



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**PERFIL DEL EMPRESARIO EMPRENDEDOR PARA LA
EXPORTACIÓN DE PISCO EN CHINCHA - ICA, 2018**

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

AUTOR:

NATHALY KEYLA VALENCIA CALDERÓN

ASESOR:

MG. RICARDO COSIO BORDA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA-PERÚ

2018

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) Nathaly Keyla VALENCIA CALDERON cuyo título es: Perfil del empresario emprendedor para la exportación de pisco en Chincha - Ica, 2018.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 16 (número)
Dieciséis (letras).

Lima Norte (o Filial) 6 de 12 del 2018



 PRESIDENTE
 Dr. Zegama Arellano, Claudia



 SECRETARIO
 Mg. Corzo Borda, Ricardo



 VOCAL
 Mg. Cavena Egusquiza Varojo, Lauraluz

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

Dedicatoria

Esta tesis está dedicada a mis padres, a mi esposo y hermanos por todo su apoyo brindado en todo momento, pudiendo así culminar con éxito mi carrera.

Agradecimiento

A Dios por darme la vida.

A mi familia por la guía y apoyo brindado.

A mi esposo por su amor y apoyo constante.

A mi Institución Policial por su apoyo continuo

A mi asesor Mgtr. Ricardo Cosio Borda, por su comprensión y orientación en el desarrollo de la presente investigación

Declaración de Autenticidad

Yo Nathaly Keyla Valencia Calderón estudiante de Negocios Internacionales de la Universidad Cesar Vallejo, identificada con DNI: 47163302, con la tesis titulada Perfil del empresario emprendedor para la exportación de pisco en Chincha – Ica, 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.

Presentación

Señores miembros del Jurado:

Se presenta la tesis titulada: “Perfil del empresario emprendedor para la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018”, para obtener el grado académico de Licenciada en Negocios Internacionales

La tesis consta de seis capítulos, el Primer Capítulo es la Aproximación Temática, el Segundo Capítulo es sobre el Método de la Investigación, el Tercer Capítulo se muestra la Descripción de los 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 las características del perfil del empresario emprendedor han favorecido al desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018.

La autora

ÍNDICE

PAGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARACION DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Aproximación Temática	1
1.2 Marco Teórico	9
1.3 Formulación de problema	17
1.4 Justificación del estudio	17
1.5 Objetivos del trabajo de Investigación	19
II. MÉTODO	20
2.1 Diseño de investigación	20
2.2 Método de muestreo	20
2.3 Rigor Científico	21
2.4 Análisis Cualitativo de los Datos	22
2.5 Aspectos Éticos	22
III. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	23
IV. DISCUSIÓN	37
V. CONCLUSIONES	40
VI. RECOMENDACIONES	41
VII.REFERENCIAS	42
ANEXOS	47

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Perfil del empresario emprendedor para la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018”, tienen como objetivo principal determinar si las características del perfil del empresario emprendedor han favorecido al desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018”.

La presente investigación tiene un enfoque Cualitativo y se ha utilizado la Teoría Fundamentada en este estudio para la presentación de los resultados e interpretación se utilizó la triangulación de método de recolección de datos, finalmente se concluye que las características del perfil del empresario emprendedor son muy importantes en la generación de oportunidades de negocios, pero no comparten comportamientos homogéneos en los momentos de tomas de decisiones, ya que no han favorecido al desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018

Palabras claves: Emprendimiento, exportación, pisco

ABSTRACT

The present research work entitled "Profile of the entrepreneur for the export of pisco in Chincha - Ica, 2018", have as main objective to determine if the profile characteristics of the entrepreneur have favored the development of the export of pisco in Chincha - Ica , 2018. "

The present investigation has a Qualitative approach and the Grounded Theory has been used in this study for the presentation of the results and interpretation the triangulation of data collection method was used, finally it is concluded that the profile characteristics of the entrepreneur are very important in the generation of business opportunities, but they do not share homogeneous behavior at the time of decision making, since they have not favored the development of the export of pisco in Chincha - Ica, 2018

Keywords: Environmental Management, export, fishing

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Aproximación Temática

Actualmente, tocar el tema de emprendimiento, es lo mismo que hablar de la iniciativa de una persona que toma un riesgo, con el propósito de atrapar la oportunidad que brinda el mercado. El ser emprendedor surge de una idea, la misma que hace que nazca un interés para empezar un duro recorrido que tiene como meta hacer posible y real dicha idea. (Mejía, D., 2015, p.9)

A mediados de los 90, se dio a conocer el emprendimiento en diferentes centros educativos de los países; las universidades se dieron cuenta de la gran importancia que tiene en el desarrollo de los profesionales e incentivaron la creación de una cultura de emprendedorismo. Desarrollándose diferentes políticas y comenzando trabajos de creaciones de empresas, con el fin de buscar en los estudiantes, el desarrollo de sus capacidades, ya que estarían en contacto directo con la realidad para que así puedan lograr tomar conciencia de lo importante que es desarrollar el emprendimiento (Fandiño y Bolívar, 2008,p.5).

En estos tiempos la forma de vender no solo se rige en el país que se produce, sino también, las organizaciones han abarcado a su público objetivo en el ámbito internacional y esto ha conllevado a que se vea como una oportunidad para un negocio, el cual a su vez ha motivado seguir avanzando, es así como lo informa Ferreyros (2018). El Perú se encontró en el 3° nivel dentro de los países de gran evolución respecto a su oferta exportable a nivel mundial y en 1° en la región, por encima de Colombia, Brasil y México; con un aumento en sus exportaciones de 22% en el año 2017. Por otro lado, el pisco es uno de los productos con mayor exportación en el Perú, así como lo informa Urbina (2017), en 2016, 1'658,000 mil litros y siempre va en ascenso. El Perú ha crecido un 14%. En 2015, se exportó 1'400,000; en el 2014, la cifra de 1'58,000, en tal sentido se puede decir que el Perú está en crecimiento.

Como se puede observar según las fuentes el nivel de exportación de pisco va en aumento, y la preferencia del consumo hacia otros países también son el pisco peruano. Para el mejoramiento de las empresas exportadoras es importante el desarrollo de un perfil emprendedor que debe tener el empresario.

A nivel Internacional, el pisco peruano es considerado como una bebida que posee una excelente calidad y ello ha sido aprovechado por los productores – exportadores peruanos que tratan de cubrir la demanda de aquellos países, siendo así que nuestro producto se posiciona en mercados tan exigentes, gracias a los TLCs, lo cual ofrece una mejor oportunidad de desarrollo para las exportaciones. Es así que en el 2017, las exportaciones del pisco estuvieron por 44 países, conforme a lo indicado por cifras ADEX.

En el enfoque nacional, el Perú posee un producto bandera, el pisco, llegando al caso que la exportación del pisco se ha vuelto uno de los rubros más importantes en nuestra economía exportadora que va aumentando más cada año.

En el enfoque local, se observa muchas empresas exportadoras de pisco presentan diferentes perfiles organizacionales y eso tiene mucho que ver en el manejo de sus funciones y el desarrollo que se va dando en dicha empresa, asimismo se encuentra problemas de los empresarios en el ámbito de superación, en la cual a partir de esto nace la idea de estimular, apoyar el surgimiento y desarrollo de los emprendedores, favoreciendo el desarrollo y crecimiento de su negocio.

Este proyecto presenta el objetivo de identificar cuáles son las características del perfil de los empresarios emprendedores que han favorecido al desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018.

Se espera que este proyecto de investigación ayude a poder establecer que tan importante son las características del perfil de un empresario emprendedor en la generación de oportunidades de negocios, comportamientos en las actitudes y características en las diversas oportunidades que se presenten y se tenga que tomar alguna decisión para la evolución y beneficio de la organización.

Trabajos Previos

Internacionales

Taquiza (2017). En su tesis “Análisis y evaluación de la producción de rosas, en la parroquia Mulalo del Cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, en el marco de la transformación de la matriz productiva, con fines de exportación durante el periodo

2009-2015”, para optar por el título de Economista por la Universidad Central del Ecuador. Su objetivo general fue realizar un análisis y evaluación de la producción de rosas, en la parroquia Mulalo del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, en el marco de la transformación de la matriz productiva, con fines de exportación durante el periodo 2009-2015. La investigación fue de tipo mixto, es decir con el levantamiento de información cualitativa y cuantitativa. Su conclusión fue que el sector florícola del Ecuador es de gran importancia para la economía ecuatoriana, ya que según las estadísticas del BCE para el año 2015, ha generado 1.200 fuentes de empleo por hectárea, en comparación con el sector ganadero que sólo ha generado 10 fuentes de empleo por hectárea. Asimismo en el año 2014 la producción de rosas tinturadas ha incrementado los ingresos del sector florícola, porque en el año 2013 obtuvo un ingreso total por ventas de \$798.000,00 y un incremento del 38% para el año 2014, obteniendo un ingreso de \$1'272.000,00 lo que demuestra que mejorando los métodos de producción con lo que contribuye al cambio de la matriz productiva. Finalmente el Ecuador, el sector florícola ha mantenido un nivel alto de especialización en la producción, lo cual coloca a las rosas ecuatorianas como las preferidas a nivel mundial pese a la mayor competencia en el sector de nuestro país vecino Colombia.

Hidalgo y López (2016). En su tesis “Plan de factibilidad para la creación de una empresa para la producción y exportación de miel de cacao hacia Estados Unidos (Nueva York)”, para optar por el título de Magistratura en Control De Gestión por la Universidad de Chile. Su objetivo general fue diseñar un sistema de control de gestión para frutera Euro América S.A. en base a la lógica de desarrollo estratégico sugerida por Kaplan y Norton. La metodología fue de tipo aplicado-inductivo y cualitativo. Su conclusión fue que para la factibilidad y viabilidad del proyecto se necesita un financiamiento de un 40% de la inversión inicial con lo que se puede cumplir con el objetivo general que es la factibilidad y rentabilidad de producir y exportar miel de cacao, a los estados unidos, ciudad de Nueva York. Asimismo, se destaca el alto nivel de compromiso y apoyo al desarrollo de los micro productores creando alianzas estratégicas con asociaciones cacaoteras del Ecuador con el fin de buscar un precio justo y de una capacitación que amplíe el uso y manejo de técnicas adecuadas para la producción de materia prima de óptima calidad necesaria para la elaboración de la miel de cacao.

Lorenzo (2016). En su tesis “Sistema de control de gestión aplicado en la empresa exportadora de fruta fresca frutera Euro América S.A.”, para optar por el título de Magistratura en Control de Gestión. Su objetivo general fue diseñar un sistema de control de gestión para frutera Euro América S.A. en base a la lógica de desarrollo estratégico sugerida por Kaplan y Norton. La metodología fue cuantitativa. Su conclusión fue que los objetivos inicialmente trazados fueron cumplidos a cabalidad, se desarrolló la formulación estratégica, se establecieron los ejes estratégicos, se sugirió una propuesta de valor y se analizó el modelo de negocios, se plasmó la estrategia a través del uso de un mapa estratégico, se generó un cmi y se sugirió un esquema de incentivos como sistema de alineamiento organizacional, todo lo anterior, pese a que la empresa no había explicitado originalmente ningún tipo de definición o plan estratégico o algo que se le pareciera, es decir, en base a la lógica de Kaplan y Norton se estableció un sistema de control de gestión para frutera Euro América S.A. Asimismo, durante el desarrollo del proyecto, fue necesario generar definiciones básicas, como la identificación del cliente, las funciones de los distintos departamentos, las dependencias de los mismos, etc. En una organización en donde estas definiciones no se habían discutido con la profundidad necesaria, el solo hecho de poner cierta lógica y redefinirlas generó un enorme impacto en la UEN, cambiando en concreto alguna de sus estructuras, dependencias y paradigmas, situación que aplanó el camino del alineamiento organizacional puesto que implicó un primer cambio en la estructura mental de quienes dirigían la organización. Y es que, al parecer, la metodología propuesta aplicada en empresas donde no se han asumido, al menos explícitamente, las definiciones estratégicas generan avances agigantados en lo que a alineamiento organizacional se refiere.

Ordoñez y Jaya (2016). En su tesis “Potenciamiento de las actividades logísticas para exportación de productos por el aeropuerto internacional Cotopaxi.”, para optar por el grado de Magister en Gestión y Logística del Transporte Multimodal por la Universidad Central de Ecuador. Su objetivo general fue analizar un modelo de gestión logística para el potenciamiento de las actividades para la exportación de productos por el Aeropuerto Internacional Cotopaxi. Su metodología fue de tipo mixto en un nivel exploratorio – descriptivo. Su conclusión fue que la infraestructura, actividad y movimiento de carga de exportación actual del Aeropuerto Internacional Cotopaxi

donde se puede verificar que del año 2013 al 2014 las exportaciones han decaído en un 2,55%, por lo que existe preocupación de la zona de influencia por las expectativas planteadas en cuanto a la matriz productiva de la región que se inició con estudios y censos en el 2010. Asimismo el aporte de esta investigación es el análisis de un modelo de gestión logístico integral con el que se espera que se disminuya los costos de transporte interno de la Zona 3, tomando en consideración los proyectos establecidos por el Gobierno del Presidente Rafael Correa en cuanto a la rehabilitación de la infraestructura del Aeropuerto Internacional Cotopaxi y el Ferrocarril Alfaro; así como también la industrialización de la Región 3 con una Zona Franca y la colocación de un centro de consolidación de carga que ayude a los productores a crear una cadena logística más corta para sus exportaciones.

Sevilla (2013). En su tesis “Análisis de la agroindustria de exportación de Centroamérica: evaluación económica y sostenible de la producción de café de Honduras”. Para optar por el título de Doctorado en Ciencias Sociales por la universidad Rey Juan Carlos. Su objetivo general fue verificar la contribución reciente de la agroindustria del café al desarrollo económico y sostenible de Honduras, mediante el análisis de los principales factores económicos, sociales y ambientales relacionados al producto interno bruto, la política nacional y el desarrollo sostenible, a fin de ampliar la base empírica y científica disponible, especialmente en apoyo de las instituciones responsables de diseñar e implementar las políticas en beneficio de los sectores económicos nacionales y en la derivación de acciones que se orienten a mejorar el desempeño económico, la equidad social y la sostenibilidad ambiental del país. La metodología fue de tipo cuantitativo y cualitativo. Su conclusión fue que, ha dado como resultado el cumplimiento satisfactorio de los objetivos propuestos al inicio de la investigación. Asimismo, se ha cumplido el objetivo general de verificar la contribución reciente de la agroindustria del café al desarrollo económico y sostenible de honduras, mediante el análisis de los principales factores económicos, sociales y ambientales relacionados al producto interno bruto, la política nacional y el desarrollo sostenible, a fin de ampliar la base empírica y científica disponible, especialmente en apoyo de las instituciones responsables de diseñar e implementar las políticas en beneficio de los sectores económicos nacionales y en la derivación de acciones que se orienten a mejorar el desempeño económico, la equidad social y la sostenibilidad

ambiental del país. Además, el grupo de conclusiones del presente trabajo de investigación, tanto las extraídas del estudio empírico, como las provenientes de la revisión de la literatura y el marco teórico juegan un papel en la aceptación y el rechazo de las hipótesis y contraste con la tesis central. No obstante, son las conclusiones del estudio empírico las protagonistas en buscar determinar el interés para la economía, la sociedad y el conocimiento. En consecuencia, del desarrollo gradual de los capítulos del trabajo de investigación se extraen las siguientes conclusiones y su correspondiente explicación en el rechazo o aceptación de las mencionadas hipótesis y tesis central.

Nacionales

Roca (2017). En su tesis “Producción y exportación de la cochinilla peruana durante el periodo 2008-2016”, para optar por el título de Licenciatura en negocios Internacionales por la Universidad César Vallejo. Su objetivo general fue determinar la relación que existe entre la producción y exportación de la cochinilla peruana durante el periodo 2008-2016. La investigación fue de tipo básica con un diseño no experimental correlacional, descriptivo. Su conclusión fue que de acuerdo con los resultados de la investigación existe una relación directa entre el volumen de producción y volumen de exportación de la cochinilla peruana durante el periodo 2008-2016. Asimismo de acuerdo con los resultados de la investigación existe una relación inversa entre el valor de producción y valor de exportación de la cochinilla peruana durante el periodo 2008-2016. Por otro lado, los resultados de la investigación existe una relación directa entre el precio de producción y precio de la cochinilla peruana durante el periodo 2008-2016. Finalmente las conclusiones se difiere que la producción y exportación de la cochinilla peruana durante el periodo 2008-2016 tienen una correlación positiva.

Romero (2017). En sus tesis “Producción y exportación de la piña peruana 2008-2015”, para optar por el título de Licenciado en Negocios Internacionales por la Universidad César Vallejo. Su objetivo general fue determinar la relación que ha existido entre la producción y la exportación de la piña peruana, durante el periodo 2008-2015. La metodología fue de diseño no experimental. Su conclusión fue que con los resultados de la investigación, ha quedado demostrado que no ha existido relación entre el valor de producción y el valor de exportación de la piña peruana, durante el

periodo 2008-2015. También con los resultados de la investigación, ha quedado demostrado que ha existido una relación inversa entre el volumen de producción y el volumen de exportación de la piña peruana, durante el periodo 2008-2015. Asimismo los resultados de la investigación, ha quedado demostrado que no ha existido relación entre el precio de producción y el precio de exportación de la piña peruana, durante el periodo 2008-2015. Definitivamente con las conclusiones se desprende que si bien ha existido una relación inversa entre el volumen de producción y el volumen de exportación, no ha existido relación entre el valor de producción y el valor de exportación y tampoco entre el precio de producción y el precio de exportación, durante el periodo 2008-2015.

Coronel y Velásquez (2016). En su tesis “Oportunidades de negocio en el mercado japonés para la exportación peruana de Palta Hass de la Región la Libertad, Año 2016”, para optar el título de Licenciatura en Administración y Negocios Internacionales por la Universidad Privada del Norte. Su objetivo general fue determinar y analizar las oportunidades de negocio en el mercado japonés para las exportaciones peruanas de Palta Hass de la Región La Libertad, año 2015. La metodología fue de tipo descriptivo con diseño no experimental transversal. Su conclusión fue que las exportaciones peruanas de palta Hass de la región la libertad representa una gran oportunidad de negocio en el mercado japonés, ya que Japón es el cuarto principal importador de palta Hass en el mundo. Japón cerró en el año 2014 con una población de 127.061.000 personas, dentro de las cuales la mayor concentración de personas se encuentra en un promedio de edad de 25 – 54 años. Representa así una alta densidad de población, lo que nos brinda una mayor probabilidad de lograr éxito en la exportación y que Japón sea realmente un mercado objetivo atractivo. Asimismo, en la lista de los principales países importadores mundiales de palta, Japón ocupa el cuarto puesto con una participación de 5.1%, mientras que Chile es el cuarto principal proveedor de palta a nivel mundial, lo que nos indica que como país sudamericano nosotros también podemos realizar exportaciones.

Mego y Taboada (2015). En su tesis “Plan de exportación de panela pulverizada orgánica para la asociación de productores agropecuarios la Shita en el Distrito de Salas para el Mercado Canadiense - Quebec 2013”, para optar por el título de Licenciatura en Administración de Empresas por la Universidad Católica Santo

Toribio de Mogrovejo. Su objetivo general fue determinar la viabilidad del plan de exportación de panela pulverizada orgánica para la asociación de productores agropecuarios – la Shita en el distrito de salas para el mercado canadiense – Quebec, garantizando un producto de calidad y la máxima rentabilidad económica. La metodología fue de tipo cualitativa. Su conclusión fue que el análisis del estudio de mercado muestra que el estado de Quebec – Canadá, tiene una gran demanda de productos orgánicos, sobresaliendo la panela pulverizada orgánica, siendo muy conocida por el mercado canadiense y adquiriéndola mayormente en supermercados. Asimismo, en el estudio técnico comprende muchas variables favorables para la producción, debido a que existe la localización perfecta que requiere un producto como la panela pulverizada orgánica, contando con un gran potencial de hectáreas cultivadas de caña azúcar que es nuestra principal materia prima, reforzando el proceso de cultivo con asistencia técnica profesional.

Harman, U. (2012) en su tesis de grado de magister titulado “un estudio de los factores de éxito y fracaso en emprendedores de un programa de incubación de empresas: caso del proyecto Ramp Perú”. Su objetivo general fue determinar los factores que influyen en el programa de incubación de empresas, con una metodología de investigación cualitativa en los proyectos Ramp Perú. Y su conclusión fue que lo importante en una formación de emprendimiento de una cultura innovadora tiene en gran parte la actividades que participa y la interacción con todos los emprendedores que los ayuda en tener un soporte de conocimientos como que también las instituciones públicas tanto como del gobierno central como las locales son importantes para el desarrollo estos conocimientos.

Avolio (2008) en su tesis de doctorado “un estudio exploratorio del perfil de las mujeres empresariales en el Perú”. Su objetivo fue determinar el perfil de las mujeres del Perú, con un diseño de investigación exploratorio con enfoque cualitativo en una población de aquellas mujeres tienen 50% o más de la propiedad de empresas formales. Su conclusión fue de tener un perfil emprendedor es más en parte por la busca de conocimientos para poder tener un crecimiento económico, y de tanto como mujeres y varones son influenciadas por las mismas variables, pero la cual las mujeres emprendedores más está concentrada en países desarrollados la cual en nuestro país

no hay estadísticas que cuantifiquen la actividad empresarial, la cual la falta de conocimiento es una de las barreras más altas que existe en Latinoamérica.

1.2 Marco Teórico

Comenta (Portilla, L. 2015, p.15) que uno de los factores determinantes del emprendimiento es la necesidad de éxito y el hambre que demuestre por el éxito ya que este es el factor que le da el empuje necesario para afrontar posibles derrotas o fracasos, es por ello que en muchas ocasiones para un adecuado desarrollo del espíritu emprendedor son necesarias circunstancias o entornos ausentes de recursos tales como el capital. Frente a la pregunta que muchos se hacen acerca de si el emprendedor se hace o se nace, es importante destacar que existen cualidades que requieren que se haya nacido con las mismas así como hay cualidades que el emprendedor va adquiriendo a lo largo de su recorrido, de las condiciones inmodificables con las cuales el emprendedor nace son los talentos los cuales corresponden a pensamientos y comportamientos propios de cada emprendedor sin haber sido influenciado por ningún comportamiento paralelo, de las características modificables se encuentran los conocimientos técnicos como el conocimiento y logros conseguidos durante su camino como emprendedor. Es por tal, que existen distintas teorías del emprendimiento, que se explica a continuación:

Para (Freire, A. 2016, p.174), su teoría del triángulo invertido, un proceso de emprendimiento tiene 3 componentes:

Según (Freire, A. 2016, p.174) afirma que el emprendedor es el punto de apoyo, éste necesita dos componentes para que pueda llegar al éxito, que viene a ser la idea de un proyecto y/o negocio y el capital., asimismo dice que cuando un emprendimiento no llega hacer éxito, esto se debe a la falla de uno de estos 3 componentes.

Según (Schumpeter, J.A. 2012, p.60), veía al emprendedor como una persona creativa y que reconoce nuevas oportunidades, lo aborda a la persona emprendedora desde los aspectos principales como la psicología, los recursos e ideas que deben generar los emprendedores y el correcto desarrollo de sus proyectos.

Es por tal que Schumpeter, indica que “la innovación es el hecho sobresaliente en la historia económica de la sociedad capitalista, o en lo que hay de puramente económico

de esa historia, y también que es en buena medida responsable de gran parte de lo que a primera vista atribuiríamos a otros factores” (Schumpeter, J. A. 2012, p. 65).

Varios autores no estaban de acuerdo con la teoría de Schumpeter, entre estos estaba Ludwin Von Mises, Freidrich Hayek e Israel Kirzner (Escuela Austriaca).

Para (Kirzner, I. 2012, p. 95) el emprendedor es el agente coordinador inherente al proceso de mercado, actuando con serenidad y creatividad con el objetivo de alcanzar su beneficio empresarial, el lucro.

Para (Mises, L. 2013, p.174), el emprendedor es aquella persona que desea especular en una situación de incertidumbre, respondiendo a las señales del mercado con respecto a precios, ganancias y pérdidas.

Es así que los austriacos enfatizan la existencia continua de la competencia y de la oportunidad emprendedora.

1.2.1 Perfil emprendedor

Según (Annelissie, A. 2005, p.3.) menciona que la persona emprendedora es aquella que transforma una idea que se tiene en un proyecto concreto, ya sea una empresa, organización, etc.

Según (Formichella, M. 2004, p.8.) indica que el ser una persona emprendedora significa poder crear o tener una idea nueva para que lo lleve a realizarse o también darle un uso distinto a algo que ya existe, de esta forma poder generar una marca única en su vida y en la sociedad que se encuentra habitando.

1.2.2 Tipos de emprendedores

Según (Figueroa, J. 2013, p.25) dentro de los tipos de emprendedores tenemos a dos, los que se indican a continuación:

Emprendedor Social: indica que es aquella persona que lo logra ser, a través de las relaciones sociales como primordial elemento de publicidad y promoción.

Emprendedor Universitario: indica que es aquel que posee estudios superiores, posee bastante conocimiento y se encuentra con una motivación de llevar a cabo sus ideales, de una forma innovadora en diversos contextos que se le presente.

1.2.3 Características del emprendedor

Según (Varela, R. 2001, p.18) afirma lo siguiente:

Son diversas las características que posee una persona con espíritu empresarial, dentro de las que se encuentran la capacidad de identificar oportunidades de negocio, la capacidad de responder a esas oportunidades o necesidades con ideas creativas e innovadoras, motivación para emprender nuevas acciones según las oportunidades detectadas y sus capacidades y por último, mantener constancia en las acciones emprendidas.

Por lo consiguiente, un empresario emprendedor debe poseer dichas características, con el fin de llevar un buen manejo en el desarrollo de su negocio, más no su estancamiento.

Según (Peña, V. 2003, p.5) describe las principales características del emprendedor:

Decisión: Poseen metas claras, determinantes para llevar a cabo sus proyectos en mente y enfrentar cualquier dificultad que se les presente.

Creatividad: El potencial creativo que poseen lo aplican en la construcción de sus ideales de negocio, detectan oportunidades de negocios.

Constancia: Es la ardua y sostenida labor que realiza en el transcurrir del tiempo, para obtener resultados satisfactorios.

Deseos de logro: El emprendedor busca superarse llevando a cabo su deseo de realización de su ideal.

Educación: El estar preparado académicamente es muy importante, ya que resulta valioso por todo los conocimientos obtenidos para las personas dispuestas a llevar a cabo su propio negocio, asimismo gracias a sus conocimientos manejan mejor el momento de resolver un problema y tomar decisiones a la hora de enfrentarlos en su empresa.

Alto concepto de sí mismos: El emprendedor posee una gran autoestima, una gran confianza en sí mismo, en sus cualidades, capacidades, etc., mostrando seguridad en su persona y un rechazo al fracaso.

1.2.4 Componentes del perfil emprendedor

Según (Bonilla, R. 2014, p.29), indica y define los siguientes componentes:

- **CARACTERÍSTICAS PERSONALES:** son las cualidades que integran la personalidad y carácter de un emprendedor, las mismas que permiten realizar la gestión empresarial; siendo las siguientes características:

La autonomía: es la circunstancia que todo ser humano tiene, el de decidir la manera de llevar a cabo su propia vida, para lo cual le genere o no felicidad, teniendo en cuenta sus capacidades que posee cada persona.

Toma de decisiones: es la acción que la persona realiza en distintos contextos que se le pueda presentarse de manera inesperada. En dicha toma de decisiones se presenta tres momentos, que influye primero seleccionar la situación más importante atender, luego buscar posibles alternativas de solución y finalmente elegir la mejor alternativa que permita resolver del mejor modo la situación que se ha presentado.

Responsabilidad y emprendimiento: es la capacidad que posee una persona para identificar y admitir las consecuencias positivas y negativas que puedan ocasionar sus acciones.

Creatividad como soporte del emprendimiento: es el desarrollo de ideas y proyectos que se tiene con relación a empresas, el ser creativo favorece mucho para el éxito de un negocio.

- **CARACTERÍSTICAS SOCIALES:** están orientadas a un beneficio común, la persona emprendedora lo hace visible al momento de interactuar, ya que busca impulsar el crecimiento de un grupo en el que se desarrolla el emprendimiento. Estas características son las siguientes:

El liderazgo: es la capacidad de ser aceptado por los demás integrantes de un equipo en diferentes situaciones, al mismo tiempo de fortalecer la comunicación que existe entre los mismos, así como la empatía, de estar forma facilitar el de ser sociables entre ellos.

El trabajo en equipo: es la unión de las personas pertenecientes a un mismo grupo, los mismos que poseen habilidades diferentes pero persiguen las

mismas metas. Es así que esta capacidad viene a ser el factor principal en el perfil de un emprendedor para el alcance de sus objetivos

La Solidaridad: consiste en buscar el beneficio en general para todos, asimismo comprometerse hacia con los demás.

- **CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS:** en estas características ha influenciado los valores culturales y sociales y la formación que ha tenido el emprendedor. Estas características son:

Necesidad de logro: esta característica es una de las principales del perfil de una persona emprendedora, ya que se debe al desarrollo de su comportamiento, en la cual se ve el interés que demuestran durante su desarrollo de un proyecto, por lo es ahí donde conocen sus errores y pueden corregirlos con mira hacia sus objetivos.

Minimizar el riesgo: esta característica hace ver que de los problemas se pueden aprender, extraer enseñanzas con miras hacia el éxito, con la finalidad de que el emprendedor llegue a tener un equilibrio de su persona, manteniéndose siempre de pie.

1.2.5 Exportación

Según (Moreno, J. 2003, p.36) la exportación se define como:

El envío de un producto o servicio a un país extranjero con fines comerciales la cual están regulados por disposiciones legales y controles que actúan como marco contextual de las relaciones comerciales entre países. La exportación siempre se regula en un marco legal y bajo condiciones ya estipuladas entre los países involucrados en la transacción comercial. Así es que intervienen y se respetan las legislaciones vigentes en el país emisor y en el que recibe la mercancía por una retribución monetaria al exportador.

Según (Huesca, C. 2012, p.64) indica que las exportaciones que realiza el país tienen grandes beneficios propios en su economía, ya que se permite el ingreso

de divisas y la salida al extranjero de mercancías para que sean comercializadas. Asimismo menciona que se puede tener en cuenta el de exportar cuando:

- Se tiene una producción situada y no ha sido aprovechada en su 100%.
- Se tiene el mercado, en el que se encuentra situado, controlado.
- Se tiene una organización eficiente, la misma que ha permitido atender a cualquier inconveniente que se ha presentado en el mercado.
- Se ha identificado el producto y/o servicio, el mismo que constituye una ventaja competitiva ante los demás.
- Se ha reconocido los mercados potenciales para los productos de la empresa.
- Se ha desarrollado un análisis FODA de la empresa propia y se ha visto todos los aspectos positivos y negativos.

Según (García, J. 2014, p.39) dice que se entiende por nivel de exportación que es el valor global de las exportaciones, corregidas por el índice de precios correspondientes, a fin de eliminar los cambios debidos pura y simplemente a una modificación de los niveles de precios de las importaciones y exportaciones.

Según el BCR (2015), el precio de exportación es:

La valoración de un bien o servicios en unidades monetarias o en otro instrumento de cambio. El precio puede ser fijado libremente por el mercado en función de la oferta y la demanda, o por lo contrario ser fijado por las autoridades en cuyo caso se trataría de un precio controlado.

Según (Arroyo, P. 2016, p.9) sostiene que los tipos de exportación según el valor comercial son los siguientes:

Exportación sin valor comercial, es “cuando el valor FOB, de la mercancía no excede de \$5,000, en este caso no es necesario un agente de aduanas, se utiliza una declaración simplificada.”

Exportación con valor comercial es, “cuando el valor FOB de la mercancía es igual o mayor de \$5,000, en este caso es obligatorio que la gestión del despacho la realice un agente de aduanas procediendo al despacho normal.

1.2.6 Ventajas de exportar

Según (Cruz, S. 2016, p.6), indica que las ventajas de exportar son:

- Se tiene ingreso a diferentes y nuevos mercados.
- Como el exportar genera nuevos ingresos, esto hace que la empresa esté en crecimiento y desarrollo constante.
- En las ventas, ya no se va depender únicamente del mercado local.
- Se obtendrá provecho de la producción que se encuentre instalada.
- Los productos tendrán una competitividad con otros.
- Se tendrá que estar actualizado en el ámbito tecnológico y tener una mejor imagen.

1.2.7 Errores de exportar

Según (Cruz, S. 2016, p.7), indica que los errores de exportar más comunes son:

- No tener conocimiento, ni haber realizado un estudio del mercado objetivo.
- Desconocer el proceso de exportación
- Incorrecto cálculo de precios para la exportación.
- Ser irresponsables y no cumplir con los tiempos y cantidades de entrega de los productos.
- El exportador es impaciente, ya que los resultados positivos no pueden ser inmediatos, pueden tardar un poco.

1.2.8 El proceso de internacionalización de la empresa

Según Johanson y Wiedershein, Johanson y Vahlne, Vahlne y Nordström, (citado por (Araya, A. 2009, p.11) indica que este proceso viene a ser un compromiso que la empresa se traza para llegar hacia los mercados internacionales, las empresas inician sus operaciones internacionales cuando aún son pequeñas, pero van creciendo cuando aplican estrategias de cómo llegar hacia los mercados “psicológicamente” más cercanos.

1.2.9 Plan de exportación

Plan de exportación

Según (Global Marketing Strategies, 2013, p.39) establece que este plan inicia realizando un análisis de las capacidades competitivas que posee la empresa pero en relación al exterior, con el fin de aprovechar sus fortalezas y corregir las debilidades.

Siendo las siguientes fortalezas que harán que se haga posible el éxito internacional:

- Poseer una suficiente producción, a fin de satisfacer la demanda que se presente en el exterior.
- Estar al nivel, actualizado y de calidad en la tecnología para lo cual permita responder con éxito a los mercados.
- Saber adaptar al producto con las necesidades que poseen algunos mercados.

Las debilidades mas frecuentes están:

- No poseer recursos financieros para desarrollar el capital de los productos en los mercados internacionales.
- No tener conocimiento de los mercados exteriores y los accesos para la creación de una red de comercio en mercados internacionales.
- No tener experiencia, conocimiento de comercio exterior para las actividades de exportación que se piensa realizar.

1.2.10 El pisco

Según Indecopi (2014), indica que el pisco es el producto obtenido exclusivamente por destilación de mostos frescos de “Uvas Pisqueras” recientemente fermentados, utilizando métodos que mantengan los principios tradicionales de calidad; y producción en la costa de los departamentos de Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y los Valles de Locumba, Sama y Caplina del departamento de Tacna.

1.2.11 Tipos de pisco

Según (Santiago, 2014, p.20) dice que el Perú presenta los siguientes tipos de pisco:

Pisco Puro No Aromático. “Obtenido de una sola variedad de uva pisquera no aromática. Usualmente, de Quebranta”

Pisco Puro Aromático. “Obtenido de las variedades de uva aromática, como la Italia”.

Pisco Acholado. “Obtenido de la destilación de mostos frescos completamente fermentados, de la mezcla de distintas variedades de uvas pisqueras, aromáticas y no aromáticas, antes de la fermentación o posterior a la destilación”.

Pisco Mosto Verde. “Obtenido de los mostos frescos de uvas pisqueras incompletamente fermentados”.

1.3 Formulación de problema

1.3.1 Problema general

¿Son las características del perfil del empresario emprendedor las que han favorecido al desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018?

1.3.2 Problemas específicos

¿Son las características personales determinantes para el desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018?

¿Son las características sociales determinantes para el desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018?

¿Son las características psicológicas determinantes para el desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018?

1.4 Justificación del estudio

La investigación tiene una justificación Teórica, Metodológica y Practica

Justificación teórica

Se ha utilizado bibliografía que predomine en un marco teórico del emprendimiento, y así se pueda comprobar si existe la aplicación de las teorías en los actores principales que se encuentren en el desarrollo del proyecto de investigación; que después de realizar una triangulación entre los datos recolectados del campo, las teorías expuestas y los antecedentes, se logre obtener resultados de los problemas existentes, logrando llenar vacíos de conocimiento.

Justificación Metodológica

En cuanto a lo metodológico tiene una importancia cualitativa – exploratoria, debido a que se ha explorado aspectos muy subjetivos e íntimos de los actores principales, que sólo se pueden conocer al interactuar directamente con ellas y en su propio medio. En este Proyecto de Investigación se recogió evidencia relacionada al problema mediante entrevistas y el análisis de estos datos podrá ser usado para otras investigaciones futuras que permitan ampliar este tema de interés

Justificación Práctica

Se considera que un proyecto de investigación tiene una investigación práctica cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema o por lo menos propone estrategias que al aplicarse contribuirían a resolverlo.

En ese sentido la presente investigación se orienta a determinar si las características del perfil del empresario emprendedor han favorecido al desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica y de esta manera describir la situación actual.

Relevancia

El presente estudio permite conocer cuál de los componentes (características personales, sociales o psicológicas) del perfil del empresario favorece al desarrollo de la exportación de pisco en Chincha durante el presente año, esto contribuirá mucho para poder brindar soluciones y ayuda a los empresarios de dicho distrito que tienen sus negocios pero que no se atreven a innovar y emprender por nuevos caminos, ya sea por falta de capacitación, orientación y/o simplemente no se atreven por miedo a fracasar. Es importante brindar la ayuda necesaria con personal capacitado de las instituciones correspondientes para así también promover la exportación del Perú.

Contribución

La contribución se orienta a saber que componente está favoreciendo o no en el perfil del empresario emprendedor para el desarrollo de la exportación de pisco en Chincha, para esto se ha interactuado directamente con los empresarios en su medio, para así conocer y explorar sus comportamientos, pensamientos y problemas que ellos poseen. La realización de esta investigación ha dado un aporte a la solución del problema de tipo personal, social y psicológico, ya que se ha podido ver el comportamiento de los actores a través de las entrevistas realizadas a los mismos.

1.5 Objetivos del trabajo de Investigación

1.5.1 Objetivo General

Determinar si las características del perfil del empresario emprendedor han favorecido al desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018.

1.5.2 Objetivos Específicos

Determinar si las características personales favorecen el desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018.

Determinar si las características sociales favorecen el desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018.

Determinar si las características psicológicas favorecen el desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

Hernández, Fernández y Baptista (2014). Define:

Enfoque Cualitativo:

Comprende y profundiza los fenómenos que los rodean, explorando a los participantes en un ambiente natural y observando como los participantes ven su realidad. Se recomienda este enfoque para las investigaciones poco exploradas o que no se hayan explorado anteriormente.

Teoría Fundamentada

La teoría fundamentada “el investigador produce una explicación general o teoría respecto a un fenómeno, proceso, acción o interacciones que se aplican a un contexto concreto y desde la perspectiva de diversos participantes”. Torrance (2011) citado por Hernández, Fernández y bautista (2014, pg. 472).

2.2 Método de muestreo

En el presente proyecto de investigación se utilizó una muestra no probabilística. Las empresas a entrevistar fueron cinco y la técnica usada fue la de conveniencia, ya que se contó con acceso a las empresas.

Según (Vara, A. 2014, p.227) el muestreo no probabilístico sigue otro criterio de selección (conocimientos del investigador, economía, comodidad, alcance, etc.); procurando que la muestra obtenida sea lo más representativa posible.

Según (Corbin y Strauss, 2004, p.415) el muestreo por conveniencia elije arbitrariamente a los sujetos que pueden brindar información de manera ágil, oportuna y con la profundidad necesaria en el tema.

Escenario del Estudio

El proyecto de investigación se ha realizado en cinco Viñas que se encuentran en el distrito de Chincha – Ica; siendo la Viña San Leonardo ubicada en la Calle Santa Teresa de Jesús S/N Chincha – Ica, Viña Gran Racimo, Viña Santa Angela, Viña Solari y Viña Reyes ubicadas en la Av. Paraíso de la cuadra 1 a la 5 – Chincha – Ica. En estos locales se encuentran las oficinas de ventas, administración y almacenes de

cada empresa, siendo la distribución en espacios pequeños. En cada uno de éstos negocios, se encuentran de 5 a 10 trabajadores dedicados cada uno a su función; en algunas de estas empresas los miembros pertenecen a grupos familiares, quiere decir que son negocios de familia, la mayoría de ellos solo quieren seguir la trayectoria de sus antepasados, más no innovar y conocer nuevos proyectos, asimismo en esos lugares no cuentan con personal que pueda llegar a capacitarlos en el rubro al que se dedican, puesto que desconocen de planes y/o proyectos que estén a su alcance para realizarse en un futuro. Poseen un nivel socioeconómico medio, con conductas correctas dentro de la empresa y con un nivel de eficiencia y eficacia para lograr alcanzar los propósitos que tiene la empresa.

Caracterización de los sujetos

En el presente proyecto de investigación se ha considerado como sujetos de la investigación a los dueños directos de cada Viña, habiendo tenido contacto directo con cada uno de ellos en las entrevistas que se realizaron, asimismo cabe mencionar, que estos negocios se encuentran constituidos por grupos familiares y muchas veces cada una de estas personas poseen más de un cargo en el negocio.

Plan de análisis y trayectoria metodológica

En el presente proyecto 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.

Según Carrasco (2007), menciona que la entrevista viene a ser la conversación interpersonal entre el entrevistador y el entrevistado, es decir en forma directa. (p.315).

2.3 Para probar la validez de la investigación se ha recurrido al juicio de expertos (Ver Anexo 2).Rigor Científico

En el presente proyecto de investigación, el rigor científico se ha basado en la capacidad para utilizar con precisión la información recolectada, esta información extraída de las entrevistas ha sido evaluada bajo los criterios de dependencia, credibilidad, transferencia y confirmación, viniendo hacer como la validez y

confiabilidad en el cuantitativo. Esto se realiza con el fin de buscar coherencia entre las interpretaciones y así poder lograr la claridad requerida.

2.4 Análisis Cualitativo de los Datos

En el presente proyecto de investigación se ha utilizado la triangulación entre los datos recolectados del campo, las teorías expuestas y los antecedentes

2.5 Aspectos Éticos

En este proyecto, se ha presentado datos fehacientes, respetando la propiedad intelectual de los autores, es así que se presentó datos citados y sustentados con la fuente correspondiente a cada uno, todo esto basado en las normas APA dado por la UCV. No hubo intento de plagio, al contrario se trabajó con honestidad.

III. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

Los resultados que a continuación se presentan, se obtuvieron de la recolección de datos de las entrevistas realizadas a cinco Viñas que se encuentran en Chincha – Ica; siendo la Viña San Leonardo, Viña Gran Racimo, Viña Santa Angela, Viña Solari y Viña Reyes, éstos serán analizados e interpretados, con la finalidad de responder los objetivos planteados en la investigación.

CATEGORIA: CARACTERÍSTICAS PERSONALES

SUB CATEGORIA: AUTONOMÍA; en este caso, ésta cualidad que tiene un emprendedor para decidir la forma de cómo llevar a cabo su propia vida, la Viña San Leonardo (2018) menciona que en mi empresa los problemas se afrontan de la mejor manera, en todas las empresas, familias, equipos, hay problemas donde no todos reaccionamos igual. El dueño y administrador de este negocio indica que cuando uno de sus integrantes se encuentra en problemas brindan el apoyo para la solución de su problema, así el trabajador no se sienta solo y sepa que tiene con alguien con quien contar.

En el caso de la Viña Gran Racimo (2018), indica que es fundamental generar un ambiente de trabajo en nuestra empresa, ya que la productividad aumentaría y realizaríamos nuestras metas mensuales. Ésta Viña siempre trata de tomar las mejores decisiones cuando se presentan problemas, siempre piensan en el bien del personal y un buen desarrollo de la empresa.

La cual apoya la Viña Santa Angela (2018), en la tienda cuando ocurren problemas en diferentes momentos, siempre trato de calmarme para poder pensar con la cabeza fría y no renegar y gritar como algunos jefes lo hacen. Uno como jefe debe buscar soluciones y no hacerse más problemas. Hacen referencia que buscan siempre primero las causas del problema y buscar la solución que se le puede dar en ese momento para poder calmar los contratiempos que se hallan dado, ya que también cuentan con el apoyo de sus trabajadores y eso hace que puedan convivir en armonía entre ellos.

También Viña Solari (2018) menciona aquí en el negocio nunca van a faltar problemas, ya sean del trabajo o personales de cada empleado; no puedo negar que al inicio era impaciente ante estos hechos, quería que se solucione ya el problema, pero con la experiencia que llevo en este negocio, he aprendido que lo principal para resolver los problemas es ser paciente y

constante. Nos dicen que la experiencia que tienen les ha enseñado mucho, ya que lo principal es la actitud que desarrollan en el momento del problema, se debe tener confianza en uno mismo al momento de afrontar y resolver los problemas.

Es por eso que Viña Reyes (2018) también comenta, lo tomo con tranquilidad, no me desespero porque sé que tengo que pensar en una solución para el problema que se me ha presentado; así que me pongo a pensar porque está sucediendo eso, que es lo que falló y cómo lo puedo arreglar. En este caso cada problema lo toma como una oportunidad que les da la vida, ya sea que hagan lo correcto o se equivoquen, pero así pueden aprender de las experiencias y no volver a cometer los mismos errores en otras situaciones.

Interpretación: en esta sub categoría, se observa que a través de la información obtenida en las entrevistas realizadas a las empresas, sobre cómo afronta sus dificultades en los problemas que se les presenten, los líderes o jefes de dichos negocios lo hacen de la mejor manera, pensando en las causas que produjo estos problemas y de la manera más adecuada de solucionar el problema sin que afecta a nadie dicha decisión, buscando un bienestar a los demás.

SUB CATEGORÍA: TOMA DE DECISIONES; acción que la persona realiza en distintos contextos que se le pueda presentarse de manera inesperada, las Viñas lo expresan así:

En la Viña San Leonardo (2018) indica que la toma de decisiones es muy importantes en nuestra empresa, consideramos mejorar nuestros actos para erradicar los problemas que estén presentes. La mejor opción es ser asertivos en la decisión de toma de decisiones y todo problema es importantes ya sea menor o mayor, igual es problema que afecta a toda la empresa, entonces también afecta a todos los integrantes. Para esta Viña lo principal es la habilidad social y comunicativa que radica en conocer y defender los derechos de uno mismo pero siempre y cuando se respete a los demás.

Es el caso que la Viña Gran Racimo (2018) dice que en esta vida todo tiene solución, donde todo es importante, la relevancia no tendría sentido porque de lo pequeño se hace enorme y la solución de este problema sería complicado. Entonces esta empresa analiza el problema para tomar una buena decisión, ya sea por su magnitud o por sus consecuencias.

Por otro lado la Viña Santa Angela (2018) siempre veo cual es lo más importante pero no dejo de lado a las demás decisiones que debo tomar ante problemas ocurridos. Cualquiera se puede encontrar en una situación así, pero se debe ver cuál es la más urgente o necesaria en ese momento y evaluarlas para que se pueda tomar una decisión concreta y segura, con el fin de dar un bienestar a la empresa. En este caso, ellos si priorizan el problema más urgente que está ocurriendo en el momento luego buscan posibles alternativas de solución y finalmente eligen la mejor alternativa que permita resolver del mejor modo la situación que se ha presentado.

Lo respalda Viña Solari (2018) que también dice se tiene que ver pues, cual es la situación que se está presentando en ese momento, ver la urgencia de tener una solución y tomar una decisión, ver que posibles formas existen para resolver los problemas. En este caso también ven la situación en el momento y seleccionan el problema más urgente, ya que de sus decisiones depende el progreso de su empresa.

De la misma manera dice Viña Reyes (2018), yo busco solución o lo que tenga que hacer en el momento para resolver el problema que esté pasando, si tengo varios problemas veo el que afecta más a la empresa y con ese comienzo a resolverlo, luego sigo con los demás problemas. Aquí ven la importancia de las decisiones que tienen para cada problema y su solución a éste.

Interpretación: en esta sub categoría, se observa que a través de la información obtenida en las entrevistas realizadas a las empresas, sobre si en el momento de tomar decisiones, selecciona las más relevantes para ser atendidas, los jefes de cada empresa seleccionan el más urgente que está ocurriendo, a fin de dar una solución en el momento.

SUB CATEGORIA: RESPONSABILIDAD; los jefes de las empresas deben identificar y admitir las consecuencias positivas y negativas que puedan ocasionar sus acciones.

Para la Viña San Leonardo (2018) el negocio tiene altos y bajos. Nosotros somos los encargados de esta empresa, de todas las áreas como producción, administración y hasta la distribución, por tanto somos responsables de cada decisión que se toma en diferentes oportunidades. Entonces, aquí en esta empresa, el dueño se responsabiliza por cada decisión

que tome, ya que de estas decisiones aprendió mucho, porque le dio resultados positivos como negativos, que no favorecían a la empresa.

En el caso de la Viña Gran Racimo (2018) nos dice que muchas veces los trabajadores cometen errores en el trabajo, ya sea por falta de conocimiento o descuido, donde nosotros como dueños asumimos con responsabilidad las consecuencias que traen estos. En este caso, el jefe de esta Viña indica que siempre el dueño se tiene que hacer responsable de lo que suceda en la empresa, ya que él es la cabeza y supuestamente si se comete un error es porque no se capacito al personal.

La Viña Santa Angela (2018) dice que yo soy el que toma las decisiones entonces yo soy el único responsable de lo que suceda, a quien le puedo echar la culpa?, a nadie (risas). Para esta empresa uno no siempre hace lo correcto, nos dice que si uno no falla durante la trayectoria del negocio, uno no aprende, ya que de las decisiones que se toman se aprenden y también puede enseñar de lo sucedido.

El tomar una decisión, es a diario, expresa Viña Solari (2018) en toda mi experiencia siempre he asumido las consecuencias de mis decisiones, sean positivas o negativas, me gusta mucho demostrar eso a mi segunda familia, que es mi negocio. Por eso, se tiene que estar plenamente consciente al momento de tomar decisiones, con el fin de que sea evaluada muy bien.

A diferencia de Viña Reyes (2018) que dice no puedo negar que muchas veces he tratado de justificarme, sé que está mal porque si yo soy la persona que toma las decisiones ante un problema, yo soy el responsable de lo que pueda ocasionar más adelante. Como dueño del negocio me siento responsable de lo que pueda pasar, ya que lo que decida repercutirá en todos los integrantes que se encuentran laborando en el negocio. Este jefe, tiene preocupación por los trabajadores, puesto que está consciente de las consecuencias que puedan traer las decisiones que tome.

Interpretación: en esta sub categoría, se observa que a través de la información obtenida en las entrevistas realizadas a las empresas, sobre la aceptación de la responsabilidad de cada una de sus decisiones tomadas en diferentes situaciones suscitadas, en estos casos todos se hacen responsables de sus actos, siendo conscientes de las consecuencias que éstas pueden ocasionar, por eso siempre lo hacen pensando en todo los integrantes de la empresa. Asimismo indican que de los errores siempre aprende uno.

SUB CATEGORIA: CREATIVIDAD; desarrollo de ideas y proyectos que se tiene con relación a la empresa.

La Viña San Leonardo (2018) nos dice que este negocio era de mis abuelos, mis padres invirtieron mucho para que siga creciendo la empresa. Compraron terrenos máquinas y otros. Los hijos seguimos la tradición, seguimos el mismo camino, buscando nuevos mercados nacionales para la venta de nuestro producto. La empresa no arriesga exportar por temor a fracasar y tener pérdidas. Como podemos observar, esta empresa siguió la transcendencia familiar, desde los abuelos hasta los nietos actuales administradores de la Viña.

La Viña Gran Racimo (2018) comenta que nosotros consumíamos variedades de vino y piscos, muchas veces cuando se terminaba salíamos a buscar a las diferentes bodegas que habían aquí en la zona, entonces decidimos producir, porque teníamos un enorme terreno para cultivar lo que nosotros deseáramos. Fue una idea de aventura donde actualmente nos va muy bien. Esta empresa se arriesgó en poner una Viña, a pesar de que existe mucha competencia en dicha zona de ventas, pero tiene algo que los hace distintos a los demás, que además hacen que se sientan seguros de lo que son en la actualidad.

La Viña Santa Angela (2018) expresa que el negocio en sí es familiar, está conformado por mi esposa, mis hijos, sus esposas y el que le habla, decidimos juntarnos y trabajar juntos, ya que somos familia y lo vemos más seguro que estar trabajando con desconocidos, los padres de mi esposa le heredaron sus terrenos y muy a parte que mis hijos están estudiando administración, ellos ahí ya nos orienta en todo lo necesario, pero no nos podemos quejar hasta ahora gracias a Dios nos va bien. Podemos decir que, la mayoría de negocios en esta zona son familiares, ya que todos intervienen en la labor de la empresa para su desarrollo.

La Viña Solari (2018) cuenta, nuestro negocio nace hace más de 30 años, en el Valle de Sunampe, mis padres se propusieron tener un negocio de pisco y vinos, los mejores de la zona, que superen todas las expectativas de los clientes, entonces este negocio fue una herencia de padres, y nosotros aquí ya lo vamos sacando adelante y lo más importante es que nosotros no engañamos a la gente, le explicamos cada línea de piscos y vinos que vendemos, que es la especial y la comercial, la especial que es la envasada y la comercial que es la suelta, pero eso si le decimos las ventajas de comprar y la diferencia que tiene cada línea de tragos, con la finalidad de que no sean sorprendidos y se vallan satisfechos con lo que

adquieren cuando llegan de visita aquí a la zona. Este negocio como la mayoría de otros es familiar, herencia de los abuelos, que han sabido mantener y crecer como empresa, dando siempre lo mejor de ellos para superar las expectativas del cliente.

La Viña Reyes (2018) cuenta, este negocio es familiar, porque viene desde mis bisabuelos, mis abuelos, luego mis padres y ahora que lo tengo yo y lo administro; mi familia se dedica de años atrás a todo el rubro de piscos y vinos, recuerdo que de niño veía a mis padres trabajar y desde esos momentos aprendí todo lo que hacían. Este negocio lo dirijo junto a mi esposa que también lo administra cuando no estoy yo, ella aprendió mucho cuando me conoció, no sabía nada del rubro del negocio, pero poco a poco se fue llenando de conocimientos gracias a mi familia. Dos de mis hijos trabajan conmigo, se encargan de todo lo que tiene que ver con las ventas, y cinco de mis demás trabajadores son de aquí de la zona de Chincha Alta, pues ya tienen tiempo con nosotros más de 15 años, más que trabajadores son amigos de la familia, son muy responsables y fieles con su trabajo. Todos juntos realizamos nuestro mejor trabajo para que la gente que nos visita se valla contenta por la compra de nuestros productos. En este negocio, toda la familia trabaja para su progreso del mismo, poco a poco han ido aprendiendo, pero su principal expectativa es satisfacer al cliente y que se valla contento para que vuelva con gusto.

Interpretación: en esta sub categoría, se observa que a través de la información obtenida en las entrevistas realizadas a las empresas, sobre el origen de la idea de su negocio, de los 5 negocios entrevistados, 4 son negocios familiares que vienen desde sus bisabuelos, heredaron el negocio y a la vez aprendieron desde pequeños a todo lo que se dedicaban sus padres y abuelos, para así seguir en la tradición del negocio familiar.

CATEGORÍA: CARACTERÍSTICAS SOCIALES

SUB CATEGORIA: LIDERAZGO; la capacidad de ser aceptado por los demás integrantes de un equipo en diferentes situaciones, cada Viña lo demuestra de diferentes maneras.

Para la Viña San Leonardo (2018) la motivación hacia los trabajadores es constante por los diversos incentivos que brindamos. La capacitación de los trabajadores es uno de los incentivos solicitados por ellos, donde se brindan temas de producción y personales. El líder

de esta Viña tiene desarrolla la motivación para los trabajadores con capacitaciones, ya que así incentiva al personal a crecer profesionalmente y como persona.

Es el caso que la Viña Gran Racimo (2018) indica que la motivación en una empresa es importante porque incrementan la productividad de estas, donde los trabajadores harán su mejor esfuerzo para permanecer en la organización de la empresa. A nuestro personal se le cumple con todos los beneficios de ley y se le brinda premios aquellos que producen más de lo normal. En este caso, el líder desarrolla la motivación cumpliendo con todo lo establecido por la Ley, para que no tengan ningún reclamo y muy aparte se otorga permisos e incentivos económicos a quienes lo ameriten para un mayor incentivo, ya que ellos tienen el pensamiento de que si le cumple al trabajador, el trabajador te cumplirá y producirá.

Por otro lado la Viña Santa Angela (2018) expresa, para comenzar como sabe el negocio es familiar, pero cuando estamos en hora de trabajo todos somos unos profesionales y nos dedicamos a lo que nos corresponde y olvidamos todo los lazos que nos une. Pues, yo como la cabeza de la empresa, siempre veo cómo hacer sentir bien a mi personal, cómo los puedo motivar por su labor que desarrollan sin que piensen que los estoy vigilando o puedan llegar a pensar que los hostigo, la motivación que yo les doy es en tomarlos en cuenta con sus opiniones y reconocerlos en su trabajo bien hecho. Para el líder de esta Viña, la motivación lo desarrollan reconociendo su trabajo y dándoles esa confianza de jefe a trabajador, en la cual se puede expresar sin temor alguno dando opiniones y/o sugerencias.

La Viña Solari (2018) dice, yo veo como el trabajador se desempeña en su labor diaria en su respetiva área, si es responsable y todo va bien y no ha tenido ningún tipo de inconveniente, lo tomo en cuenta para cuando necesite un apoyo ante algún problema que suceda. Este líder demuestra su motivación apoyando al trabajador en lo que necesita, para que así éste se sienta con los ánimos de esforzarse en su labor cotidiana que desarrolla en el trabajo para que su rendimiento y productividad sea mayor cada vez.

Finalmente Viña Reyes (2018), mi esposa y yo nos preocupamos mucho por el bienestar de los trabajadores, queremos que ellos estén felices y se sientan bien trabajando con nosotros. Nuestra manera de motivar a nuestros trabajadores es con darle días libres cuando lo necesiten y un porcentaje de gratificación. También se ha motivo dándoles nuestro producto como regalo a una de sus acciones. El líder de esta Viña motiva a su personal con permisos

cuando sea conveniente y además les da un incentivo económico, esto hará que el personal ve que se preocupan y valoran su trabajo.

Interpretación: en esta sub categoría, se observa que a través de la información obtenida en las entrevistas realizadas a las empresas, sobre cómo se enfoca para motivar a los miembros y/o trabajadores de su empresa y que no se sientan presionados, los empresarios motivan a su personal por su labor desarrollada con capacitaciones, a fin de que crezcan profesionalmente, con incentivos como permisos, apoyándolo en lo que necesitan cuando les ocurren algún problema, y los más importante demostrándole y brindándole una confianza única.

SUB CATEGORÍA: TRABAJO EN EQUIPO; unión de las personas pertenecientes a un mismo grupo.

La Viña San Leonardo (2018) indica que, el personal en nuestra empresa no recibe capacitaciones constantes, ya que todo lo que realiza, lo hace de acuerdo a las experiencias adquiridas con el transcurrir del tiempo. En este caso el personal no se encuentra plenamente capacitado para que tenga un buen desarrollo en su labor diaria, ya que también tienen problemas en su producción por diversos factores; ya sea por desconocimiento y la falta constante de capacitación; puesto que todo esto genere que no haya un buen trabajo en equipo.

Para la Viña Gran Racimo (2018), nuestra viña es una de las empresas que tiene empeño en capacitar a sus trabajadores, donde dentro de muy poco comenzaremos a contratar expertos en temas de producción y organización de empresa. En esta empresa están en vistas, en camino de capacitar a su personal, el jefe de aquí quiere que su personal crezca profesionalmente para que así puede realizar un buen trabajo en equipo como lo son, ya que los trabajadores son la base de la empresa, porque si ellos son capacitados, entonces su producción incrementará.

Así como la Viña Santa Angela (2018) opina que, son pocas las veces que mi personal asisten a capacitaciones, porque ellos mismos han aprendido de sus experiencias, de sus familias, de sus abuelos, de sus padres, desde pequeños se dedican a esto. En este negocio realizan un trabajo en equipo a base de sus experiencias, a pesar de que el dueño sabe que es muy

importante las capacitaciones que deben de recibir el personal no lo hacen por motivos de que en la zona no hay personas capacitadas para hacerlo, ni tampoco buscan en otros lados, ósea no tiene iniciativa propia para la capacitación y crecimiento de su personal.

La Viña Solari (2018) dice que algunos de nuestros trabajadores han recibido capacitaciones, los que han ido a Lima, ellos quisieron aprender más del rubro para venir aquí a enseñarnos, pero eso fue hace un año atrás, ahora en estos meses no ha ido nadie, ni tampoco vienen personas de distintas entidades que nos puedan enseñar un poco más. En esta Viña, como el jefe no se preocupa porque la capacitación de su personal, ellos mismos quieren capacitarse y así puedan enseñar a sus compañeros, ya que ellos son un equipo de trabajo, para que puedan desempeñarse de la mejor manera y conocer el avance del día a día.

En la Viña Reyes (2018) si se capacitan, porque al aprender diferentes cosas en distintos lugares tendrán mucho más conocimiento de lo que se dedican en el área respectiva del negocio. Aquí, todos comparten lo aprendido, como un equipo que es, ya sea de capacitaciones y/o por la experiencia que tiene cada uno en el negocio.

Interpretación: en esta sub categoría, se observa que a través de la información obtenida en las entrevistas realizadas a las empresas, sobre si su personal recibe capacitación continua sobre el rubro y/o actividad a la que se dedica la empresa, el personal no recibe capacitación, ya sea porque no contratan a personal especializado en el tema o porque ellos mismos tampoco se preocupan y no asisten a capacitaciones que se puedan realizar en otros lugares, todo lo aprendido y la experiencia que poseen es por sus familiares, ya que la mayoría de los negocios son familiares y es ahí en el grupo familiar donde aprenden todo para el negocio.

SUB CATEGORIA: SOLIDARIDAD; busca el beneficio en general para todos, asimismo comprometen hacía con los demás.

Viña San Leonardo (2018), la empresa si realiza actividades sociales, como apoya a la municipalidad en temas de ayuda y beneficios de las personas. La empresa regala productos por temas festivos como el día de la madre, padre, fiestas patrias y fiestas navideñas. Algunas veces regalamos productos por toda la plaza para las personas que se acercan y deleiten su sabor. En esta empresa los dueños son muy altruistas, son solidarios en cualquier actividad que se realice con el fin de ayudar a los demás, sin importarles los gastos que realicen; asimismo a la vez también quieren crear un lazo de confraternidad.

En la Viña Gran Racimo (2018), nuestra viña se compromete todos los años a cuidar el medio ambiente realizando acciones de reciclaje y clasificación de desechos por el tipo de material. A veces juntamos toneladas de botellas y lo vendemos. Con el dinero obtenido realizamos eventos navideños para niños de pocos recursos, compartiendo un delicioso panteón con su respectivo chocolate. En este negocio también tienen actos de solidaridad con los trabajos que realizan en diferentes épocas del año, ellos no se olvidan de donde nacieron y como eran al inicio de su negocio, es por tal que les gusta ayudar a los demás.

La Viña Santa Angela (2018) dice, colaboramos en la zona con distintas actividades, más que todo en navidad para los niños de toda la zona con bajos recursos o que no puedan recibir una bonita navidad por diversos problemas que puedan tener estos angelitos. Esta Viña también tiene actos solidarios para los demás, los más necesitados, lo principal es que lo hacen de corazón sin lucro y/o beneficio alguno, más que todo se dedican a ayudar a niños en todas las actividades porque ellos son padres y les gusta ver una sonrisa en cada carita de un niño.

En la Viña Solari (2018), nosotros apoyamos en diferentes fechas festivas que necesitan nuestro apoyo y/o colaboración, sin pedir nada a cambio, también realizamos campañas de reciclaje, ayudamos a refacciones de las iglesias, en lo poco que podemos ayudar lo hacemos. En fin de año, en las fiestas navideñas hacemos shows infantiles, ósea una chocolatada para todos los de la zona y pasar un lindo momento compartiendo. Esta Viña, igual que las anteriores tiene actos humanitarios para con las personas y en diversas actividades que puedan realizar en la zona con el fin de ayudar a los demás.

Y finalmente la Viña Reyes (2018) colaboramos con algunas entidades de aquí de la zona que nos puedan solicitar nuestro apoyo para distintos eventos que se realizarán. Es la voluntad de la empresa con el fin de mantener una buena relación con todos los pobladores y sectores que nos relacionamos de manera directa o indirecta, es decir los grupos de interés, lo atendemos con la mayor calidad y aportamos un valor agregado para el negocio. Aquí, esta Viña ayuda en las actividades que lo requieran su ayuda, también lo realizan con el fin de hacerse conocidos con otras zonas y así el negocio puedan aumentar sus clientes de otras zonas.

Interpretación: en esta sub categoría, se observa que a través de la información obtenida en las entrevistas realizadas a las empresas, sobre si realizan actividades de responsabilidad

social corporativa (RSC), todas se encuentran comprometidas con esta labor, colaboran con ayuda en diferentes circunstancias, sin buscar algún beneficio a cambio, solo aportando un valor agregado a su empresa.

CATEGORIA: CARACTERISTICAS PSICOLÓGICAS

SUB CATEGORIA: NECESIDAD DE LOGRO; desarrollo de su comportamiento, en la cual se ve el interés que demuestran durante su desarrollo de un proyecto, por lo es ahí donde conocen sus errores y pueden corregirlos con mira hacia sus objetivos.

Viña San Leonardo (2018) esta viña no exporta debido a que tenemos una buena estabilidad y se puede decir también a la falta de conocimiento. Nosotros no tenemos la necesidad de exportar porque ya tenemos muchas cosas conseguidas, económicamente estamos bien, nuestros hijos son personas profesionales con una familia independiente. Esta Viña, no tiene la necesidad, económicamente se siente bien, no desea seguir creciendo, ya que en su larga trayectoria de negociantes nadie los motivó a mirar otros mercados nuevos, como es el extranjero.

Viña Gran Racimo (2018) tiene clientes extranjeros que consumen nuestro producto pero directamente que exportemos no lo hacemos por temor al fracaso y el desconocimiento del procedimiento de exportación de pisco y vino. En este caso, la Viña no se lanzó a exportar por miedo al fracaso, a que su negocio no surja y se quede en banca rota, asimismo no poseen un conocimiento de cómo hacerlo, como se encuentran en una zona de recursos medios no solicitan personal para capacitaciones de estos casos, y también es descuido de ellos el de no hacerlo.

Viña Santa Angela (2018) no exportamos en este negocio, porque hasta ahora no tenemos la necesidad, nos va muy bien en las ventas de piscos y vinos y muy a parte no nos abasteceríamos, no tenemos esa producción de piscos como para exportar a otros lugares. Gracias a Dios estamos muy bien y vivimos bien, no nos falta nada, tenemos lo necesario para vivir y ya con la edad que tenemos no está en nuestra mente exportar. En este caso, son conformistas porque no quieren seguir creciendo, ya que como económicamente tienen lo necesario, ya no desean obtener más cosas; otro de sus problemas para la exportación es su producción, sólo tienen una producción para un mercado local más no para un extranjero, ya

que en su proceso de producción no está para una capacidad como para otros mercados internacionales y también muy aparte de que desconocen el trámite de la exportación por falta de capacitación.

Viña Solari (2018) nuestra viña no está preparada para exportar porque fracasaríamos en el mercado exterior, no conocemos temas de exportación y no hemos recibido conocimiento de estos temas de personas capacitadas y conocedoras. La exportación es un poco compleja porque tienes que conocer el mercado, sus costumbres y tener varios clientes en cartera. Es un trámite que demoraría demasiado para la distribución de nuestro producto. Esta Viña, tiene como base de que no exportan por desconocimiento tanto de exportar como desconocimiento de otros mercados, internacionales, ellos nunca han realizado estudios de mercado extranjeros, sólo se han dedicado a lo nacional.

Viña Reyes (2018) esta viñera es muy conocida en nuestra zona, hay clientes que viven en diferentes países y llevan su pisco reyes. Pero nunca hemos intentado ingresar a otro mercado por temor a perder o ser multado por desconocimiento en el tema. En esta empresa, no exportar igual por temor a fracasar por no encontrarse capacitados en el tema de exportación, nunca recibieron estos tipos de capacitaciones, ni tampoco ellos solicitaron y trajeron personas capacitadas en el tema para que lo expongan en su empresa.

Interpretación: en esta sub categoría, se observa que a través de la información obtenida en las entrevistas realizadas a las empresas, sobre si se exporta sus productos y si durante su trayectoria como empresario ha recibido capacitaciones de programas para exportar, ninguna de las empresas en estudio exporta actualmente sus productos, miedo al fracaso, conformismo, porque ya sienten que lo tienen todo en su posibilidad y no quieren más, por desconocimiento al tema, ya que no se capacitan y solo trabajan de lo aprendido en familia.

SUB CATEGORÍA: MINIMIZACIÓN DEL TEMOR AL RIESGO; hace ver que de los problemas se pueden aprender, extraer enseñanzas con miras hacia el éxito.

Viña San Leonardo (2018) actualmente no tiene problemas con las leyes peruanas, todo está yendo bien, pues pagamos los impuestos que corresponde y estamos al día en todo. La exportación que no lo hacemos sería un problema para seguir creciendo, pero particularmente para nosotros ya no hay una exigencia porque económicamente estamos

bien. Para este negocio, el no exportar ya es un problema que tienen en la actualidad, porque hoy en día todo negocio exporta, ya que busca miras hacia otros mercados para tener un éxito como empresa y lograr su desarrollo.

Viña Gran Racimo (2018) tiene un déficit en su producción y distribución. No logra acercarse a sus clientes con decisión de seguir creciendo. Nuestra producción no es como la pensamos, estos problemas se deben a la falta de crear un buen ambiente de trabajo, donde la motivación de nuestros trabajadores sería clave fundamental para la producción de nuestra empresa. Y la exportación que nos traería mucho progreso e ingreso económico personal y para nuestro país. En este caso, esta Viña posee dos problemas, uno de su producción la cual es debido a que no existe un buen ambiente de trabajo para los trabajadores, ya que esto es básico para que ellos trabajen de lo mejor y produzcan. Asimismo, la exportación que tampoco lo realizan por miedo a fracasar y desconocimiento del tema, con todo se puede ver que no están desarrollando su necesidad de logro.

Viña Santa Angela (2018) hasta el momento todo va bien, bueno lo de siempre es la competencia, las ventas, pero eso ya depende de la calidad de piscos y vinos que le ofrecemos a la gente, y pues ellos ya eligen con cual se quedan. En lo que es atención aquí siempre van a ser bien atendidos por nosotros, engreídos como en casa. Y otros problemas que se puedan presentar durante el día pero sin importancia, que se pueden resolver en ese momento. Para esta Viña todo va bien, no ven un problema el de no exportar, porque ellos se sienten bien como están, no tiene ese espíritu emprendedor, se quieren quedar en la situación que se encuentran y no crecer como empresa.

Viña Solari (2018) actualmente nuestra empresa tiene dificultad en temas de conocimiento de cómo exportar nuestro producto, como conseguir clientes internacionales en otros países. Básicamente en temas de producción se trabaja mucho para poder distribuir a los diferentes mercados, donde no contamos con una movilidad personal para distribuir nuestro producto, generando pagos a empresas de transportes por los servicios prestados. En esta empresa, el problema que tienen es el desconocimiento de exportar, necesitan ser capacitados para que apliquen ese tema y puedan tener miras hacia otros mercados, más no quedarse a un nivel nacional nada más.

Viña Reyes (2018) nos hemos enfocado en el territorio nacional donde nos va regularmente porque tenemos clientes limitados y no tenemos un equipo de marketing, el cual provoque

el interés de consumir de nuestros productos. Nuestra viña tiene una alta competencia en el mercado donde tiene que buscar nuevos destinos, con estrategias buenas y sería una buena opción la exportación de nuestro producto. El problema de este negocio es el marketing, ya que no tienen como promocionarse para otros nuevos clientes, ellos también desconocen la exportación por falta de capacitación e iniciativa propia, si aplicarían este tema podrían tener nuevos mercados en su negocio.

Interpretación: en esta sub categoría, se observa que a través de la información obtenida en las entrevistas realizadas a las empresas, sobre cuál es la actualmente la dificultad por la que afronta la empresa, en las 5 empresas la dificultad que tienen es la de no exportar por falta de conocimiento en el tema, teniendo la necesidad de ser orientados y capacitados para el desarrollo de sus empresas.

IV. DISCUSIÓN

El siguiente proyecto de investigación tuvo como objetivo general el Determinar si las características del perfil del empresario emprendedor han favorecido al desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018, para ello en la recolección de los datos se aplicó el método de la entrevista a los empresarios productores de pisco en Chincha - Ica, así que en la presente investigación se discutirá los antecedentes, las teorías y los resultados obtenidos, tratando de llegar al objetivo.

Partiendo de todo esto, se da lugar a la discusión con los antecedentes de la investigación la cual muestran alguna semejanza o parten de algunas de nuestras subcategorías, como lo hace ver Avolio (2008) en su tesis “Un estudio exploratorio del perfil de las mujeres empresariales en el Perú” la cual concluye que es más en parte por la busca de conocimientos para poder tener un crecimiento económico, y de tanto como mujeres y varones son influenciadas por las mismas variables, pero la cual las mujeres emprendedores están concentradas en países desarrollados la cual en nuestro país no hay estadísticas que cuantifiquen la actividad empresarial, la cual la falta de conocimiento es una de las barreras más altas que existe en Latinoamérica.

Este resultado corrobora a uno de los puntos de los resultados de nuestra investigación, ya que se muestra que, de las empresas productoras de pisco estudiadas y aplicadas las entrevistas, los dueños no exportan muchas veces por desconocimiento al tema, no se arriesgan o no lo hacen porque desconocen como es el procedimiento, asimismo no se informan, no se capacitan, ni contratan o buscan a personal capacitado sobre el tema, pero si tienen claro que esto es una inversión que a la larga traerá ganancias, crecimiento y posicionamiento a su propio negocio, pero ni así se atreven hacerlo.

De tal modo Galvez (2012) en su tesis “Perfil del emprendedor de la MYPES del sector textil de la Ciudad de Chiclayo”, concluye que se aprecia que los emprendedores del sector textil de confecciones de la ciudad de Chiclayo son personas que tienen un grado superior no universitario y tienen un amplio conocimiento de la forma de trabajar, adquiriendo experiencia en otras MYPES facilitando su desempeño, ellos manejan un poco mejor el tema de negocio que los ayuda a afrontar con mayores probabilidades de éxito un nuevo reto emprendedor.

Efectivamente, en nuestra investigación este punto es corroborado, ya que tenemos como resultado que los dueños y trabajadores de las empresas productoras de pisco en Chíncha – Ica, en su mayoría no han seguido una carrera universitaria, pero eso no quita que tengan un amplio conocimiento del rubro al que se dedican, ya que para ellos su escuela ha sido la experiencia de toda su vida, las enseñanzas de sus propios familiares (abuelos y padres), sin recibir capacitaciones de personas especializadas en el tema, porque para ellos es muy fácil de aprender en lo que trabajan.

Asimismo Espinoza (2012) en su tesis “Los factores que favorecen la cultura del emprendimiento en la educación básica regular. El caso de las Instituciones Educativas 14511 y 14507” concluye que la cultura del emprendimiento en nuestro país tiene ciertas debilidades porque la mayoría de maestros no reúnen las competencias para promover el emprendimiento, no están capacitados, son conformistas, se limitan a cumplir con sus labores cotidianas y no quieren crecer profesionalmente.

El resultado de nuestra investigación, concuerda con este punto porque se ha podido ver que los empresarios no quieren exportar porque no sienten, ni tienen la necesidad, se sienten bien como están, no quieren expandirse ni hacer crecer su negocio, no tienen ese espíritu emprendedor y son conformistas con lo que siempre han tenido o sólo mantenerse en el nivel económico que sus antepasados le dejaron como herencia esos negocios.

Partiendo del marco teórico se analizara con referente a los datos conseguidos mediante las entrevistas, observando si cumple con algunas teorías propuestas.

Según Portilla (2015) dice que uno de los factores determinantes del emprendimiento es la necesidad de éxito y el hambre que demuestre por el éxito ya que este es el factor que le da el empuje necesario para afrontar posibles derrotas o fracasos, es por ello que en muchas ocasiones para un adecuado desarrollo del espíritu emprendedor son necesarias circunstancias o entornos ausentes de recursos tales como el capital.

Se concuerda con esta información, ya que los productores de la zona de Chíncha – Ica, no emprenden a nuevos caminos porque se encuentran en una situación económica que satisface sus necesidades y no les hace falta aparentemente nada, entonces ellos tuvieran esa necesidad del éxito, si su negocio no andaría o no les rendiría lo que ellos esperan, pero como se sienten bien con lo que tienen no quieren crecer más.

Para Freire (2016), presenta su teoría del triángulo invertido, un proceso de emprendimiento que tiene 3 componentes que son emprendedor, idea y capital, donde el emprendedor es el punto de apoyo, éste necesita dos componentes para que pueda llegar al éxito, que viene a ser la idea de un proyecto y/o negocio y el capital., asimismo dice que cuando un emprendimiento no llega hacer éxito, esto se debe a la falla de uno de estos 3 componentes.

El resultado de nuestro proyecto, concuerda con esta teoría, ya que los empresarios (emprendedor) de la zona de Chíncha – Ica, pueden poseer un capital, sacado de las ganancias de sus negocios, en el cual se puede invertir en diferentes proyectos; pero éste no posee una idea innovadora para hacer crecer su negocio, entonces este emprendimiento no llega al éxito, toda vez que ha fallado el componente de la idea.

Para Global Marketing Strategies (2013) establece que un plan de exportación se inicia realizando un análisis de las capacidades competitivas que posee la empresa pero en relación al exterior, con el fin de aprovechar sus fortalezas y corregir las debilidades. Entre sus fortalezas está poseer una suficiente producción, a fin de satisfacer la demanda que se presente en el exterior y entre sus debilidades está no tener conocimiento de los mercados exteriores y los accesos para la creación de una red de comercio en mercados internacionales y no tener experiencia, conocimiento de comercio exterior para las actividades de exportación que se piensa realizar.

Entonces, podemos decir que en nuestra investigación esta de acuerdo con esta teoría, ya que a parte de que los empresarios emprendedores no poseen un plan de exportación y tampoco se atreven a exportar porque no poseen una suficiente producción que satisfaga en un futuro la demanda que se pueda presentar en otro mercado. Asimismo, entre sus debilidades es no tener conocimiento de como son los mercados internacionales, es decir su cultura de otros países por lo que no se podría llegar a ellos y por lo tanto no poseen experiencia en el rubro de comercio exterior, siendo estos los puntos por los cuales tienen miedo a fracasar en el intento.

V. CONCLUSIONES

1. Se concluye que las características del perfil del empresario emprendedor son muy importantes en la generación de oportunidades de negocios, pero no comparten comportamientos homogéneos en los momentos de tomas de decisiones, ya que no han favorecido al desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018.
2. Se concluye que las características personales del perfil del empresario emprendedor favorecen al desarrollo de la exportación, ya que en este aspecto los empresarios desarrollan muy bien sus cualidades ante diversas situaciones, como sabiendo afrontar las dificultades en diferentes situaciones que se les presenten, saben seleccionar y tomar decisiones en distintos contextos que se puedan presentar de manera inesperada, se hacen responsables de cada una de sus decisiones tomadas y desarrollaron ideas en el inicio de su negocio.
3. Se concluye que las características sociales del perfil del empresario emprendedor no favorecen al desarrollo de la exportación, toda vez que no buscan el crecimiento de su grupo de trabajo en el que se desarrollan, quiere decir que no se capacitan ni buscan personal especializado en el rubro de sus negocios para que así puedan aprender más; a pesar de que en su grupo de trabajo existe la motivación, mas no la presión para trabajar y buscan un beneficio en general para todos, esto no es suficiente para el crecimiento de su negocio.
4. Finalmente se concluye que las características psicológicas del perfil del empresario emprendedor no favorecen al desarrollo de la exportación, toda vez que los empresarios de esta zona no poseen un espíritu emprendedor, no sintiendo esa necesidad de logro, ya que ellos se sienten bien como están en la actualidad, mostrando con eso un conformismo en su negocio. Asimismo, no se atreven a exportar por miedo a fracasar, sin pensar que no todo siempre tiene que salir bien en el primer intento, ya que de los errores se aprenden.

VI. RECOMENDACIONES

1. El Estado debe realizar programas orientadas a facilitar el emprendimiento tomando en cuenta en los siguientes temas, asesoramiento y gestión de empresas, creación de una red de contactos y acceso a información que brinde las herramientas necesarias para poder desarrollar la exportación.
2. El Estado debería intervenir a través de las entidades competentes en la simplificación de trámites ante entidades públicas, mantener los incentivos y simplificación tributaria y Apoyo financiero a través de las entidades creadas para ese fin. El gobierno no debe conformarse; sino que siga haciendo mejoras, porque hay otros países que vienen impulsando cambio.
3. Las universidades deberían de brindar apoyo como: foros, encuentros, cursos, seminarios; sobre temas de emprendimiento y diseños.
4. Los empresarios deberían de capacitarse en lo que concierne en adelantos tecnológicos y de los diseños de producción, ya que eso le ayudará mucho en el crecimiento de su negocio.

VII. REFERENCIAS

- Aguilar, S. (2014). *Análisis estratégico para el desarrollo de la competitividad del pisco de santa cruz de flores -cañete*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional del Callao.
- Annelissie, A. (2005). *Emprendedurismo*. Universidad NUR, Bolivia. Disponible en: <http://produccionintelectual.Nur.Edu/archivos/emprendedurismo.Pdf> [Accesado el 2 de julio de 2010].
- Arnoldo Araya, (2009). *Internacionalización de empresas*. Recuperado de http://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresarial/article/viewFile/653/580
- Arroyo, P. (2016, p.9). *Introducción al Comercio Internacional*. (2º edición). Lima: Editorial universitaria.
- 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 del Perú (2015). *Glosario de términos económicos*. Recuperado de <http://www.bcr.gob.pe/publicaciones/glosario>. Consultado el 20 de mayo 2017.
- Bonilla, R. y Garcia, J. (2014). *Caracterización del perfil emprendedor en graduados de la Maestría en Administración de Negocios: Un análisis empírico en la Ciudad de Manizales*. (Tesis de Magister). Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de <http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/839/1/TESIS%20-%20INFORME%20FINAL.pdf>
- Carrasco, S. (2007). *Metodología de la investigación científica. Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima: Editorial San Marcos.
- Cecilia Huesca, (2012) *comercio internacional*. Recuperado de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Comercio_internacional.pdf
- Cruz, S. (2016). *Proceso de empresas exportadoras*. México: Escuela Bancaria y Comercial. Recuperado de https://issuu.com/hiromycruzguin/docs/act_3_calidad

- Coronel, R. y Velasquez, R. (2016). *Oportunidades de Negocio en el Mercado Japonés para la Exportación Peruana de Palta Hass de la Región la Libertad, Año 2016* (tesis de licenciatura) Universidad Privada del Norte, Perú.
- Fandiño P, L., & Bolívar A. (2008). *Evaluación del Impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes de la carrera de administración de empresas de la pontificia universidad javeriana y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado.* (Tesis Pontificia Universidad Javeriana . Bogotá, Colombia.). Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9033/tesis32.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ferreyros, E. (2018). *Perú se ubica entre los tres principales exportadores con mayor crecimiento del mundo.* Gestión: lima, Perú. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/peru-ubica-tres-principales-exportadores-mayor-crecimiento-mundo-229239>
- Figuroa, J. F. T. (2013). *Emprendedurismo en América Latina.* Caderno Profissional de Marketing - UNIMEP, 1(1), 51-63.
- Formichella, M. M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local.* Tres arroyos, Argentina. Recuperado a partir de <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>
- García, J. (2014). *Así se exporta.* (3ª edición). Santiago. RIL editores.
- Global Negotiator, (2013). *Plan de exportación, guía práctica para empresas.* Recuperado de <http://www.globalnegotiator.com/files/Muestra-Plan-de-Exportacion.pdf>
- Gustavo, G. (2013) *Teoría de las Condiciones y los Servicios Generales de la Producción.* Recuperado de https://libros.colmex.mx/wp-content/plugins/documentos/descargas/teoria_de_las_condiciones.pdf
- Hurman, U. (2012). *Un estudio de los factores de éxito y fracaso en emprendedores de un programa de incubación de empresas: caso del proyecto Ramp Perú.* PUCP, Lima, Perú.

- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. (5° ed.) México: McGraw. Hill/Interamericana Editores S.A.
- Hidalgo, A. y Lopez, S. (2013) *Plan de Factibilidad para la Creación de una Empresa para la Producción y Exportación de Miel de Cacao Hacia Estados Unidos (Nueva York)* (tesis de magistratura) recuperado de: <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/55/1/T-UIDE-52.pdf>
- Huby, M. A. M. G., Murguía, M. M. E. A., & Reyes, M. L. J. L. (2012). *El potencial emprendedor en los estudiantes de la carrera de contabilidad de las universidades san marcos de Perú y Guadalajara de México—centro universitario de los altos—un análisis comparativo*. Recuperado a partir de <http://caribeña.eumed.net/wp-content/uploads/potencial-emprendedor.pdf>
- La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo, (2017). *Manual Planex: Plan de Negocio Exportador*. Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/rutaexportadora/09-RE-PROGRAMA-PLANEX.pdf>
- Lorenzo, N. (2016) *sistema de control de gestión aplicado en la empresa exportadora de fruta fresca frutera euroamerica s.a.* (tesis de magistratura) recuperado de: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/144153/Puentes%20Navia%20Lorenzo.pdf?sequence=1>
- Mego, J. (2015) *Plan de Exportación de Panela Pulverizada Orgánica para la Asociación de Productores Agropecuarios la Shita en el Distrito de Salas para el Mercado Canadiense - Quebec 2013* (tesis de licenciatura) Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Perú.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, (2014). *Comercio exterior*. Recuperado de: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/herramientas/MinceturLibro2014.pdf

- Ministerio De Comercio E Industrias de Panama, (2006). *Manual para exportar*. Recuperado de https://www.mici.gob.pa/imagenes/pdf/manual_del_exportador__n1.pdf
- Moreno, J. M. (1993). *Manual del exportador: teoría y práctica exportadora*. Buenos Aires: Macchi.
- Ordoñez y Jaya (2016). *Potenciamiento de las actividades logísticas para exportación de productos por el aeropuerto internacional Cotopaxi*. (Grado de Magister). Universidad Central del Ecuador, Ecuador. Recuperado de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/7875/1/T-UCE-0011-135.pdf>
- Peris, F. y Mestre, O. (2010). La estrategia exportadora de la empresa y su relación con el resultado internaional. Vigo, España: Investigaciones Europea de Direccion y Economía de la Empresa, vol. 16, (nº 1), 15-29. Recueprado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274120089001>
- Peña, V. (2003): “¿De qué están hechos los emprendedores?”. En: Entrepreneur, Vol. II, Nº II. Ciudad de México, México.
- Radebaugh, L. Daniels, J y Sullivan, D. (2013). *Negocios Internacionales*. México: Pearson Educación de México. 14 ° ed.
- Roca, Y. (2017). *Producción y exportación de la cochinilla peruana durante el periodo 2008-2016*. (Tesis de Licenciatura). Universidad César Vallejo, Perú.
- Romero, A. (2017). *Producción y exportación de la piña peruana 2008-2015*. (Tesis de Licenciatura). Universidad César Vallejo, Perú.
- Serida, J. y Keiko N. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2008*. Universidad ESAN/Cendoc. 180 p. Primera edición, Lima, mayo de 2010.
- Sevilla, J. (2013) *Análisis de la Agroindustria de Exportación de Centroamérica: Evaluación Económica y Sostenible de la Producción de Café de Honduras* (tesis de doctorado) recuperado de: <https://ciencia.urjc.es/bitstream/handle/10115/12287/TESIS%20JOEL%20ULISE>

S%20IMPRESA.pdf;jsessionid=394F03BFB8A75C6D1EFD755C41B74E51?sequence=1

Taquiza (2017). *Análisis y evaluación de la producción de rosas, en la parroquia Mulalo del Cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, en el marco de la transformación de la matriz productiva, con fines de exportación durante el periodo 2009-2015*. (Título de Economista). Universidad Central del Ecuador, Ecuador. Recuperado de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/9919/1/T-UCE-0005-029-2017.pdf>

Urbina, W. (2017). *¿Cómo evolucionan las exportaciones de pisco?* Gestión: lima, Perú. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/adex-evolucionan-exportaciones-pisco-136707>

Urbina, W. (2017). Perú saca ventaja en exportaciones de pisco frente a envíos de aguardiente de Chile. Gestión: lima, Perú. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/mercados/peru-saca-ventaja-exportaciones-pisco-frente-envios-aguardiente-chile-150217>

Varela, R. (2001). *Innovación Empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas*. Bogotá, D. C: Prentice Hall.

ANEXOS

ANEXO 1: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA

OBJETIVO 1: Determinar si las características personales favorecen el desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018

Categoría	Pregunta	Sujetos	Respuestas
<p style="text-align: center;">Características Personales</p>	<p style="text-align: center;">1.- ¿Cómo afronta las dificultades a la hora de resolver un problema?</p>	<p style="text-align: center;">Viña San Leonardo</p>	<p>Los problemas se afrontan de la mejor manera, en todas las empresas, familias, equipos, hay problemas donde no todos reaccionamos igual. Hace unos años la empresa estaba pasando por una crisis económica, donde descubrimos que el administrador estaba dejando sus funciones de lado por problemas personales, entonces decidimos conversar con él, brindando nuestro apoyo y brindándole permisos para la solución de su problema. Él se dio cuenta que no podía seguir con el trabajo, donde decidió renunciar. Actualmente la empresa es administrada por nosotros, donde todo está bien gracias a Dios.</p>
		<p style="text-align: center;">Viña Gran Racimo</p>	<p>Generar un ambiente de trabajo es fundamental en nuestra empresa, ya que la productividad aumentaría y realizaríamos nuestras metas mensuales. Los problemas que hay aquí tratamos de solucionarlo tomando las mejores decisiones por el bien del personal y del desarrollo de la empresa.</p>

		Viña Santa Angela	<p>Bueno, en la tienda cuando ocurren problemas en diferentes momentos, siempre trato de calmarme para poder pensar con la cabeza fría y no renegar y gritar como algunos jefes lo hacen, lo digo porque yo lo he vivido en carne propia, pues eso no es la de un buen jefe. Uno como jefe debe buscar soluciones y no hacerse más problemas, primero veo que pasó, por que pasó, ósea las causas que hicieron que se haga el problema y ver la solución que se le puede dar en ese momento para poder calmar los contratiempos que se hallan dado. Felizmente, tengo el apoyo de mis trabajadores, son muy buenas personas y en su trabajo no tengo quejas, es por eso que busco también convivir en armonía con todos.</p>
		Viña Solari	<p>Aquí en el negocio nunca van a faltar problemas, ya sean del trabajo o personales de cada empleado; no puedo negar que al inicio era impaciente ante estos hechos, quería que se solucione ya el problema, pero con la experiencia que llevo en este negocio, he aprendido que lo principal para resolver los problemas es ser paciente y constante. Tiene que ver mucho la actitud en el momento que uno afronta el problema, concentrarse en lo que se está haciendo o lo que se va hacer y por supuesto tener confianza en uno mismo en nuestras capacidades para afrontar y resolver los problemas. Pienso que todo tiene</p>

			solución, menos la muerte, así que siempre habrá una salida para cualquier problema que suceda.
		Viña Reyes	Tranquilo, lo tomo con tranquilidad, no me desespero porque sé que tengo que pensar en una solución para el problema que se me ha presentado; así que me pongo a pensar porque está sucediendo eso, que es lo que falló y cómo lo puedo arreglar. Para mí los problemas que ha habido aquí, han sido como oportunidades que me da la vida para aprender de estas experiencias y no volver a cometer los mismos errores en otras situaciones. Llevo desde niño aquí en el negocio viendo como mi padre y abuelo hacían con gusto su trabajo en la chacra y en la tienda, y solo recuerdo que mi papá renegaba mucho cuando pasaba algo y mi abuelo como gran sabio le decía “pero hijo que reniegas las cosas están hechas, mejor cálmate y busca una solución”, mi padre se quedó con eso y así nos educaba a nosotros. Por eso, yo aplico esos recuerdos con mi negocio.

OBJETIVO 1: Determinar si las características personales favorecen el desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018

Categoría	Pregunta	Sujetos	Respuestas
Características Personales	2.- ¿Cuándo se encuentra en una situación de tomar decisiones, selecciona las más relevantes para ser atendidas?	Viña San Leonardo	Las tomas de decisiones son muy importantes en nuestra empresa, consideramos mejorar nuestros actos para erradicar los problemas que estén presentes. La mejor opción es ser asertivos en la decisión de toma de decisiones y todo problema es importantes ya sea menor o mayor, igual es problema que afecta a toda la empresa, entonces también afecta a todos los integrantes.
		Viña Gran Racimo	En esta vida todo tiene solución, donde todo es importante, tanto para el personal operativo y administrativo. La relevancia no tendría sentido porque de lo pequeño se hace enorme y la solución de este problema sería complicado. Para tomar una buena decisión debemos analizar el problema, ya sea por su magnitud o por sus consecuencias. Debemos pensar con cabeza fría, viendo el origen de los problemas y como poder solucionarlos, dando prioridad a lo más importante en ese momento.
		Viña Santa Angela	Sí, siempre veo cual es la más importante pero no dejo de lado a las demás decisiones que debo tomar ante problemas ocurridos. Cualquiera se puede encontrar en una situación así, pero se debe ver cuál es la más urgente o

			necesaria en ese momento y evaluarlas para que se pueda tomar una decisión concreta y segura, con el fin de dar un bienestar a la empresa.
		Viña Solari	Se tiene que ver pues, cual es la situación que se está presentando en ese momento, ver la urgencia de tener una solución y tomar una decisión, ver que posibles formas existen para resolver los problemas. Aquí, debemos pensar y razonar mucho para poder elegir la más relevante como dice Ud., ya que muchas veces de estas decisiones depende mucho el progreso de la empresa y bienestar de los trabajadores.
		Viña Reyes	Bueno señorita, yo busco solución o lo que tenga que hacer en el momento para resolver el problema que esté pasando. Yo tengo que dar la cara ante cualquier problema que suceda, si tengo varios problemas veo el que afecta más a la empresa y con ese comienzo a resolverlo, luego sigo con los demás problemas. En mis decisiones veo muy bien la importancia que tiene cada una para poder resolver los problemas.

OBJETIVO 1: Determinar si las características personales favorecen el desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018

Categoría	Pregunta	Sujetos	Respuestas
<p>Características Personales</p>	<p>3.- Durante todo el tiempo que lleva en su negocio, acepta la responsabilidad de cada una de sus decisiones que ha tomado?</p>	<p>Viña San Leonardo</p>	<p>El negocio tiene altos y bajos. Nosotros somos los encargados de esta empresa, de todas las áreas como producción, administración y hasta la distribución, por tanto somos responsables de cada decisión que se toma en diferentes oportunidades. Yo soy la cabeza de todo este grupo, siempre trato de pensar en todos al momento de tomar una decisión. Habido tiempos que he tomado decisiones que trajeron consecuencias fatales pero de eso aprendí y ahora ya con mucha experiencia, pero nunca se deja de aprender.</p>
		<p>Viña Gran Racimo</p>	<p>Muchas veces los trabajadores cometen errores en el trabajo, ya sea por falta de conocimiento o descuido, donde nosotros como dueños asumimos con responsabilidad las consecuencias que traen estos. Hace unos meses atrás un trabajador recalentó una máquina importante por descuido en el trabajo. Nosotros tuvimos que asumir la reparación de dicha máquina, pero si el trabajador es reincidente, tendría que asumir los gastos. Uno como jefe de la empresa o del negocio tenemos que dar la cara por lo que pase aquí.</p>

		Viña Santa Angela	Sí, porque yo soy el que toma las decisiones entonces yo soy el único responsable, a quien le puedo echar la culpa, a nadie (risas). Todas las decisiones que he tomado durante la existencia de este negocio, ha tenido resultados buenos como malos, y es así pues, en la vida no siempre uno hace lo correcto, no dice que si no fallamos no aprendemos, entonces yo he aprendido mucho de todas mis decisiones que he venido tomando durante el trayecto del negocio. Siempre es bueno aprender y enseñar de lo aprendido a los demás.
		Viña Solari	En toda mi experiencia siempre he asumido las consecuencias de mis decisiones, sean positivas o negativas, me gusta mucho demostrar eso a mi segunda familia, que es mi negocio. El tomar una decisión, es a diario, ya que a diario ocurren problemas o distintas circunstancias que te llevan a decidir algo. Por eso, cuando se decide algo debemos ser conscientes de cómo lo hacemos y no solo tomar la decisión por tomarla de la manera más fácil y rápida, sino evaluarla muy bien.
		Viña Reyes	Sí, aunque muchas veces no puedo negar que he tratado de justificarme, sé que está mal porque si yo soy la persona que toma las decisiones ante un problema, yo soy el responsable de lo que pueda ocasionar más adelante. Como dueño del negocio me siento responsable de lo que pueda pasar, ya que lo que decida repercutirá en todos los integrantes que se encuentran laborando en el negocio.

OBJETIVO 1: Determinar si las características personales favorecen el desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018

Categoría	Pregunta	Sujetos	Respuestas
Características Personales	4.- ¿Cómo surgió la idea de su negocio?	Viña San Leonardo	Bueno, te cuento este negocio era de mis abuelos, mis padres invirtieron mucho para que siga creciendo la empresa. Compraron terrenos máquinas y otros. Los hijos seguimos la tradición, seguimos el mismo camino, buscando nuevos mercados nacionales para la venta de nuestro producto. La empresa no arriesga exportar por temor a fracasar y tener pérdidas.
		Viña Gran Racimo	Nosotros consumíamos variedades de vino y piscos, muchas veces cuando se terminaba salíamos a buscar a las diferentes bodegas que habían aquí en la zona, entonces decidimos producir, porque teníamos un enorme terreno para cultivar lo que nosotros deseáramos. Fue una idea de aventura donde actualmente nos va muy bien. Esta Viñera cuenta con 15 trabajadores donde se capacitan constantemente para que su producción sea satisfactoria.
		Viña Santa Angela	El negocio en sí es familiar, está conformado por mi esposa, mis hijos, sus esposas y el que le habla, decidimos juntarnos y trabajar juntos, ya que somos familia y lo vemos más seguro que estar trabajando con desconocidos, los padres de mi esposa le heredaron sus terrenos y muy a parte que mis hijos están

			<p>estudiando administración, ellos ahí ya nos orienta en todo lo necesario, pero no nos podemos quejar hasta ahora gracias a Dios nos va bien. En esta zona hay mucha competencia, pero no podemos negar que el negocio es rentable, hay para todos como se dice.</p>
		Viña Solari	<p>Nuestro negocio nace hace más de 30 años, en el Valle de Sunampe, mis padres se propusieron tener un negocio de pisco y vinos, los mejores de la zona, que superen todas las expectativas de los clientes, entonces este negocio fue una herencia de padres, y nosotros aquí ya lo vamos sacando adelante y lo más importante es que nosotros no engañamos a la gente, le explicamos cada línea de piscos y vinos que vendemos, que es la especial y la comercial, la especial que es la envasada y la comercial que es la suelta, pero eso si le decimos las ventajas de comprar y la diferencia que tiene cada línea de tragos, con la finalidad de que no sean sorprendidos y se vallan satisfechos con lo que adquieren cuando llegan de visita aquí a la zona.</p>
		Viña Reyes	<p>Bueno este negocio es familiar, porque viene desde mis bisabuelos, mis abuelos, luego mis padres y ahora que lo tengo yo y lo administro; mi familia se dedica de años atrás a todo el rubro de piscos y vinos, recuerdo que de niño veía a mis padres trabajar y desde esos momentos aprendí todo lo que hacían. Este negocio lo dirijo junto a mi esposa que también lo administra cuando no estoy yo, ella</p>

			<p>aprendió mucho cuando me conoció, no sabía nada del rubro del negocio, pero poco a poco se fue llenando de conocimientos gracias a mi familia. Dos de mis hijos trabajan conmigo, se encargan de todo lo que tiene que ver con las ventas, y cinco de mis demás trabajadores son de aquí de la zona de Chincha Alta, pues ya tienen tiempo con nosotros más de 15 años, más que trabajadores son amigos de la familia, son muy responsables y fieles con su trabajo. Todos juntos realizamos nuestro mejor trabajo para que la gente que nos visita se valla contenta por la compra de nuestros productos.</p>
--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

OBJETIVO 2: Determinar si las características sociales favorecen el desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018

Categoría	Pregunta	Sujetos	Respuestas
<p align="center">Características Sociales</p>	<p align="center">5.- ¿Cómo se enfoca para motivar a los miembros y/o trabajadores de su empresa y qué no se sientan presionados?</p>	<p align="center">Viña San Leonardo</p>	<p>La motivación en San Leonardo es constante por los diversos incentivos que brindamos. La capacitación de los trabajadores es uno de los incentivos solicitados por ellos, donde se brindan temas de producción y personales. Las capacitaciones son cada 30 días, los expositores son personas emprendedoras con negocios propios, así nuestro personal se incentiva a crecer profesionalmente para el bienestar personal y bienestar. Uno de ellos formó una pequeña empresa que actualmente está creciendo regularmente, gracias a la perseverancia y las capacitaciones de la empresa.</p>
		<p align="center">Viña Gran Racimo</p>	<p>La motivación en una empresa es importante porque incrementan la productividad de estas, donde los trabajadores harán su mejor esfuerzo para permanecer en la organización de la empresa. A nuestro personal se le cumple con todos los beneficios de ley y se le brinda premios aquellos que producen más de lo normal. Actualmente en nuestra empresa se elige al trabajador del mes brindándole cursos personales y/o incentivos económicos por la eficacia de ellos. También cada trabajador lo hace por convicción, iniciativa propia y no por obligación.</p>

		Viña Santa Angela	<p>Para comenzar como sabe el negocio es familiar, pero cuando estamos en hora de trabajo todos somos unos profesionales y nos dedicamos a lo que nos corresponde y olvidamos todo los lazos que nos une. Pues, yo como la cabeza de la empresa, siempre veo cómo hacer sentir bien a mi personal, cómo los puedo motivar por su labor que desarrollan sin que piensen que los estoy vigilando o puedan llegar a pensar que los hostigo, la motivación que yo les doy es en tomarlos en cuenta con sus opiniones y reconocerlos en su trabajo bien hecho. También nosotros tenemos mucha comunicación y eso nos favorece para el desarrollo y superación del negocio.</p>
		Viña Solari	<p>Yo veo como el trabajador se desempeña en su labor diaria en su respectiva área, si es responsable y todo va bien y no ha tenido ningún tipo de inconveniente, lo tomo en cuenta para cuando necesite un apoyo ante algún problema que suceda. Esto hace que cuando uno apoye al trabajador que necesita, él se siente animado a esforzarse en su labor diaria y hará todo con ganas, desarrollando todas sus habilidades y potencial que tiene, así su rendimiento será mayor a todos.</p>
		Viña Reyes	<p>Mi esposa y yo nos preocupamos mucho por el bienestar de los trabajadores, queremos que ellos estén felices y se sientan bien trabajando con nosotros, valoramos mucho su capacidad humana como su capacidad productiva. Muy aparte</p>

			<p>que entre nosotros (jefe y trabajador) existe una excelente relación, escuchamos su punto de vista ante cualquier evento y viceversa. Nuestra manera de motivar a nuestros trabajadores es con darle días libres cuando lo necesiten y un porcentaje de gratificación. También se ha motivo dándoles nuestro producto como regalo a una de sus acciones. Todo esto se hace sin que el trabajador piense que se le está presionando para que trabaje bien.</p>
--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

OBJETIVO 2: Determinar si las características sociales favorecen el desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018

Categoría	Pregunta	Sujetos	Respuestas
<p>Características Sociales</p>	<p>6.- ¿Su personal recibe capacitación continua sobre el rubro y/o actividad a la que se dedica?</p>	<p>Viña San Leonardo</p>	<p>El personal en nuestra empresa no recibe capacitaciones constantes, ya que todo lo que realiza, lo hace de acuerdo a las experiencias adquiridas con el transcurrir del tiempo. Los integrantes de nuestra empresa cada vez tienen problema en su producción por diversos factores; ya sea por desconocimiento y la falta constante de capacitación.</p> <p>La viña san Leonardo necesita una capacitación urgente para que nuestro personal tenga conocimiento de las nuevas técnicas a utilizar en la producción.</p>
		<p>Viña Gran Racimo</p>	<p>Nuestra viña es una de las empresas que tiene empeño en capacitar a sus trabajadores, donde dentro de muy poco comenzaremos a contratar expertos en temas de producción y organización de empresa. Gran Racimo cuenta con personal decidido para empezar con las capacitaciones porque los trabajadores son la base de nuestra empresa. Si ellos son capacitados, entonces incrementaría la producción de nuestros productos, por eso las charlas capacitadoras son muy importantes.</p>
		<p>Viña Santa Angela</p>	<p>Sí, si reciben, pero son pocas las veces que mi personal asisten a capacitaciones, porque ellos mismos han aprendido de sus experiencias, de sus familias, de sus</p>

			<p>abuelos, de sus padres, desde pequeños se dedican a esto. A parte esto del pisco y el vino, es muy fácil y rápido. Yo sé que es necesario que el personal reciba capacitación continua pero aquí en la zona no tenemos personas que nos puedan capacitar y actualizar respecto a la producción y venta de piscos y vinos.</p>
		Viña Solari	<p>Han recibido algunos de nuestros trabajadores, los que han ido a Lima, ellos quisieron aprender más del rubro para venir aquí a enseñarnos, pero eso fue hace un año atrás, ahora en estos meses no ha ido nadie, ni tampoco vienen personas de distintas entidades que nos puedan enseñar un poco más. Aquí en la zona la mayoría de negocios son familiares, por no decir todos, es por eso que los padres enseñan a sus hijos todo el trabajo que realizan para que ellos más adelante puedan quedarse a cargo de los negocios que dejan.</p>
		Viña Reyes	<p>Si se capacitan, porque al aprender diferentes cosas en distintos lugares tendrán mucho más conocimiento de lo que se dedican en el área respectiva del negocio. Mi esposa y yo somos los que administramos el negocio entonces también tenemos experiencia, tantos años trabajando en este rubro hemos aprendido un montón, claro que no estamos al tanto de las nuevas técnicas o actualizados, eso sí nos falta saber, pero ya poco a poco nos capacitaremos.</p>

OBJETIVO 2: Determinar si las características sociales favorecen el desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018

Categoría	Pregunta	Sujetos	Respuestas
<p align="center">Características Sociales</p>	<p align="center">7.- ¿Realizan la actividad de responsabilidad social corporativa (RSC)?</p>	<p align="center">Viña San Leonardo</p>	<p>La empresa san Leonardo si realiza actividades sociales, como apoya a la municipalidad en temas de ayuda y beneficios de las personas. La empresa regala productos por temas festivos como el día de la madre, padre, fiestas patrias y fiestas navideñas. Algunas veces regalamos productos por toda la plaza para las personas que se acercan y deleiten su sabor.</p> <p>La actividad de responsabilidad social crea un lazo de confraternidad y a la vez ayuda a la empresa a marquetearse haciéndose conocida por los turistas nacionales e internacionales.</p>
		<p align="center">Viña Gran Racimo</p>	<p>Nuestra viña se compromete todos los años a cuidar el medio ambiente realizando acciones de reciclaje y clasificación de desechos por el tipo de material. A veces juntamos toneladas de botellas y lo vendemos. Con el dinero obtenido realizamos eventos navideños para niños de pocos recursos, compartiendo un delicioso panteón con su respectivo chocolate.</p> <p>Estos temas son muy importantes en la empresa ya que crea una familia entre todos, participando de la mejor manera y para el beneficio de nuestra sociedad.</p>

		<p>Viña Santa Angela</p>	<p>Colaboramos en la zona con distintas actividades, más que todo en navidad para los niños de toda la zona con bajos recursos o que no puedan recibir una bonita navidad por diversos problemas que puedan tener estos angelitos. Podemos donar juguetes, el show, panetones y distintos productos, muchas veces nos juntamos con otras tiendas de la zona y lo realizamos en conjunto para que salga mucho mejor del año anterior, pero lo principal es que lo hacemos de corazón sin lucro y/o beneficio alguno, porque somos padres y sabemos lo que significa una sonrisa del niño.</p>
		<p>Viña Solari</p>	<p>Nosotros apoyamos en diferentes fechas festivas que necesitan nuestro apoyo y/o colaboración, sin pedir nada a cambio, también realizamos campañas de reciclaje, ayudamos a refacciones de las iglesias, en lo poco que podemos ayudar lo hacemos. En fin de año, en las fiestas navideñas hacemos shows infantiles, ósea una chocolatada para todos los de la zona y pasar un lindo compartir.</p>
		<p>Viña Reyes</p>	<p>Si, colaboramos con algunas entidades de aquí de la zona que nos puedan solicitar nuestro apoyo para distintos eventos que se realizarán. Es la voluntad de la empresa con el fin de mantener una buena relación con todos los pobladores y sectores que nos relacionamos de manera directa o indirecta, es decir los grupos de interés, lo atendemos con la mayor calidad y aportar un valor agregado para el negocio. Y porque no también decir para hacernos conocidos con otras zonas y puedan asi venir al negocio y degustar de los riquísimos piscos y vinos que vendemos.</p>

OBJETIVO 3: Determinar si las características psicológicas favorecen el desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018

Categoría	Pregunta	Sujetos	Respuestas
Características Psicológicas	8.- ¿Exporta sus productos? ¿Por qué? y ¿Durante su trayectoria como empresario ha recibido capacitaciones de programas para exportar?	Viña San Leonardo	Esta viña San Leonardo no exporta debido a que tenemos una buena estabilidad y se puede decir también a la falta de conocimiento. Nosotros no tenemos la necesidad de exportar porque ya tenemos muchas cosas conseguidas, económicamente estamos bien, nuestros hijos son personas profesionales con una familia independiente. En conclusión no tenemos la necesidad de exportar por nuestra estabilidad económica y nadie nos motivó a mirar otros mercados, como el extranjero.
		Viña Gran Racimo	La viña gran racimo tiene clientes extranjeros que consumen nuestro producto pero directamente que exportemos no lo hacemos por temor al fracaso y el desconocimiento del procedimiento de exportación de pisco y vino. Hasta ahora no hemos recibido capacitaciones en temas de exportación por descuido propio y de parte del Estado que no capacitan a las empresas de este rubro como para incentivar a vender nuestro producto peruano internacionalmente, especialmente de esta zona que no somos de recursos muy altos.
		Viña Santa Angela	No, no exportamos en este negocio, porque hasta ahora no tenemos la necesidad, nos va muy bien en las ventas de piscos y vinos y muy a parte no nos abasteceríamos,

			no tenemos esa producción de piscos como para exportar a otros lugares. Gracias a Dios estamos muy bien y vivimos bien, no nos falta nada, tenemos lo necesario para vivir y ya con la edad que tenemos no está en nuestra mente exportar. Muy aparte de que no conocemos muy bien todo el papeleo y trámite que se hace. Bueno en todo este tiempo de experiencia si me he capacitado en algunas cositas, pero no asi continuamente, solo al inicio nada más.
		Viña Solari	Nuestra viña no está preparada para exportar porque fracasaríamos en el mercado exterior, no conocemos temas de exportación y no hemos recibido conocimiento de estos temas de personas capacitadas y conocedoras. La exportación es un poco compleja porque tienes que conocer el mercado, sus costumbres y tener varios clientes en cartera. Es un trámite que demoraría demasiado para la distribución de nuestro producto.
		Viña Reyes	Esta viñera es muy conocida en nuestra zona, hay clientes que viven en diferentes países y llevan su pisco reyes. Pero nunca hemos intentado ingresar a otro mercado por temor a perder o ser multado por desconocimiento en el tema. El estado no tiene iniciativa de brindar conferencias o charlas con las empresas que puedan internacionalizar su producto. Exportar es un beneficio para nuestro país por los impuestos y asi el Perú sea conocido internacionalmente. Finalmente sería beneficioso para nuestra empresa.

OBJETIVO 3: Determinar si las características psicológicas favorecen el desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018

Categoría	Pregunta	Sujetos	Respuestas
<p>Características Psicológicas</p>	<p>9.- ¿Cuál es la actual dificultad por la que afronta su empresa?</p>	<p>Viña San Leonardo</p>	<p>San Leonardo actualmente no tiene problemas con las leyes peruanas, todo está yendo bien, pues pagamos los impuestos que corresponde y estamos al día en todo. La exportación que no lo hacemos sería un problema para seguir creciendo, pero particularmente para nosotros ya no hay una exigencia porque económicamente estamos bien. Derrepente mis sucesores tendrán el valor de exportar y seguir expandiendo esta empresa.</p>
		<p>Viña Gran Racimo</p>	<p>El gran racimo tiene un déficit en su producción y distribución. No logra acercarse a sus clientes con decisión de seguir creciendo. Nuestra producción no es como la pensamos, estos problemas se deben a la falta de crear un buen ambiente de trabajo, donde la motivación de nuestros trabajadores sería clave fundamental para la producción de nuestra empresa. Y la exportación que nos traería mucho progreso e ingreso económico personal y para nuestro país.</p>
		<p>Viña Santa Angela</p>	<p>Creo yo, que hasta el momento todo va bien, bueno lo de siempre es la competencia, las ventas, pero eso ya depende de la calidad de piscos y vinos que le ofrecemos a la gente, y pues ellos ya elijen con cual se quedan. En lo que es atención aquí siempre</p>

			van a ser bien atendidos por nosotros, engréidos como en casa. Y otros problemas que se puedan presentar durante el día pero sin importancia, que se pueden resolver en ese momento.
		Viña Solari	Actualmente nuestra empresa tiene dificultad en temas de conocimiento de cómo exportar nuestro producto, como conseguir clientes internacionales en otros países. Básicamente en temas de producción se trabaja mucho para poder distribuir a los diferentes mercados, donde no contamos con una movilidad personal para distribuir nuestro producto, generando pagos a empresas de transportes por los servicios prestados.
		Viña Reyes	La viña reyes se ha enfocado en el territorio nacional donde nos va regularmente porque tenemos clientes limitados y no tenemos un equipo de marketing, el cual provoque el interés de consumir de nuestros productos. Nuestra viña tiene una alta competencia en el mercado donde tiene que buscar nuevos destinos, con estrategias buenas y sería una buena opción la exportación de nuestro producto.

Anexo N° 2: Matriz de Categorización

Perfil del empresario emprendedor para la exportación de pisco en Chincha - Ica, 2018

OBJETO DE ESTUDIO	PREGUNTA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERAL DE INVESTIGACIÓN	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE INVESTIGACIÓN	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS			
Empresas de producción de pisco en Chincha - Ica	¿Son las características del perfil del empresario emprendedor las que han favorecido al desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018?	Determinar si las características del perfil del empresario emprendedor han favorecido al desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018.	¿Son las características personales determinantes para el desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018?	Determinar si las características personales favorecen el desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018	Características Personales	Autonomía			
						Toma de decisiones			
						Responsabilidad			
						Creatividad			
						¿Son las características sociales determinantes para el desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018?	Determinar si las características sociales favorecen el desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018	Características Sociales	Liderazgo
						Trabajo en equipo			
						Solidaridad			
						¿Son las características psicológicas determinantes para el desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018?	Determinar si las características psicológicas favorecen el desarrollo de la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018	Características Psicológicas	Necesidad de logro
							Minimización del temor al riesgo		

ANEXO 3: INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Buenos tardes Sr. / Sra., en primer lugar quiero agradecer el tiempo que me brinda para poder realizar esta entrevista. También le menciono que la información que me proporcione será muy valiosa para el proyecto de investigación a realizar.

Perfil entrevistado	
¿Cuál es su nombre?	
¿Cuál es su edad?	
¿Cuál es su estado civil?	
¿Tiene hijos? ¿Cuántos?	
¿A qué se dedica?	
Con respecto a su trabajo, ¿le gustaría que sea más rentable?	
¿Cuáles son sus virtudes?	
¿Cuáles son sus defectos?	
¿A qué se dedicaron sus padres?	

Categoría	Pregunta
Características Personales	¿Cómo afronta las dificultades a la hora de resolver un problema?
	¿Cuándo se encuentra en una situación de tomar decisiones, selecciona las más relevantes para ser atendidas?

	Durante todo el tiempo que lleva en su negocio, acepta la responsabilidad de cada una de sus decisiones en diferentes situaciones suscitadas?
	¿Cómo surgió la idea de su negocio?
Categoría	Pregunta
Características Sociales	¿Cómo se enfoca para motivar a los miembros y/o trabajadores de su empresa y qué no se sientan presionados?
	¿Su personal recibe capacitación continua sobre el rubro y/o actividad a la que se dedica?
	¿Realizan la actividad de responsabilidad social corporativa (RSC)?
Categoría	Pregunta
Características Psicológicas	¿Exporta sus productos? ¿Por qué? y ¿Durante su trayectoria como empresario ha recibido capacitaciones de programas para exportar?
	¿Cuál es la actual dificultad por la que afronta su empresa?

Anexo N° 4: Validación del instrumento

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador.: Dr/ Mg. Mgtr. Carlos Guerra B.
 1.2 Cargo e Institución donde labora: Coordinación de Investigación
 1.3 Especialidad del validador: Lic en Administración
 1.4 Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: Guía de Entrevista que tiene por finalidad obtener información necesaria para luego ser analizado de acuerdo a las categorías planteadas y también analizando fuentes documentales a efectos de obtener la información respectiva para responder los objetivos planteados en la presente investigación.
 1.5 Título de la Investigación: Perfil del empresario emprendedor para la exportación de pisco en Chincha - Ica, 2018.
 1.6 Autor del Instrumento: Nathaly Keyla Valencia Calderón

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

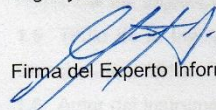
CRITERIOS	SUBCATEGORIAS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico				X	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				X	
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				X	
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos				X	
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones				X	
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnostico				X	
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el				X	

	propósito de la investigación					
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 80 % V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
- () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 09726163 Teléfono N° 982332753

3. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIO	SUBCATEGORÍA	Cobertura		Fiabilidad		Validez	
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%	00-20%
1. ELABORACIÓN	Esta herramienta fue diseñada para ser utilizada en la práctica						X
2. OBJETIVIDAD	Esta herramienta es objetiva						X
3. ACTUALIDAD	Adecuada al estado de la ciencia y tecnología						X
4. SUPLENIR	Proporciona un aporte de valor						X
5. APLICABILIDAD	Adecuada para ser utilizada en la práctica						X
6. CONFIABILIDAD	Esta herramienta es confiable						X
7. CONCORDANCIA	Esta herramienta es consistente con los estándares de la práctica						X
8. METODOLOGÍA	Esta herramienta es adecuada para ser utilizada en la práctica						X
9. PERTINENCIA	Esta herramienta es adecuada para ser utilizada en la práctica						X

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador.: Dr/ Mg. MARQUEZ CARO, Fernando
- 1.2 Cargo e Institución donde labora: BTC AREA INVESTIGACION
- 1.3 Especialidad del validador: SOCIOLOGO
- 1.4 Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: Guía de Entrevista que tiene por finalidad obtener información necesaria para luego ser analizado de acuerdo a las categorías planteadas y también analizando fuentes documentales a efectos de obtener la información respectiva para responder los objetivos planteados en la presente investigación.
- 1.5 Título de la Investigación: Perfil del empresario emprendedor para la exportación de pisco en Chíncha - Ica, 2018.
- 1.6 Autor del Instrumento: Nathaly Keyla Valencia Calderón

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	SUBCATEGORIAS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico				/	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables				/	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				/	
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				/	
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				/	
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos				/	
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones				/	
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnostico				/	
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el				80	

	propósito de la investigación					
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 80 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

() El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:

Firma del Experto Informante.

DNI. N° 08725589 Teléfono N° 964851500

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	SUBCATEGORÍAS	Indicador	Índice	Índice	Índice	Índice
		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	El lenguaje utilizado es claro y apropiado y específico				✓	
2. OBJETIVIDAD	El lenguaje utilizado en las conductas observables				✓	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				✓	
4. SUFFICIENCIA	Cubre los aspectos de validez y confiabilidad				✓	
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				✓	
6. CONSISTENCIA	Se refiere a aspectos técnicos y metodológicos				✓	
7. COHERENCIA	Entre los niveles, indicadores y las dimensiones				✓	
8. METACATEGORÍAS	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				✓	
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el					80

	propósito de la investigación								
PROMEDIO DE VALIDACIÓN									

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 80 % V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

() El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:

Firma del Experto Informante.

DNI. N° 08144924 Teléfono N° 940242577

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIO	SUBCATEGORÍA	Bastante		Poco		Ejemplar	
		80-90%	60-80%	40-60%	20-40%	80-100%	60-80%
1. CLARIDAD	Se formuló con lenguaje simple y específico						
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables						
3. ACTUALIDAD	Adecuado al estado de la ciencia y tecnología						
4. SIMPLICIDAD	Comprende los aspectos de cantidad y calidad						
5. HETEROGENEIDAD	Contenido para varios niveles de los estudiantes						
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos relacionados entre sí						
7. COHERENCIA	Con los textos, cuestionarios y las demostraciones						
8. METODOLÓGICA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico						
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el						



**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD
DE TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo, Ricardo Cosío Borda, 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 emprendedor para la exportación de pisco en Chincha – Ica, 2018", del (de la) estudiante Nathaly Keyla Valencia Calderon, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20.0% 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.

Los Olivos, 13 de Diciembre de 2018.

Firma

Cosío Borda, Ricardo

Apellidos y Nombres del (de la) docente

DNI: 70586255

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 EMPRENDEDOR PARA LA
EXPORTACIÓN DE PISCO EN CHUINCIA - ICA, 2018"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTOR:
NATHALY KEYLA VALENCIA CALDERÓN

ASESOR:
MG. RICARDO COSIO BORDA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA-PERÚ
2018

Resumen de coincidencias

20 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en Inglés (Beta)

Coincidencias

1	Entregado a Universida...	8 %
	Trabajo del estudiante	
2	www.dspeace.uce.edu.ec	2 %
	Fuente de Internet	
3	repositorio.ucv.edu.pe	2 %
	Fuente de Internet	
4	tesis.usst.edu.pe	1 %
	Fuente de Internet	
5	repositorio.lasalle.edu.co	1 %
	Fuente de Internet	
6	repositorio.upn.edu.pe	1 %
	Fuente de Internet	
7	repositorio.udel.edu.ec	1 %
	Fuente de Internet	
8	repositorio.autonomia.e...	<1 %
	Fuente de Internet	
9	thebfr.com	<1 %
	Fuente de Internet	
10	comercioeconomie...	<1 %
	Fuente de Internet	
11	marketingstrategico.pe	<1 %
	Fuente de Internet	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

Valencia Calderón Nathaly Keyla

D.N.I. : 47163302

Domicilio : Pasaje Simón Bolívar 181 3ª zona Collique - Comas

Teléfono : Fijo : 5580818 Móvil : 987426209

E-mail : nathaly_91_12@hotmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales

Escuela : Negocios Internacionales

Carrera : Negocios Internacionales

Título : Licenciada en Negocios Internacionales

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :

Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Valencia Calderón Nathaly Keyla

Título de la tesis:

Perfil de empresario emprendedor para la exportación de pisco en Chincha
- Ica, 2018.

Año de publicación : 2018

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 : 6/12/18



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:

Valencia Calderón Nathaly Keyla

INFORME TÍTULADO:

Perfil del empresario emprendedor para la exportación de pisco en
Chincha – Ica, 2018

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

SUSTENTADO EN FECHA: 6/12/18

NOTA O MENCIÓN: 16



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN