuda de instituciones que resaltan la actividad empresarial como Caritas y la Universidad de Piura junto a CiteAgroPiura. Ello nos muestra que sea cual negocio donde estemos emprendiendo es muy importante el conocimiento y el capital que tengamos.

Pero en otro de los casos es como influyo los trabajos anteriores para iniciar en el mundo de los negocios propios. Al analizar la relación de las experiencias laborales de cada entrevistado antecesor al emprendimiento de la empresa y los resultados muestran que la mayoría de empresarios a iniciado su emprendimiento con relación a la experiencia laboral que han obtenido como es el caso Palacios, su trabajo anterior le permitió obtener gran conocimiento en cuanto a dirección de un negocio y los procesos

a ejecutar; Durand, su anterior trabajo lo influyo como soporte económico para comenzar y además le permitió obtener conocimientos en el rubro en donde inicio independientemente y Calle quien antes de iniciar participo en la asociación Ecobosque administrada por Arroyo.

Respecto al apoyo recibo de los familiares y amigos, tanto económico y familiar, la mayoría de entrevistados recibieron y reciben apoyo de las personas más cercanas para su emprendimiento, apoyándolos en obtener clientes, en las ventas, obtener mejores proveedores.

El estudio ha explorado las habilidades administrativas de los empresarios al iniciar la empresa y su crecimiento, para ello veremos las habilidades de administración financiera, obtención de recursos financieros, planificación, toma de decisiones, desarrollo de productos, tolerancia al riesgo, innovación, políticas de contratación del personal, conciliación laboral-familiar, etc.

Los conocimientos de los empresarios son muy básicos en cuanto a la planeación de sus operaciones, el control de sus inventarios, y las respuestas a los sucesos que se presenten día a día son más de forma intuitiva que basada en conocimientos, Durand (2018) manifiesta que las decisiones se toman de forma inmediata, buscando la solución a los problemas que se puedan presentar, no tienen un procedimiento o realizan un plan para buscar la mejor solución. Los entrevistados realizan sus planes en diferentes tiempos para el crecimiento del mismo, Durand y Palacios manifiestan que sus planes los realizan a diario para ver en que se puede mejorar de acuerdo a lo que sucede día a día, Calle menciona que solo fines de cada año se evaluar a profundidad como se ha desarrollado el negocio en el periodo y que es lo que van a hacer el siguiente año, pero no se estable un documento que sustente un plan descrito explícitamente. Ninguno de los entrevistados documenta sus acciones a realizar dentro de la empresa.

En cuanto a tecnología, la producción de los productos hasta ahora, la mayor parte del proceso se realiza de forma artesanal, el uso de tecnología es deficiente, en cuanto a las herramientas disponibles, para controlar sus operaciones y la atención al cliente. Se observó que la empresa que dirige Palacios, se encuentra más actualizada en cuanto a maquinaria para su producción, como indica gracias al proyecto Perú – Japón quienes le dieron una maquinaria valorizada en 92 000.00 soles, las demás empresas el uso de

tecnología es menor, o está deteriorado. Es común el uso de un cuaderno para llevar el control de las cuentas y el control se basa en el efectivo que cuenta la empresa.

Los entrevistados no tienen un plan para el futuro de la empresa, todos están orientados a que sus negocios crezcan, pero no saben cómo hacerlo en ciertos aspectos como, la investigación de mercado, como implementar un plan de marketing, pero todos se están capacitando en diferentes temas para el bienestar de la empresa, ya sea por sus propios recursos o apoyo de organizaciones que les brindan las capacitaciones gratuitas. En general los empresarios manifestaron que no tienen una política de contratación de personal, los entrevistados como Palacios y Arroyo (2018) manifestaron que muy poco son de contratar nuevo personal ya que todos los socios que conforman sus negocios están capacitados para desarrollar cada proceso de la empresa, si falta uno u ocurre un suceso, todos pueden continuar el trabajo, y si necesitan alguien adicional no tienen un perfil establecido, sino se busca que sea de confianza y sepa de los procesos como se realizan los productos. En cuanto a la entrevistada Clemet (2018) menciona que todas sus operaciones los realizan las socias y si alguien busca trabajo, enfocándose a las madres que pertenecen a otros comedores, les da la opción de enseñarles a como iniciar su propio negocio. Durand y Calle manifestaron que no tienen un perfil establecido, si una persona busca empleo se le brinda si está la posibilidad y si no conoce el proceso se le enseña en la empresa. En cuanto las políticas conciliación laboral y familiar, todos los entrevistados no tienen políticas establecidas permanentes, pero que les brindan tanto a sus trabajadores como socios, flexibilidad en los horarios de trabajo para que puedan compartir con la familia.

Todo emprendedor y empresario, debe ser o es necesario que sea perseverante y tolerante a los riesgos que se le puedan presentar, ya sea en la inversión o en los momentos declives causados por el hombre o la naturaleza.

Como menciona Durand (2018) que en el negocio existe riesgo debido que dependen de la producción de algarrobo que se cosecha de cada árbol del bosque seco, debido al fenómeno del niño, se obtuvo un gran beneficio pero también una desventaja, ya que por este suceso se pudo obtener un mayor riego para las plantaciones pero también por este hecho los proveedores subieron a más del 50 % el precio de la materia prima, que los perjudicaba en la producción, ya que eso requería subir el precio para

recuperar la inversión. No siempre va a salir todo bien, las decisiones que se deban de tomar nos pueden llevar al fracaso como también al éxito. Palacios (2018) menciona que la quema de más de 5 000 hectáreas de bosque seco, les afecta mucho ya que el fruto se reduce y no pueden obtener suficiente materia prima, y está de acuerdo con Durand que los proveedores aprovechan la escases del fruto para incrementar los precios. Pero gracias a proyectos se está reforestando los árboles de algarrobo, pudiendo así cuidar el medio ambiente, pero también beneficiándose con el abastecimiento del fruto de cada planta. Además, menciona que uno debe de estar preparado para todo, como llegar al cliente, enamorar al cliente, la clave del éxito es esa, muchos quieren hacer algo, pero queda ahí, no tienen la iniciativa o sueños para empezar, tienes que tener las ganas, los sueños y ser positivo. Clemet (2018) menciona que al inicio y tras el paso de los años se ha tenido que afrontar con sus propios vecinos u socios de los diferentes comedores que están relacionados, ya que deseaban desacreditar a la empresa y al entrevistado-directivo, por motivo que su crecimiento y presentación en distintas ciudades y ferias era rápida, afectando la dignidad del entrevistado y sus socias.

Respecto a la dedicación de los directivos en las empresas, se resulta difícil cuantificar en horas, ya que 2 son dueños de su propio negocio, no se preocupan por cuantas horas les dedican a sus empresas, ya que en todos los casos dedican el tiempo que tienen disponible, si es necesario aplican muchas jornadas a la empresa, pero no son muy constantes las jornadas largas, solo cuando es necesario. Lo que nos demuestra el alto grado de compromiso de los directivos con sus negocios. En caso del entrevistado Clement (2018) manifestó que su negocio eta formado por madres de familia, en muchas ocasiones como tienen niños pequeños se les dificulta ir a hacer sus labores.

Existen factores socioculturales o de su entorno, que no están en las manos de los emprendedores, pero que son muy importantes para todos los negocios sean microempresas o medianas, los beneficios de instituciones públicas y privadas que apoyan al surgimiento, crecimiento y fiscalización de los negocios, como también las políticas de parte del gobierno que están a favor o en contra del surgimiento de las empresas.

La mayoría de los productores, empezaron con el apoyo de instituciones tanto privadas como públicas para el inicio o crecimiento de las empresas.

Clemet (2018) menciona que desde que inicio la empresa hasta ahora el gobierno regional de Piura los apoya en trámites, participación en ferias tanto en Piura como otras ciudades del Perú, hasta costeando los gastos del viaje, teniendo el acompañamiento constante de un ingeniero, también ha recibido apoyo de la ONG Manuela Ramos, con capacitaciones.

Arroyo y Calle han recibido apoyo por parte de la universidad de Piura en conjunto con CiteAgroPiura, con capacitación, procesos de mejora, brindándoles maquinaria, absorber procesos de calidad para el producto. Durand al iniciar su negocio no obtuvo apoyo de instituciones, ya que tenía conocimiento sobre cómo desarrollar el negocio debido a su trabajo anterior, actualmente pertenece a la asociación Agrícola Productores de Alto Piura. Palacios, como se menciona paginas atrás de la investigación, su negocio inicio gracias al apoyo de la ONG Caritas, en principio brindándoles alimentos por sus trabajos y enseñándoles varios oficios, entre ellos el proceso de la algarrobina, producto derivado del algarrobo, también ha recibido el apoyo de la Universidad de Piura y deCiteAgroPiura.

En cuanto al trabajo con instituciones financieras, por entrevistados indican que no les gusta trabajar con deudas, trabajan con sus propios recursos económicos que obtienen de las ventas, además algunos de ellos se benefician de proyectos totalmente financiados donde participan.

Algunas empresas opinan de cumplir con los requisitos establecidos por el gobierno es una gran ventaja en lo que concierne a la comercialización. En la cual los entrevistados concuerdan entre sí que los requisitos para convertirse en una empresa formal no llevan mucho tiempo, Palacios menciona si tú tienes todos tus papeles en regla, todos tus procesos, convertirse en una empresa formal no es una barrera tan difícil. Para tener una buena imagen de la marca que representas frente a tus clientes es necesario que cumple con todos los requisitos establecidos, como los registros sanitarios de cada producto.

Otro de los puntos que son muy importantes para una pequeña empresa es formar asociaciones, ya sea como estrategia para poder abastecer el mercado doméstico o externo. Como la empresa Ecobosque, que fue formada por tres asociaciones de mujeres, que realizaban ventas pequeñas, la asociación les ha permitido obtener mayores

beneficios tanto como personas y como emprendedores. Arroyo menciona que cuando tenían un pedido muy grande y no podían abastecer se asociaban con Santa María de Locuto para cumplir con el pedido.

Como menciono Cruz (2008, p. 2) que hay micro y pequeñas empresas que son formales, pero trabajan alejados unos de otros, tienen baja productividad y rentabilidad, enfrentándose a problemas de financiamiento, las capacidades operativas y gerenciales, obteniendo así limitaciones en la comercialización de los productos, por la escasa promoción y participación en el mercado. Es por ello que la desunión entre productores les puede cerrar las puertas a la internacionalización.

La subsistencia de un negocio cual sea el rubro es muy importante observar los beneficios que puedan brindar a los involucrados y sus externos en el aumento de su nivel de vida.

Los entrevistados mencionan que el negocio donde han incursionado les ha permitido cubrir sus gastos básicos, Palacios (2018) menciona que si no hubiera tenido la iniciativa de ser independiente, seguiría trabajando en el campo y solo le hubiera permitido obtener la alimentación que le brindaban los cultivos, con el negocio se siente con más vida, se siente saludable y le permite compartir con su familia, tener momentos libres, conocer muchos lugares y personas, brindarle una mejor educación a sus hijos, estudiando en la universidad y tener la posibilidad de ponerle su propio negocio de repostería a su hija.

Ha esto lo apoya Arroyo (2018) desde que empezó el negocio, menciona que su vida cambió, pudo mejorar su vivienda, brindarles una mejor educación a sus hijos, además de ello gracias a las iniciativas de las empresas de algarrobo y el aumento de promoción que ha tenido, los accesos a servicios básicos del hogar se han mejorado para todos, la infraestructura ha sido más fuerte, construyeron un coliseo, se realizaron las carreteras obteniendo mayor accesibilidad al distrito.

Clemet (2018), menciona que siendo las socias madres solteras, les ha permitido tener una mejor vida para ellas y sus hijos, pudiéndoles brindar un ingreso más, pudiendo acceder a una educación superior, obteniendo diferentes capacitaciones, cursos para crecer como persona y en el negocio.

Tabla N° 5A

Otros Factores para determinar el perfil del empresario

FACTOR	SANTA MARIA DE LOCUTO	DULCE NATURA	MI ALGARROBO	APICOLA DURAND	ECOBOSQUE
visión directiva	en el momento de la constitución de la empresa, el interés de la dirección era obtener mayores ingresos para mejorar la calidad de vida de los integrantes, actualmente el directivo tienen claras ambiciones internacionales de exportar directamente sus productos	el interés de la dirección es solo abarcar el mercado doméstico, no se tiene mucho conocimiento y visión para emprender en el mercado internacional	la constitución de la empresa se realizó por el interés de emprender y generar dinero, no se tienen claras las ambiciones de emprender en el mercado internacional, ya que dependen del apoyo del gobierno regional para la promoción de la empresa, se centran en el mercado doméstico	la constitución de la empresa se realizó por el interés de emprender y generar dinero, se tiene conocimiento del mercado exterior	la constitución de la empresa se realizó por la necesidad de mejorar la situación económica de las mujeres socias, el socio ejecutivo tiene en cuenta para lograr la exportación tiene que mejorar sus procesos internos y su infraestructura
Experiencia previa acumulada en negocios internacionales	Nadie dentro de la empresa tenía experiencia en los negocios internacionales. El directivo actual admite que tienen contactos con los mercados exteriores	Nadie dentro de la empresa tenía experiencia en los negocios internacionales.	Nadie dentro de la empresa tenía experiencia en los negocios internacionales.	el gerente trabajó en una empresa que exportaba miel a Alemania y Estados Unidos, siendo el encargo del sector asignado, lo cual le permitió adquirir contactos para iniciar los envíos a Ecuador	Nadie dentro de la empresa tiene experiencia en los negocios internacionales. El empresario menciona que los productos se han hecho a conocer por las ferias y lo han adquirido los turistas
Grado de dedicación y compromiso	los distintos socios han ido formando parte del desarrollo de la empresa, el empresario directivo asegura el compromiso con los objetivos planteados en la empresa, dicho compromiso está direccionado hacia la internacionalización de la empresa	la involucración personal del administrador manifiesta su compromiso con el negocio, pero no se tienen un compromiso con la expansión de la empresa	los distintos socios han ido formando parte del desarrollo de la empresa, el empresario directivo tienen un gran compromiso desempeñando sus tareas directivas, compromiso de expandir su mercado en ferias (viajes a nivel nacional)	el directivo se encuentra comprometido totalmente en su negocio, personalmente a diario, también se halla comprometido con el éxito de la actividad internacional	Los distintos socios han ido formando parte del desarrollo de la empresa. Así es el directivo está altamente comprometido con el desarrollo del negocio, además se tiene el empeño de llevar el producto al mercado extranjero

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 5B

Otros Factores para determinar el perfil del empresario

FACTOR	SANTA MARIA DE LOCUTO	DULCE NATURA	MI ALGARROBO	APICOLA DURAND	ECOBOSQUE
flexibilidad estratégica y organizativa	la adopción de un estilo de dirección participativo, con el recurso de la motivación y comunicación entre los socios, la empresa ha podido adaptarse a los cambios en el sector doméstico y adversidades presentadas, además destaca por su flexibilidad en innovación de productos	su flexibilidad estratégica es lenta, hace que su crecimiento se estanque, no tiene una orientación estratégica para ampliar su mercado	se tienen un estilo de dirección participativo entre las socias, pero su grado de flexibilidad es considerablemente inferior	la empresa tiene una capacidad alta de adaptarse a los cambios en el entorno, respuesta inmediata a las circunstancias presentadas	la empresa mantiene un estilo de dirección participativo, posee alta capacidad de adaptación a la tecnología, sabiendo afrontar los cambios en el mercado, destaca por su flexibilidad en innovación de productos
uso de redes, relaciones personales y/o interempresariales	No se tiene, ni se ha utilizado redes formales (oficinas de promoción) o informales. El empresario directivo ha basado sus decisiones para llevar el producto al extranjero en la antigüedad de la empresa y su reconociendo de su nombre en los diferentes mercados, los clientes han sido parte clave del éxito de su desarrollo	no se maneja ninguna red formal, para dar a conocer el producto se trabaja en conjunto con las tiendas que venden productos comestibles	con el apoyo del gobierno regional el producto se ha logrado dar mucho a conocer, quienes son los que buscan las ferias o presentaciones para que la empresa participe	un factor clave del desarrollo de la empresa proviene de las redes personales y por otros negocio familiar, además de su experiencia en el rubro	un factor clave del desarrollo de esta empresa a nivel local ha sido conseguida por las investigaciones acerca del producto realizadas por diferentes instituciones

Tabla N° 5C

Fuente: Elaboración propia

Otros Factores para determinar el perfil del empresario

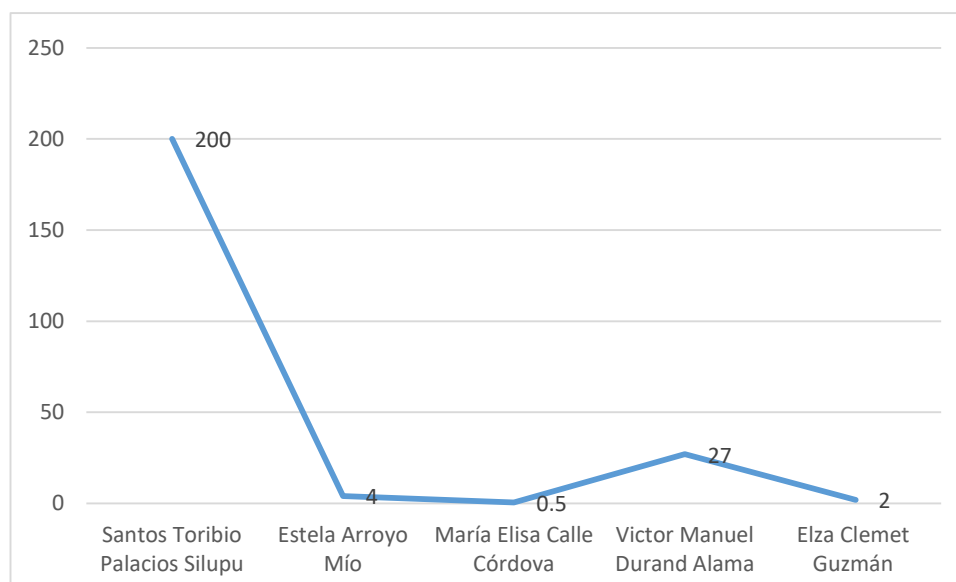
FACTOR	SANTA MARIA DE DULCE NATURA	MI ALGARROBO	APICOLA DURAND	ECOBOSQUE	
Grado de conocimiento del mercado extranjero	la empresa ha confiado, en el elevado conocimiento de cada mercado que tienen los distribuidores a través de los que se exporta, dejando que sean estos los que lleven a cabo la gestión promocional	la empresa no ha acumulado conocimiento del mercado exterior	la empresa no ha acumulado conocimiento del mercado exterior	el conocimiento del mercado exterior es limitado	la empresa no ha acumulado conocimiento del mercado exterior
Redes o contactos en el mercado nacional e internacional	los contactos del empresario en otros países se han limitado a empresas clientes, participación en ferias gastronómicas, se está en proceso para desarrollar más a fondo el mercado exterior	Antes de la creación de la empresa. El empresario no tenía contactos específicos en el mercado, ha establecido contactos con tiendas para su distribución	los contactos del empresario, son a través del gobierno regional, quienes apoyan en la publicidad de la empresa en ferias a nivel nacional	los contactos del empresario, son fruto de su experiencia laboral y participación en la política	la red de contactos del empresario se basa en redes fruto de proyectos e investigaciones, participación en ferias

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 6*Grado de instrucción y Productividad*

N°	PRODUCTOR	GRADO DE INSTRUCCION	N° DE TRABAJADORES FIJOS	VOLUMEN DE PRODUCCION AL AÑO
1	Santos Toribio Palacios Silupu	4° de secundaria	34	100 – 200 tn.
2	Estela Arroyo Mío	3° de secundaria	16	4 tn
3	María Elisa Calle Córdova	5° de secundaria	5	0.5
4	Victor Manuel Durand Alama	Estudio superior	4	27 tn
5	Elza Clemet Guzmán	5° de primaria	30	2 tn

Fuente: Elaboración Propia

*Figura N° 3. Volumen de producción de los entrevistados*

Se puede observar en la tabla que los productores con mayor grado de estudio o continua capacitación, su volumen de producción es mayor que los otros productores, lo cual confirma que los factores del perfil del empresario influyen en la capacidad de llegar a sus metas establecidas y de ser más emprendedor en su mercado laboral. En el caso de Arroyo, en los

reportes encontrados, hasta el año 2008, Cruz (2008, p. 3) tenía 38 socios y una producción de 330 kg por mes. Palacios con 17 socios, con una producción de 800 kg. Según la información brindada por los entrevistados, en caso de Arroyo, los socios han reducido y por ende su producción ha reducido. En caso de Palacios sus socios han aumentado y su producción igualmente.

IV DISCUSIÓN

La investigación tuvo como objetivo general Determinar los factores del perfil del empresario que contribuyen al desarrollo de la producción de derivados de Algarrobo en Piura para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos – 2018, para la recolección de datos se utilizó la técnica de la entrevista a los empresarios productores de derivados de algarrobo en Piura, es por ello que en la investigación se discutirá los antecedentes, las teorías y los resultados obtenidos, cuyo fin es llegar al objetivo planteado.

Partiendo por los antecedentes de la investigación, se muestra alguna semejanza o se identifican con alguno de nuestras categorías, como lo muestra Avolio (2008) en su tesis “Un estudio exploratorio del perfil de las mujeres empresariales en el Perú” concluye que tanto varones como mujeres son influenciados por las mismas variables, por circunstancias económicas, laborales, familiares y personales para poder tener un crecimiento económico, pero que las mujeres empresarias están presentes en países desarrollados, en el Perú, no existe una estadística que cuantifique las actividades empresariales de las mujeres, siendo así el escaso conocimiento se convierte en una barrera muy alta en los países de Latinoamérica.

Los resultados de esta investigación se asemejan a uno de los puntos de los resultados de nuestra investigación, ya que en los resultados obtenidos de los entrevistados su crecimiento económico se produjo por una necesidad económica que vivían en aquel entonces, en algunos productores el crecimiento no es tan acelerado como los otros, por la falta de conocimiento y el grado de estudios que han obtenido, que ha podido ser una valla muy alta de pasar pero la continuidad del negocio se ha logrado por el esfuerzo y dedicación a su negocio, y por la búsqueda de apoyo para que puedan crecer como los guadores del crecimiento empresarial al que pertenecen.

Gil (2017) en su artículo “Asociación entre el perfil del empresario y el éxito en el emprendimiento internacional” concluyó que los elementos identificados en el perfil del empresario fueron el empuje, la influencia y cumplimiento, las empresas emprendedoras internacionalmente requieren de ganas para conquistar , vencer el miedo, la burocracias y las piedras que se presenten en el camino, deben ser capaces de influir en su equipo para lograr alcanzar las metas establecidas, ayudar a otros a efectuar sus proyectos así como los

suyos, ser capaces de cumplir con las demandas del mercado exterior que están enmarcadas por ciertas normas y procedimientos.

Efectivamente es muy importante que el emprendedor se relacione con su propio equipo de trabajo, relacionarse con otros empresarios, pudiendo adquirir mayores conocimientos, como lo hizo Palacios en la participación de ferias, en la creación de una empresa de algarrobina en Ecuador, con el cual obtuvo mayor conocimiento, logrando llevar así nuevas técnicas para aumentar su productividad y calidad en los estándares del mercado, así también el apoyo de las autoridades que tienen un rol importante el crecimiento de las empresas, como se observó en los productores entrevistados que recibieron apoyo de diferentes instituciones públicas como privadas, también se muestra que para el sostenimiento de las empresas es muy importante la participación de instituciones que puedan apoyar financieramente a estos negocios para seguir reinvertiendo y creciendo en el mercado.

Aguirre, Tacza, Valderrama y Vilca (2016) menciona que los productores de algarrobo se encuentran dispersos y desorganizados, no logrando agruparse y acceder a beneficios mutuos como acceso a la investigación y desarrollo de nuevos productos de la algarroba.

Se concuerda con los autores, ya que el lugar estudiado se observó que las empresas se encuentran dispersas, no pudiendo todos acceder a los programas de apoyo para desarrollar nuevos productos o para mejorar sus procesos de producción, siendo una barrera también para poderse organizar y crecer todos, expandiendo su mercado, potenciando los beneficios que brinda el producto.

Serra (2016) menciona que los aspectos como producción y comercialización han mejorado y ha fortalecido la competitividad de las empresas de algarrobo tanto a nivel nacional como internacional. Además, el consumo de algarrobina se está acrecentando gracias a la ayuda de entidades y grupos de apoyo del gobierno que promocionan los productos derivados del algarrobo, permitiendo fortalecer y mejorar la comercialización y producción de pequeños productores.

El resultado de esta investigación concuerda que muchos empresarios incluidos los entrevistados han recibido apoyo ya sea del gobierno y de otras instituciones, que les ha permitido fortalecer sus procesos, su capacidad empresarial y han logrado introducir con

mayor fuerza sus productos al mercado, como lo menciona Clemet (2018) que ha recibido mucho apoyo del gobierno regional de Piura, quienes los apoya en la participación en ferias a nivel nacional y cubriendo todos los gastos.

Sotomayor (2015) menciona que los pobladores asociados pueden mejorar sus condiciones económicas obteniendo mayores ingresos, mejorando su estatus de vida las familias que están directamente involucrados, además este tipo de proyectos hace que se expanda la producción en la provincia de Santa Elena, aprovechando las potencialidades del suelo para crear nuevos productos. Al ser una propuesta nueva los nuevos productos cambian la matriz productiva impulsado por el gobierno regional.

El resultado de esta investigación concuerda que la producción de derivados de algarrobo brinda muchos beneficios, teniendo muchas expectativas de crecimiento, los productores sienten que esta actividad se está promoviendo con fuerza, pero uno de los factores que los afecta es el cambio de la fuerza de la naturaleza y también las acciones de los hombres con el bosque. Los resultados demuestran que los empresarios han mejorado sus condiciones de vida, obtenido mayores ingresos, además de ello proteger el bosque que es su fuente principal del negocio, como menciona Palacios (2018) gracias a este negocio ha tenido la oportunidad de brindarles a sus hijos una buena educación superior, brindándole un negocio propio a su hija, además de ello se está reforestando plantaciones de algarrobo.

Espinoza y Díaz (2014) los pobladores ignoran los múltiples beneficios que obtendrían de la explotación y producción ordenada de los algarrobos y los pobladores desconocen como los medios de comercialización de productos de algarrobo pueden traerle mejores condiciones económicas, por lo que no están muy interesados en ampliar e invertir en su industrialización o comercialización.

Las conclusiones de esta investigación contradicen los puntos de los resultados de nuestra investigación desarrollada, ya que nuestro resultado nos muestra que en los lugares donde se ubican las empresas se tiene en cuenta los múltiples beneficios que les trae la comercialización de derivados de algarrobo y el consumo del mismo. El algarrobo es encontrado en los diferentes distritos de Piura y son aprovechados, tanto para crear su propio negocio dándole valor agregado o siendo una fuente de ingresos, con la venta directa de la materia prima.

Partiendo del marco teórico se analizará con referente a la información obtenida mediante la entrevista, observando si cumple con las teorías propuestas.

Según Giurfa (2012, p. 7) todo emprendedor es toda persona que emprende una aventura de viajar por lugares no conocidos, sin ninguna seguridad que después no podría reconocer el camino de regreso, pero con la idea de que esa aventura le puede hacer llegar el primero en algo. Como menciona Palacios (2018) solo se dedicaba a la agricultura, emprendieron el negocio sin conocimiento en procesos de producción y administración, sabiendo solo coger la lampa. Se puede afirmar que todo negocio que una persona emprende nace de una experiencia, y la posibilidad de crecimiento de la empresa puede crecer con la experiencia que se adquiere a través de los años y la formación que adquirimos.

Según Carrillo (citado por Jáuregui y Carmona, 2014, p. 22) un emprendedor se define como una persona que se caracteriza por ser decidido, que afronta riesgos, buscando la viabilidad de su proyecto, utilizando la innovación y creatividad, crea sus propios valores como el compromiso, la perseverancia y el esfuerzo. Por lo tanto, un buen emprendedor ha de reunir un conjunto de actitudes y aptitudes que debe tener en cuenta antes de iniciar su proyecto. Según los resultados obtenidos los emprendedores han afrontado diferentes riesgos, tomado decisiones importantes, todos los entrevistados han iniciado su negocio con algunos o todos los factores que menciona Carrillo que les ha permitido continuar con su negocio.

También se puede observar en la teoría de la producción de Vilcapoma (2002) quien menciona que en la producción influye la mano de obra y la tierra; de acuerdo a ellos para los productores es muy importante el factor tierra, así como la mano de obra del hombre, estando relacionadas entre, ya que sin ella no funciona lo demás que engloba una empresa.

Daniels, Radebauch y Sullivan (2013, p. 494) menciona que las características de los exportadores, los esfuerzos por dar a conocer el comercio internacional identifican a un productor y exportador exitoso, se concuerda con el acuerdo debido a que en la observación los productores que exportan son más exitosas debido al riesgo han tomado al decidir emprender en la internacionalización.

Michael Porter (citado por Canepa, 2004, p. 23-25) hace mención la razón por la cual muchas empresas multinacionales tienen éxito, esto es por su entorno y los factores que los

llevar a crecer en el mercado exterior. Estos factores los agrupa en cinco grupos: los recursos, la demanda, la oferta, las relaciones entre empresas, las administraciones públicas y la gestión empresarial, actualmente los emprendedores no tienen muy en cuenta estos factores, y si lo tuvieran el conocimiento sería muy básico, pero se puede lograr cumplir con algunos de los factores mencionados, especialmente los productores que ya están realizando exportaciones.

Sen, (2000) mencionaba que los aspectos primordiales del desarrollo era la satisfacción de las necesidades básicas de los individuos.

Como mencionan todos los entrevistados que emprendieron este negocio debido que buscaban mejores condiciones de vida de ellos y sus familias, de ello se deduce que la búsqueda de mejorar la calidad de vida, puede convertirte en un gran emprendedor, considerándose una base fundamental para el desarrollo económico del país.

V. CONCLUSIONES

1. Los resultados muestran que los factores del perfil del empresario de derivados de algarrobo son muy importantes en el momento de generar oportunidades de negocio y de su crecimiento con los años, pero los empresarios no comparten los mismos comportamientos homogéneos en las actitudes y características en el momento de tomar decisiones sobre las situaciones que enfrentan y se presentan a diario.
2. Los antecedentes educativos encontrados en los empresarios nos permiten llegar a la conclusión que los empresarios parecen presentar diversos antecedentes educativos, lo que nos demuestra que no son factores que los caracterizan. Si bien el nivel educativo puede ser un obstáculo para el crecimiento y desarrollo de un negocio, el nivel y el tipo de educación no tienen relación con el espíritu emprendedor de cada empresario.
3. El factor económico determina al emprendedor para iniciar su negocio, aunque muy pequeño sea la empresa, necesita de una elevada inversión para su mejoramiento. Los empresarios informantes iniciaron la empresa con sus propios ahorros y apoyo de organizaciones públicas y privadas.
4. En el aspecto psicológico el empresario inicio su negocio motivado por obtener mayores ingresos y obtener mejor bienestar para su vida, además se observó que tienen tolerancia al riesgo, por motivo que se apostaron por invertir en un negocio donde el producto no es muy reconocido y sin conocer los resultados de sus emprendimientos.
5. Se observó que el gobierno, así como organizaciones de ayuda, jugaron un rol muy importante para el emprendimiento de los productores de derivados de algarrobo en ese entonces, actualmente diversas instituciones siguen apoyando al crecimiento del rubro de productos de algarrobo a nivel de Piura como de otros departamentos del Perú.
6. Con respecto al factor gerencial, se observó 2 de los 5 entrevistados no muestran capacidad innovadora para implementar nuevas tecnologías a su centro de producción y el nivel de capacitación en cada empresario es baja, su aprendizaje proviene principalmente de su experiencia a través de sus propios aciertos y logros.
7. Los factores que han estimulado a los empresarios a emprender su propio negocio pueden ser categorizado en: motivos, circunstancias económicas, laborales, es decir

sucesos que al presentarse en un determinado contexto impulsaron a dichas personas a convertirse en emprendedores. También pueden ser consideradas a la existencia de personas cercanas que los motivaron y apoyaron para optar el emprendimiento.

VI. RECOMENDACIONES

1. La escasa relación entre el nivel educativo y la naturaleza de la empresa, denota que el sistema educativo no está influyendo en el fomento del emprendimiento, por lo que se recomienda constante estudio sobre el sistema educativo que se aplica más en las zonas rurales, de manera que pueda promover el desarrollo del emprendimiento a partir de la formación educativa.
2. Se recomienda a los productores trabajar en la atención al usuario tanto interno como externo, capacitarse en relaciones personales, ya que cada consumidor es diferente y poder trabajar en equipo con sus trabajadores y/o socios de cada emprendedor.
3. Un negocio no solo depende de las ventas y los procesos productivos, se tiene que trabajar en uno mismo como persona, para poder liderar el equipo a cargo, cumplir con todas las normas y leyes establecidas, para reducir obstáculos a la expansión de la empresa.
4. A partir de los resultados de la investigación se recomienda establecer estadísticas sobre la actividad involucrada con los derivados de algarrobo y del emprendimiento a nivel nacional e internacional, dado que actualmente son escasas y limitan el conocimiento sobre la actividad empresarial.
5. Se recomienda trabajar en su ámbito de trabajo físico, en el mantenimiento de sus maquinarias, y organización del proceso de elaboración, para acelerar los procesos productivos.
6. Para un negocio se necesita de mucha inversión, se recomienda crear estrategias para buscar el financiamiento, teniendo en cuenta la capacidad de endeudamiento para cada uno, ya que las grandes deudas pueden ser un factor para el cierre de cualquier negocio.
7. Para investigaciones futuras, se recomienda expandir el conocimiento, analizando si existe relación entre el perfil del empresario y el éxito en la actividad empresarial peruana en los diferentes mercados existentes.

VII. REFERENCIAS

- Aguirre, C., Tacza, A., Valderrama, W. y Vilca, K. (2016). *Planeamiento estratégico del Algarrobo*. (Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú). Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/7426>
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación*. (5ª ed.) México.
- Avolio, B. (2008). *Un estudio exploratorio del perfil de las mujeres empresarias en el Perú*. Tesis de grado de doctor, PUCP, Lima, Perú.
- Banco central de reserva - BCRP (2012) *Proyección de precios de exportación utilizando tipos de cambio: Caso peruano*. Recuperado de: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Documentos-de-Trabajo/2012/documento-de-trabajo-08-2012.pdf>
- Bucardo, A., Saavedra, M. y Camarena, M. (2015) *Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios*. *ScienceDirect*, 6(13), 98-107.
- Cámara, A. (2007) *Nivel de vida en el medio rural de Andalucía Oriental 1750-1950*. Granada, España: Universidad de Granada.
- Canepa, H. (2004). *Exportación para pymes*. Lima: Editora Palomino.
- Centro de Comercio Internacional y Comisión para la Promoción de Exportadores (2005). *La Clave del Comercio: Libro de Respuestas para las PYMES Exportadores*. Lima: Editorial.
- CEPAL (2008). *Sistema de Cuentas Nacionales (SCN 2008)*. Recuperado de <http://www.cepal.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/deype/publicaciones/externas/1/50101/P50101.xml&xsl=/deype/tpl/p54f.xsl&base=/deype/tpl/top-bottom.xsl>.
- Claver, E y Quer, D. (2012). *Estrategias de internacionalización de la empresa*. España: Ecu Editorial club universitario.
- Company, R. y Corominas, A. (1998) *Organización de la producción I, Diseños de sistemas productivos I*. Barcelona, España: Edicions UPC.
- Cruz, G. (2008). *Informe de avance sobre la cadena productiva de algarrobo en el Perú*. Recuperado de <http://docplayer.es/54668101-Informe-de-avance-sobre-la-cadena-productiva-de-algarrobo-en-el-peru.html>
- Daniels, J.; Radebaugh, L. y Sullivan, D. (2010) *Negocios Internacionales Ambientes y Operaciones*. Ciudad de México, México: Person Educación.
- Daniels, J., Radebaugh, L. y Sullivan, D. (2013). *Negocios Internacionales Ambientes y Operaciones*. México: Pearson Educación.

- De la Hoz, P. (2013). *Generalidades de Comercio Internacional*. Recuperado de http://www.esumer.edu.co/images/centroeditorial/Libros/fei/libros/generalidad_esdecomerciointernacional.pdf.
- Espinoza, J. y Díaz, L. (octubre de 2014). *Desarrollo de negocios utilizando algarrobo orgánico en la asociación de comuneros Sequion Olmos*. vol. 17 n. 34 Universidad San Marcos. Recuperado de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/iigeo/article/view/11385/10223>
- Gil, O. (marzo, 2017). Asociación entre el perfil del empresario y el éxito en el emprendimiento internacional. Recuperado de <https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/4758/Perfil%20del%20empresario%20y%20%C3%A9xito%20internacional.pdf?sequence=2>
- Giurfa, A. (2012). *Estudio de desarrollo emprendedor de la población joven en la provincia de Tacna*. Tacna, Perú: Universidad Privada de Tacna.
- Hagen, E. (1980). *The Economics of Development*. (3° ed.). Illinois: Richard D. Irwin.leiben.
- Hernández, R; Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6° ed.) México: Mg Graw-Hill Interamericana.
- Jacobs, M. (1996) *Nivel de vida y calidad de vida*. Barcelona, España: Icaria.
- Jáuregui, F. y Carmona, L. (2014) *Cómo convertir con éxito tu sueño en una empresa: 1001 consejos para triunfar como emprendedor*. Madrid, España: Editorial Almuzara.
- Kirzner, I. (1979). *Perception, opportunity and profit. Studies in the theory of entrepreneurship*. The university of Chicago Press.
- Leibenstein, H. (mayo, 1968). *Entrepreneurship and Development*. American Economic Review, 58 (2), 72-83.
- Morgan, L. (2012). *Teoría y técnica de la entrevista*. (1ª ed.) México.
- ONU - OMS (1990). *Definición y medición internacional del nivel de vida*. Recuperado de: https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesE/SeriesE_cn3_270_rev1S.pdf
- Sabino, C. (1992). *El Proceso de Investigación*. Recuperado de <http://portal.eco.unc.edu.ar/files/Biblioteca/Gu%C3%Ada/ProcesoInvestigacion.pdf>
- Salvo, A. (2017). *Plan de empresa para la creación de una industria transformadora de algarroba*. Recuperado de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/85946/TRABAJO%20FINAL%20DE%20CARRERA%20MARIA%20AMPARO%20SALVO%20MILLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Say, J. B. (1840). *Tratado de Economía Política*. Fondo de Cultura Económica: México

- Sen, A. (2000). *Desarrollo y libertad*. Barcelona: Planeta.
- Servicio Nacional Forestal Y De Fauna Silvestre – SERFOR (2017). Política nacional forestal y de fauna silvestre y su relación con los bosques secos. Recuperado de <http://aider.com.pe/corefor/ponencias/PPT%20VERO%20Exposicion%20Bosques%20Secos%20Nuevo%20Formato%2009.11.2017.pdf>
- Schumpeter, J. (1912). *Theory of economic development*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=UD4rDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Schumpeter%27s,+Theory+of+economic+development&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwi2ibNpczXAhUHUSYKHZclB20Q6AEIJTAA#v=onepage&q=Schumpeter's%20Theory%20of%20economic%20development&f=false>
- Serra, S. (2016) *Estudio del proceso y modelo asociativo empresarial para la producción tecnificada de algarrobina*. (Tesis de Pregrado), Universidad de Piura.
- Smith, A. (1976). *La riqueza de las naciones*. Reino Unido: Editorial Wiliam. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=aMPZDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=adam+smith+la+riqueza+de+las+naciones&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwismfbu0KPUAhVGMMyYKHQjSCUAQ6AEIIDAA#v=onepage&q=adam%20smith%20la%20riqueza%20de%20las%20naciones&f=false>
- Sotomayor, C. (2015). *Evaluación financiera para la elaboración y comercialización de productos derivados del algarrobo en las comunas de la parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena*. (Tesis de Magister), Universidad de Guayaquil.
- Tous, J. (2017) *Situación y mejora del cultivo del algarrobo, con especial referencia a la recolección mecanizada*. Recuperado de https://ruralcat.gencat.cat/c/document_library/get_file?uuid=c1bdc850-a702-49b7-86c2-a826cde9ded0&groupId=20181
- Veciana, J. (1999). *La creación de empresas: Un enfoque empresarial*. Barcelona, España: La Caixa
- Velásquez, G. (2012). *Administración de los sistemas de producción*. 6° edición. México: Limusa.
- Vilcapoma, L. (2002). *Teoría de la producción y costos: una exposición didáctica*. Disponible en <http://departamento.pucp.edu.pe/economia/images/documentos/DDD123.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN

OBJETO DE ESTUDIO	PREGUNTA GENERAL DE INVESTIGACION	OBJETIVO GENERAL DE INVESTIGACION	PREGUNTAS DE INVESTIGACION	OBJETIVOS ESPECIFICOS DE INVESTIGACION	CATEGORIAS	SUB-CATEGORIAS
Productores y exportadores de derivados de algarrobo	¿Cuáles son los factores del perfil de los empresarios que han contribuido al desarrollo de la producción de derivados de Algarrobo de Piura para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos - 2018?	Determinar los factores del perfil del empresario que contribuyen al desarrollo de la producción de derivados de Algarrobo en Piura para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos – 2018	¿Es el factor económico determinante para el desarrollo de la producción de derivados de Algarrobo de Piura para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos -2018?	Determinar si el factor económico contribuye el desarrollo de la producción de derivados de Algarrobo de Piura para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos – 2018	económico	Obtención de Recursos
			¿Es el factor sociocultural determinante para el desarrollo de la producción de derivados de Algarrobo de Piura para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos -2018?	Determinar si el factor socio cultural contribuye el desarrollo de la producción de derivados de Algarrobo en Piura para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos – 2018	Socio cultural	Tolerancia al riesgo Necesidad de logro
			¿Es el factor psicológico determinante para el desarrollo de la producción de derivados de Algarrobo de Piura para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos -2018?	Determinar si el factor psicológico contribuye el desarrollo de la producción de derivados de Algarrobo de Piura para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos – 2018	psicológico	institucional político
			¿Es el factor gerencial determinante para el desarrollo de la producción de derivados de Algarrobo de Piura para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos -2018?	Determinar si el factor gerencial contribuye el desarrollo de la producción de derivados de Algarrobo de Piura para la exportación hacia el mercado de Estados Unidos – 2018	gerencial	innovación Proceso y tecnología

Anexo N° 2 Recolección de datos de la entrevista a productores y exportadores de derivados de algarrobo de Piura, 2018

Santos Toribio Palacios Silupu, administrador de la empresa (SANTA MARIA DE LOCUTO) productor de derivados de algarrobo, la empresa comenzó su producción el 5 de enero de 1994, con padres que solo se dedicaron a la agricultura en el pueblo de Angostura, quien solo tiene el grado de estudio de 4° año de secundaria, nacido en Angostura, a los 17 años empezó a trabajar, trabajó en negocios como panadería, vendía tamales en la calle, en el campo no hay ingresos solo es para sobrevivir no pasa del sueldo mínimo, antes de iniciar el negocio vinieron caritas en 1984, ayudaban a personas necesitadas y vieron la necesidad que había acá en el campo, todo lo que abarca la comunidad observaron que el algarrobo se desperdiciaba y vieron la oportunidad de cómo ayudar a las personas, y nos enseñaban a trabajar en otros oficios, nos enseñaron a hacer eternit, ladrillo, entre otros trabajos, todos conocemos una parte de la algarrobina que lo llamamos Llopicin que solo es el líquido, pero nadie sabía hacer el preparado para la algarrobina pero CARITAS nos enseñó a realizarlo, ahí decidimos formar la empresa, con la algarrobina hemos tenido mayores ingresos, al capacitar a todos tenemos incentivos extra en la empresa, he trabajado en la empresa Algarrobo Orgánicos Del Perú en lima, he viajado a ecuador he creado una empresa en cuanto a algarrobina, en la empresa hay miembros de mi familia como mis hermanos y hermanas que me apoyan con la comercialización del producto, somos un grupo de socios (pobladores) pero yo administro todo el negocio, las ventas se controlan a diario, todo ingreso y salida se registra manualmente en el cuaderno, el dinero se saca de las ventas, años atrás habían instituciones que nos apoyaban en cuanto a maquinaria y técnicas de administración, a través del apoyo de otras instituciones se han llegado a sembrar plantaciones de algarrobo, más de 5 mil hectáreas se han quemado en los últimos años, pero con el apoyo de estas instituciones se está reforestando y nos ayuda a abastecernos, el año pasado vino un ingeniero que querían exportar a Canadá 30 toneladas de harina de algarrobo, se perdió la venta porque no había materia prima, ahora las decisiones se toman en las reuniones con todos los del grupo, salvo en algún inconveniente urgente se toman inmediatamente, hemos realizado varios planes a lo largo de los años, pero cada semana se realizan planes, de que se va a realizar al siguiente mes, se trabaja con los familiares de los socios, en alguna urgencia se llama a personal que conozca el manejo del proceso de la producción, todo el personal recibe capacitación en cada función de los procesos

productivos, si falta uno el otro puede realizar el mismo proceso sin complicación, hemos recibido financiación en maquinaria, hace 10 años un proyecto de Perú Japón nos donó una maquinaria valorizado en 92000.00 soles, los trabajadores son mixtos, nos hemos capacitado en la universidad de Piura, el volumen de producción es de 100 a 200 toneladas al año entre todos los productos, harina de algarrobo 1 tonelada por mes, al final de año se realiza un balance y para navidad los trabajadores reciben su canasta y su incentivo monetario, nuestras familias, que acopian el algarrobo nos apoyan en materia prima que nos dan el producto con opciones de pago, ahora ya no trabajamos con el apoyo de otras organizaciones, ahora a nosotros nos buscan para capacitar a los demás que quieren iniciar su propio negocio. Hemos enfrentado muchos retos, como fuimos una de las primeras empresas hemos tenido que promocionar nosotros mismos los productos, recorriamos las calles con muestras casa por casa, para venderte una botella de miel o algarrobina tenías que caminar por mucho tiempo. En lima con el apoyo de radio programa pudimos demostrar la preparación de la algarrobina en campo de marte en la calle, llevamos leña y todo los insumos y nos paramos a cocinar ya que no lo conocían y nos empezaron a invitar a las ferias de alimentos, y empezaron a realizarnos pedidos, participamos tres años en mistura, pero ahora ya no asistimos, basta que vean un producto con la etiqueta y nos reconocen, cada vez que vienen un cliente le entregamos una tarjeta de presentación, la manera que utilizamos de tener contacto con el negocio, uno debe de estar preparado para todo, como llegar al cliente, enamorar al cliente, la clave del éxito es esa, muchos quieren hacer algo, pero queda ahí, no tienen la iniciativa o sueños para empezar, tienes que tener las ganas, los sueños y ser positivo nunca negativo, yo siempre digo la gente es pobre porque piensa como pobre, si la gente es rica piensa como rica, tengo 4 años en la administración, antes el personal llegaba no te hacían caso, cuando ingrese reuní a todos, yo pongo tareas a cada uno, de la puerta hacia dentro soy su jefe, pero fuera somos amigos, hermanos nos bromeamos, jugamos, dentro de la planta no hay hermanos, cuñado, enamorado, negocio es negocio, la empresa estaba a punto de quebrar, el administrador anterior debía 80 000 soles al banco, yo en un año cancele toda la deuda y empecé a renovar maquinaria, para crear una empresa los tramites no son largos, teniendo todo en regla es un proceso es rápido, pero si tienes que tener dinero para realizar los trámites de la creación de la empresa, existe gente que te quiere ver estancada, te pone peros, la empresa está bien al 100 % tenemos capital, estamos comprando maquinarias, la infraestructura la hemos cambiado, la calaminas, se ha construido, se está cambiando los servicios para los trabajadores, el almacén, muchos te dicen que te vas a esclavizar en la

empresa, te desaniman, quisimos expandir hemos tenido un local en Minka pero la persona encargada de ahí, se adueñó a pesar de que la empresa pago y tenía todos los papeles del local, no sé cómo lo hizo pero al principio vendió con nuestra marca, pero le cerramos el acceso al producto, en clima tenemos clientes y les entregamos de acá directamente, pero vemos que en lima, especial en Lima norte se consume, estamos buscando de aquí a 5 meses un local a lima norte, llevar a granel y embazar para entregar a menor tiempo, poner a una persona de acá de la empresa que quiera ir y mejorar su forma de vida, hemos exportado a Holanda, Italia, Canadá, Estados Unidos, la semana pasada se ha lleva 1 tonelada de algarrobina y polvo, en Mincetur me están apoyando para exportar directamente con el nombre de la empresa, son 5 empresas que exportar nuestro producto, pero nos gustaría que salga producido y distribuido por nuestra empresa. Con el administrador anterior se dejó de pagar la certificación orgánica, pero seguimos trabajando de la misma forma sin químicos sin contaminación, solo falta volver a tener la certificación, hemos ganado reconocimientos como la algarroba de plata y premio a la calidad. Me quisieron llevar a Alemania, me querían pagar 3000 dólares líquido, me ponían casa, alimento, todo, pero la familia de mi esposa no quiso, si no otro fuera mi destino, si me dicen hay un trabajo nosotros vamos. Mis hijos ahora estudian en la universidad, le voy a poner su propio negocio a mi hija, su panadería que tanto quiere, si hubiera seguido en la chacra, no hubiera logrado lo que tengo ahora.

Estela Arroyo Mío administrador de la empresa (ECOBOSQUE) productor de derivados de algarrobo, Nació en pedregal sus padres nacieron ahí, estudio en tambo grande 3 ° secundario, la idea nació cuando yo trabajaba, he recibido capacitaciones, trabaje en una empresa de mango para exportación ,empecé a trabajar a los 30 años, me encontraba en bajos recursos económicos, ya tenía experiencia en cómo era el trabajo no tenía experiencia en este proceso, la universidad de Piura nos ayudó a capacitar, a cómo manejar una empresa, si hay miembros de mi familia, mis padres no han sido empresarios, tenemos un control dentro de la empresa, el capital es propio no trabajamos con ninguna entidad, hacemos reunimos , hacemos balance, con los integrantes para ver cómo vamos avanzando, cuando iniciamos no realizamos ningún plan, no realizamos muchos planes, si desea trabajar lo contratamos no más, nunca hemos utilizado financiamiento de bancos lo fundamos en el año 2004, la empresa está formada de mujeres, tenemos 16 trabajadores, la idea nació por la necesidad misma y como había una empresa ya de algarrobo, dijimos por que las mujeres no podemos, nos apoyaron en capacitación , en maquinarias en sacar los registros sanitarios hemos

producido 2 kilos de algarrobina, por intermedio de familiares conseguimos clientes, ahora estamos trabajando con centro de ideas programa SECO, nos están apoyando a buscar mercado, no hemos recibido apoyo para poder exportar, no pertenecemos a ninguna asociación empresarial, tener la voluntad de tener este negocio y ser formales, cuando nos contactamos con los clientes tenemos que darla seguridad y honestidad de que el producto es de calidad, gracias a la experiencia de las empresas y ganas de trabajar debemos de saber afrontar los obstáculos con paciencia, para la creación de una empresa al inicio para formalizarle si es largo ya que a veces no se tiene conocimiento de cuáles son los tramites, la empresa está buscando un fondo para mejorar el local, las mismas dificultades del inicio de la empresa son las mismas que tenemos ahora, no nos atrevemos a trabajar con un banco ya que si el producto no sale no sabes cómo se va a pagar, el producto que lo hacemos es de forma artesanal, se realiza sin químicos, nos hace falta la infraestructura para exportar, han venido gente de otros países y han llevado el producto para llevarlo, pero en volúmenes grandes no estamos preparados, tenemos la capacidad pero no estamos preparados, algarrobina, 4 en 1 , miel de abeja, harina de algarrobo, pan de algarrobo. Al inicio muchos problemas, gracias a la universidad pudimos obtener capacitación y maquinarias. Nos ayudaron a mejorar el cambio organizacional y cambio administrativo, ahora llevamos todo el control de las ventas, ingresos y egresos, cuanto se procesa por día, con el cortado mejoramos una buena presentación, los clientes lo están viendo con cambio agroindustriales. Con este trabajo he logrado construir mi casa, darles una buena educación a mis hijos, ahora tenemos una carretera construida, el transporte es más rápido a la ciudad de Piura, el tiempo de traslado es menor a la de antes, tenemos los servicios básicos, el gobierno ha construido un coliseo.

María Eliza Calle Córdova, dulce natura, nació en tambo grande, 5 ° secundaria, por necesidad, ya había terminado de estudiar, no sola inicie, comercialización y exportación de mango a partir de que terminamos de estudiar en la empresa el Edén , en la planta procesadora, a los 17 años, yo solo ayudaba a las cosas domésticas, a la chacra, a la crianza de animales, el trabajo anterior influyo en la creación de empresa, la universidad e Piura, nos apoyaron en capacitación de ahí salió la idea de formar la empresa, la empresa está formada por mis hijos y demás pobladores, que nos proveen, con la leña, la algarroba, llevamos el control del producto, cuanto ingresa cuanto sale, control de envasados, etc. Sacamos préstamo, para comprar el algarrobo de crediscotia para empezar el negocio, si uno

descuida el negocio, hay bajas perdiendo el capital que inviertes, como iniciamos con poco no hicimos un plan, cada año se ve la utilidad y ver que se va hacer el otro año, al contratar el personal, no tenemos requisitos para dar el trabajo, la empresa se fundó en el 2005, somos 5 trabajadores, la misma necesidad, la falta de dinero que teníamos, y el un aliento muy nutritivo, 200 quintales, mensual como 30 baldes de 25 kilos, trabajamos con las tiendas, que venden jugos y los familiares que se encargan de recorrer el producto, el fondo de las Américas nos apoyaron, la capacitación nos ayudó a cómo vender a ingresar al mercado, teníamos experiencia, para crear una empresa.

Víctor Durand Alama estudio la carrera de enfermería, la idea de crear su propio negocio nació al trabajar en un rubro semejante a su propio negocio y por necesidad de sacar adelante a su familia, he recibo cursos, mi primer empleo fue trabajar en limpieza en una empresa, empecé a trabajar desde los 12 años, e trabajo en 3 empresas grandes, el último trabajo donde he estado fue en una empresa que exportaba miel al mercado de Estados Unidos y Alemania fui el jefe en la zona de Chulucanas, la idea de mi negocio salió desde ahí, me apoyaron mis amigos de la misma rama, yo me encargo de realizar toda la parte administrativa, el capital lo obtengo por las ventas, las decisiones son radicales, las decisiones se toman de inmediato, se realizan planes a diario, el personal no es parte de mi familia son personas externas, no tienen especialización aprenden acá, empecé hace 30 años, actualmente tengo 4 trabajadores y producimos un aproximado de 75 kilogramos diario de algarrobina, empecé a trabajar con mis ahorros y de mi liquidación de mi trabajo anterior, uso préstamo financiero, formo parte de la asociación de productores del alto Piura, hemos tenido retos familiares, no tenía suficiente experiencia , me he ido capacitando en todos los procesos, para crear una empresa los tramites son fáciles, nosotros enviamos el producto a Ecuador, se envía vía terrestre, nosotros hacemos nuestra propia logística.

Elza Clemet viuda De Los Santos, nací en Talara, estudie en Talara y negritos, 5° grado de primaria, la idea nació cuando yo ya trabajaba, cuando me case deje de trabajar, luego empecé a trabajar por el bienestar de los niños en PRONAA, que apoya a muchas personas muy necesitadas, yo tenía muchos contactos, una vez fui a una tienda electrodoméstica y el encargado me dijo si quería trabajar, yo le dije primero tenía que hablar con mis padres, luego de eso el hablo con mis padres y empecé a trabajar, un ingeniero de los programas de comedores me enseñó a manejar el cardex, todos los procesos, por enfermedad de un familiar del ingeniero me dejo a cargo del programa que se estaba desarrollando, luego me nombraron

coordinadora de 16 comedores populares, me gustaba ver el bienestar del grupo, les preguntaba que es lo que querían aprender a hacer, yo hable con el ingeniero de la universidad, que querían progresar, la mayoría mujeres madres solteras, gracias a ellos formamos nuestra empresa, hemos recibido muchos cursos, la ONG Manuela Ramos nos ha apoyado mucho, nos ha brindado capacitaciones en cursos, gracias a ello he viajado a provincias con la algarrobina, trabajamos el algarrobo para crear productos medicinales, mi primer empleo en una empresa comercial, trabaje desde los 19 años, íbamos a la universidad a ver como se preparaba la algarroba, el gobierno nos apoyó con la maquinaria, de mi familia solo yo trabajo en la empresa, para irme a una feria a Huancayo nos reunimos y me eligieron para viajar a mostrar el producto, primero hacíamos actividades, como vender mazamorra morada, de piña para reunir el dinero para comprar los insumos, luego ya sacamos préstamos para implementar mas maquinaria, el jefe del gobierno regional nos apoyaron en los trámites para crear la empresa, crearon el plan, pagaron todos los tramites, voy a capacitación de repostería para implementar con los productos, de las mismas ventas compramos las maquinarias, si alguien quiere comenzar en el negocio, les recomendamos que si son de comedores formen su grupo y los capacitamos para formen su propio negocio. Son 30 trabajadores, las madres cuando tienen niños muy pequeños los limita, a veces vienen a veces no, nos organizamos de quienes van a hacer las cosas, ponemos tareas, mi familia me apoyan en las ventas, no hemos recibido apoyo para poder exportar, la mayoría de apoyo para ferias, nos apoya el gobierno regional, nos cubre los gastos, cuando iniciamos la gente mucho hablaba con malas intenciones, como yo me encargaba de dirigir los comedores, hacia actividades para los niños desnutridos, como gestionaba muchos locales de alimentos, inventaban chismes, hemos realizado muchas reuniones para ver quien se encargaba de todos, si no tienes voluntad para iniciar, no lo lograras es cuestión de cada uno, los tramites son fáciles, las autoridades nos han apoyado en los tramites, la empresa está muy bien, el MINCETUR se ha contactado para ir a una feria, si quieres progresar, tienes que luchar, en el camino encuentras trabas pero tienes que seguir, el ingeniero que nos ha apoyado se llama Tomas Gonzales. Las madres con los ingresos han podido darles buenas cosas a sus hijos, sacarlos adelante.

ANEXO

Instrumento De Recolección De Datos (Entrevista)

Objetivos	Preguntas orientadoras
Antecedentes Demográficas	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Dónde nació usted? • ¿Dónde nacieron sus padres?
Antecedentes Educativos	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es el lugar de estudio? • ¿Cuál es su nivel de estudio? • ¿La idea empresarial nació cuando estudiaba o al trabajar o por una necesidad? • ¿En sus estudios ha recibido alguna formación o creación de empresa?
Antecedentes laborales	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál fue su primer empleo? • ¿A qué edad empezó a trabajar? • ¿Alguna vez trabajó en una empresa? • Antes de independizarse ¿en qué situación laboral se encontraba? Y qué sector ejercía su labor • ¿Cuál fue su último empleo antes de ser empresaria? • ¿Influyo el trabajo anterior para formar este nuevo negocio? • ¿Ha tenido una experiencia laboral similar a la de su actual negocio? • ¿Cómo y qué personas la ayudaron en la decisión de formar su empresa?
Antecedentes Familiares	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Dónde vive su familia (para entender la situación económica familiar)? • ¿Hay miembros de su familia que trabajan en su negocio? • ¿Sus padres o tutores fueron empresarios?
habilidades administrativas gerenciales	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo administra el negocio? • ¿Cómo obtiene capital? • ¿Cómo toma sus decisiones sobre la organización de la empresa? • ¿Realizo un plan de empresa? ¿Quién lo ayudo? • ¿Cada cuánto tiempo hace planes para su empresa? • ¿Cuál es su política de contratación de personal? • ¿Utilizo esto como fuente de financiación? o ¿Qué tipo de financiación ha recibido?
Naturaleza de sus empresas	<ul style="list-style-type: none"> • ¿En qué año fundó formalmente la empresa? • ¿Cómo es su empresa y a qué sector pertenece? • ¿Comparte la propiedad de su empresa con otra persona? • ¿Cuántos trabajadores tiene usted en su empresa? • ¿Cómo surgió la idea de su negocio? • ¿Cuál es su volumen de producción al año? • ¿Cuáles fueron las fuentes de capital para iniciar su negocio? • ¿Política de conciliación laboral y familiar?
Factores que las han estimulado para hacer el negocio	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué tipo de apoyo recibe de sus familiares o contactos que le permita desarrollar de mejor manera su negocio? • ¿Conoce alguna ONG u organización que le pueda brindar apoyo para el desarrollo de su negocio? • ¿Ha obtenido respaldo de programas de apoyo a la internacionalización? ¿De qué instituciones? <li style="padding-left: 20px;">• ¿Pertenece a alguna asociación empresarial? ¿Y cómo lo favorece esta?
Obstáculos para el desarrollo de sus empresas	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles han sido los mayores retos para iniciar y operar su negocio? • ¿Tenía la suficiente experiencia administrativa para iniciar su negocio o fue un obstáculo? • ¿Ha habido cambios con respecto a la forma jurídica? • ¿Considera que son largos los trámites para la creación de la empresa? Y ¿cuáles son las situaciones actuales de las empresas? • ¿Las dificultades que se encontró en el momento de la creación de su empresa es la actual dificultad que existe? •

Anexo N° 4
Ficha de Observación

FICHA DE OBSERVACION

EMPRESA VISITADA:				
NOMBRE DEL ENTREVISTADO:				
TITULO DE INVESTIGACION:				
FECHA:				

CRITERIOS	PUNTUACION			
	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE	MALO
ORDEN Y LIMPIEZA				
ILUMINACION DEL PUESTO DEL TRABAJO				
MAQUINARIA				
DISTRIBUCION DE ESPACION DE TRABAJO				
CONTROL DE INVENTARIO				
COMUNICACIÓN FLUIDA				
ATENCION AL CLIENTE CON CALIDEZ				
TRABAJO EN EQUIPO				
PROACTIVIDAD				
INNOVACION DE PRODUCTOS				

FIRMA DEL INVESTIGADOR	
-------------------------------	--

Anexo N° 5

Cronograma de Aplicación de Entrevistas

N°	SUJETO	CARGO	CENTRO LABORAL	DIRECCIÓN	SITUACION / FECHA DE ENTREVISTA
1	Santos Toribio Palacios Silupu	Administrador	SANTA MARIA DE LOCUTO SRL	Locuto S/N – Tambogrande - Piura	Realizada / Fecha de entrevista: 30 de abril
2	Estela Arroyo Mio	Administradora	ECOBOSQU E	Locuto S/N – Tambogrande - Piura	Realizada / Fecha de entrevista: 30 de abril
3	María Elisa Calle Córdova	Administradora	DULCE NATURA SRL	Locuto S/N – Tambogrande - Piura	Realizada / Fecha de entrevista: 30 de abril
4	Victor Durand	Administrador	APICOLA DURAND	Jr. Ayacucho 1101 chulucanas - piura	Realizada / Fecha de entrevista: 12 de mayo
5	Elza Clemet Guzman	Administradora	MI ALGARROBO	Av Jose Carlos Mariategui N° 125, Campo Polo Castilla - Piura	Realizada / Fecha de entrevista: 19 de mayo

Anexo N° 6

Organizaciones e instituciones que apoyan y fomentan el emprendimiento empresarial en Piura

CiteAgroPiura

Centro de innovación tecnológica agroindustrial de piura, este centro tiene como finalidad promover el desarrollo industrial de las empresas asegurando soluciones técnicas, que permitan incrementar la productividad, brindando asistencia técnica, servicios tecnológicos, capacitación e información de los mercados. Dentro de los servicios que se brindan para incrementar la productividad está el análisis de suelo, agua y fertilizantes; proyectos de investigación, desarrollo e innovación; diseño de nuevos productos agroindustriales, apoyo en la elaboración y actualización de normas técnicas. Se desarrolla por la unión de distintas instituciones como: Asociación de productores de mango (PROMANGO), Asociación Regional De Productores De Algarrobina (ARPAL), Cámara De Comercio Y Producción De Piura (CAMCO PIURA), Central Piurana De Cafetaleros (CEPICAFE), Centro Ecueménico De Promoción Y Acción Social (CEDEPAS NORTE) y Universidad de Piura (UDEP).

Centro Ideas

Es una organización que promueve el desarrollo humano sostenible, apoyando los esfuerzos de organizaciones, autoridades y ciudadanos innovadores que enfrentan la pobreza y la discriminación que crean valor agregado e incrementan las capacidades sociales.

Busca aportar al desarrollo territorial, que promuevan la gobernabilidad democrática, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, mostrar buenas experiencias

de gestión local que evidencien la viabilidad de la cadena de valor de la agricultura ecológica, que contribuya a la calidad de vida y contribuir al incremento de las capacidades de los líderes de las instituciones para mejorar su desempeño en la gestión de desarrollo.

Fondo de investigación y desarrollo para la competitividad - FIDECOM

El gobierno del Perú liderado por el Ministerio de Producción creó este fondo el 24 de julio de 2014 con una cuenta con 200 millones de soles para promover la investigación y desarrollo de proyectos de innovación productiva. Tienen como objetivo cofinanciar proyectos innovadores para desarrollar y fortalecer capacidades de generación de conocimientos tecnológicos para la innovación y desarrollo y de gestión empresarial de los trabajadores y guías de las microempresas. Incrementar la innovación de los procesos productivos empresariales, impulsar el emprendimiento, facilitar la adaptación de tecnologías para las empresas. Buscando incrementar la productividad empresarial mediante el fortalecimiento de empresas, emprendedores y entidades de soporte.

Anexo N° 7

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

criterios	indicadores	Inaceptable					Minimamente aceptable							
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje comprensible													<input checked="" type="checkbox"/>
OBJETIVIDAD	Esta adecuado a las leyes y principios científicos													<input checked="" type="checkbox"/>
ACTUALIDAD	Esta adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación													<input checked="" type="checkbox"/>
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica													<input checked="" type="checkbox"/>
SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales													<input checked="" type="checkbox"/>
INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las variables de la hipótesis													<input checked="" type="checkbox"/>
CONCISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos													<input checked="" type="checkbox"/>
COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas, objetivos hipótesis, y variables e indicadores.													<input checked="" type="checkbox"/>
METODOLOGIA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr probar los supuestos													<input checked="" type="checkbox"/>
PERTINENCIA	El instrumentos muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.													<input checked="" type="checkbox"/>

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Luis Manuel Goicochea Espinoza DNI: 8.900.801

Especialidad del validator: Economista

¹ Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

² Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³ Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Lima, 26 de junio de 2018

[Firma]
Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

criterios	indicadores	Inaceptable					Mínimamente aceptable							
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje comprensible													
OBJETIVIDAD	Esta adecuado a las leyes y principios científicos													
ACTUALIDAD	Esta adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación													
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica													
SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales													
INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las variables de la hipótesis													
CONCISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos													
COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas, objetivos hipótesis, y variables e indicadores.													
METODOLOGIA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr probar los supuestos													
PERTINENCIA	El instrumentos muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.													

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] No aplicable [] Aplicable después de corregir []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Mgtr. Lic.: MANSILLA GUPIS ANA G. DNI: 05776292

Especialidad del validador: ANÁLISIS DE CONTENIDO

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Lima, 26 de junio de 2018


 Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

criterios	indicadores	Inaceptable					Minimamente aceptable							
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje comprensible													✓
OBJETIVIDAD	Esta adecuado a las leyes y principios científicos													✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación													✓
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica													✓
SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales													✓
INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las variables de la hipótesis													✓
CONCISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos													✓
COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas, objetivos hipótesis, y variables e indicadores.													✓
METODOLOGIA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr probar los supuestos													✓
PERTINENCIA	El instrumentos muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al metodo científico.													✓

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr./ Mgr./ Lic.: MICHAELA ROS ENRIQUE OMAR DNI: 07912826

Especialidad del validador: MAESTER EN ADMINISTRACION

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entienda sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Lima, 26 de junio de 2018



Firma del Experto Informante

Anexo N° 8
Fotos de los empresarios









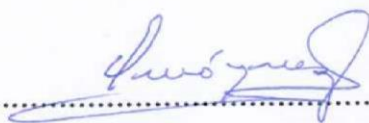


Yo, Orlando Juan Marquez Caro, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo Lima Norte, revisor (a) de la tesis titulada

"Perfil del empresario productor de derivados de algarrobo de Piura para la exportación al mercado de Estados Unidos, 2018", del (de la) estudiante Maira Jazmín Nizama Pasache, 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... Lima, 10 de Julio del 2018



Firma

Orlando Juan Marquez Caro

DNI: 09075930

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

PERFIL DEL EMPRESARIO PRODUCTOR DE DERIVADOS DE

ALGARROBO DE PIURA PARA LA EXPORTACION AL MERCADO

DE ESTADOS UNIDOS, 2018

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTOR:

NIZAMA PASACHE, MAIRA JAZMIN

ASESOR:

Españado a ev.tumtln.com...

13%

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias	
1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet 3%
2	documents.mx Fuente de Internet 2%
3	pihuia.udlap.edu.pe Fuente de Internet 1%
4	www.cuba.ru Fuente de Internet 1%
5	reliteco.mx Fuente de Internet 1%
6	revistainvestigacion.u... Fuente de Internet 1%
7	www.pucp.edu.pe Fuente de Internet 1%
8	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante 1%
9	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante 1%
10	scielo.iics.una.py Fuente de Internet <1%
11	psyco.blogspot.com Fuente de Internet <1%



FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: Maira Jazmin Nizama Pasache
D.N.I. : 72497474
Domicilio : Mz B Lt 10 AA.HH. 6 de Agosto, Tahuantinsuyo -
Ventanilla
Teléfono : Fijo : Móvil : 986627183
E-mail : jazmin049617@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales
Escuela : Negocios Internacionales
Carrera : Negocios Internacionales
Título : Licenciado en Negocios Internacionales

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :

Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres: Nizama Pasache Maira Jazmin

Título de la tesis:

Perfil del empresario productor de derivados de algarrobo de Piura para la exportación al mercado de estados unidos, 2018

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:

11/02/2019



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 de Negocios Internacionales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Maira Jazmin Nizama Pasache

INFORME TÍTULADO:

Perfil del empresario productor de derivados de algarrobo de Piura
para la exportación al mercado de estados unidos, 2018


PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciado en Negocios Internacionales

SUSTENTADO EN FECHA: 12/07/2018

NOTA O MENCIÓN: 14




PIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN