



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Estrategias de internacionalización y la exportación de papa
congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A,
Callao – 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE :
Licenciado en Negocios Internacionales

AUTOR:

Zavala Montano, Julio Enrique (ORCID: 0000-0001-548 2-7191)

ASESOR:

Mg. Berta Hinostroza, Mike Paul (ORCID: 0000-0001-999 6-3787)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LIMA – PERÚ

2020

DEDICATORIA

A la memoria de mi padre Julio Zavala Campos y de mi hermano Joel Zavala Montano, quiénes me apoyaron desde muy pequeño y, durante varios años compartieron su sabiduría conmigo. A mi madre Nélide Montano quien mostró mucha valentía frente a la muerte prematura de mi papá y hermano, ella quien continuó guiándome y mediante sus ejemplos me mantengo perseverante para alcanzar mis sueños.

AGRADECIMIENTO

Al término de este trabajo doy gracias a Dios, a mis Padres, a mis hermanos, a mi hija, a mis amigos y a todos mis maestros quienes me guiaron en mi etapa de formación profesional.

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	9
II. MARCO TEÓRICO	12
III. METODOLOGÍA	17
3.1 Tipo y diseño de investigación	17
3.2 Variables y Operacionalización	17
3.3 Población, muestra, muestreo, unidad de análisis	18
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	18
3.5 Procedimientos	19
3.6 Método de análisis de datos	19
3.7 Aspectos éticos	20
IV. RESULTADOS	21
V. DISCUSIÓN	34
VI. CONCLUSIONES	38
VII. RECOMENDACIONES	39
REFERENCIAS	40
ANEXOS	
Anexo N° 01: Declaratoria de autenticidad (autor)	
Anexo N° 02: Declaratoria de autenticidad (asesor)	
Anexo N° 03: Matriz de Consistencia y de operacionalización de variables	
Anexo N° 04: Instrumento de recolección de datos	
Anexo N° 05: Base de Datos, Validación de Expertos y Confiabilidad	

Índice de tablas

Tabla 1. Resultados de la variable Estrategias de internacionalización	21
Tabla 2. Resultados de la dimensión Factores de Competitividad	22
Tabla 3. Resultados de la dimensión Estrategias Competitivas	23
Tabla 4. Resultados de la dimensión Mecanismos de Coordinación y Control	24
Tabla 5. Resultados de la variable Exportación	25
Tabla 6. Resultados de Tablas Cruzadas de las variables Estrategias de internacionalización y Exportación	26
Tabla 7. Resultados de Tablas Cruzadas de la dimensión Factores de Competitividad y la variable Exportación	27
Tabla 8. Resultados de Tablas Cruzadas de la dimensión Estrategias Competitivas y la variable Exportación	28
Tabla 9. Resultados de Tablas Cruzadas de la dimensión Mecanismos de Coordinación y Control y la variable Exportación	29
Tabla 10. Resultados de las Correlaciones entre las variables Estrategias de Internacionalización y Exportación	30
Tabla 11. Resultados de las Correlaciones entre la dimensión Factores de Competitividad y Exportación	31
Tabla 12. Resultados de las Correlaciones entre la Dimensión Estrategias Competitivas y Exportación	32
Tabla 13. Resultados de las Correlaciones entre la dimensión Estrategias Competitivas y Exportación	33

Índice de gráficos y figuras

Figura 1. Resultados de la variable Estrategias de Internacionalización	21
Figura 2. Resultados de la dimensión Factores de Competitividad	22
Figura 3. Resultados de la dimensión Estrategias Competitivas	23
Figura 4. Resultados de la dimensión Mecanismos de Coordinación y Control	24
Figura 5. Resultados de la Variable Exportación	25
Figura 6. Resultados de Tablas Cruzadas de las Variables Estrategias de internacionalización y Exportación	26
Figura 7. Resultados de Tablas Cruzadas de la Dimensión Factores de Competitividad y la Variable Exportación	27
Figura 8. Resultados de Tablas Cruzadas de la dimensión Estrategias Competitivas y la Variable Exportación	28
Figura 9. Resultados de Tablas Cruzadas de la Dimensión Mecanismos de Coordinación y Control y la Variable Exportación	29

RESUMEN

Las estrategias para lograr la internacionalización de una empresa exportadora están basadas en los objetivos de cada una, y plantearlas superpone un gran paso en el desarrollo de estas. Sin embargo, a muchas de estas les cuesta implementar de manera eficiente los requisitos y estándares internacionales, muchas veces por deficiencia en la gestión de procesos, financiación, infraestructura, entre otros. Esto sugiere comprender la implementación de estrategias internacionales y su relación con las exportaciones de pota.

El presente trabajo se centra en la formulación del siguiente problema general ¿Qué relación tienen las estrategias de internacionalización y la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020? Para responder al problema se ha utilizado una investigación enfoque cuantitativo, basado en concepciones teóricas, utilizando una metodología de investigación aplicada y cuyo diseño es no experimental. La muestra está formada por 32 trabajadores administrativos relacionados al área de comercio exterior, cadena logística y producción de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A. La técnica utilizada fue la encuesta y como instrumento el cuestionario que consta de 13 preguntas por cada variable, usando la escala de Likert. Asimismo, para el correcto análisis de los datos se usó el software estadístico SPSS 24, la confiabilidad fue medida mediante el Alfa de Cronbach y la medición de la correlación de las variables mediante el Rho de Spearman que permitió la comprobación de la hipótesis planteada.

En conclusión, los resultados revelaron que efectivamente existe una relación significativa entre las Estrategias de Internacionalización y la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020.

Palabras Clave: Estrategias de Internacionalización, exportación, pota.

ABSTRACT

The strategies to achieve the internationalization of an exporting company are based on the objectives of each one, and proposing them superimposes a great step in their development. However, many of them find it difficult to efficiently implement international requirements and standards, often due to deficiencies in the management of processes, financing, infrastructure, among others. This suggests understanding the implementation of international strategies and their relationship with squid exports.

The present work focuses on the formulation of the following general problem, what relationship do the internationalization strategies and the export of frozen squid of the company Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao - 2020 have? To answer the problem, a quantitative approach research has been used, based on theoretical conceptions, using an applied research methodology and whose design is non-experimental. The sample is made up of 32 administrative workers related to the area of foreign trade, logistics chain and production of the company Inversiones Perú Pacífico S.A. The technique used was the survey and as an instrument the questionnaire consisting of 13 questions for each variable, using the Likert scale. Likewise, for the correct analysis of the data, the SPSS 24 statistical software was used, the reliability was measured using Cronbach's Alpha and the measurement of the correlation of the variables using Spearman's Rho, which allowed the verification of the hypothesis.

In conclusion, the results revealed that there is indeed a significant relationship between the Internationalization Strategies and the export of frozen squid of the company Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao - 2020.

Keywords: Internationalization Strategies, export, squid.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, muchas empresas han demostrado un gran crecimiento en el rubro de exportaciones, logrando participar en diferentes mercados. Parte de este crecimiento está basado en las estrategias comerciales de internacionalización de cada empresa. Sin embargo, la mayoría no cuenta con una estrategia sólida, que le permita satisfacer la exigencia de los clientes internacionales. En este sentido, en un artículo publicado por Rexhepi et al. (2017), mencionan respecto a la internacionalización “[...] Hay que tener un conocimiento del mercado interno y decidir el mercado para ingresar, luego elegir el modelo a internacionalizar (uno de cada cuatro) y luego continuar el proceso de internacionalización seleccionando una estrategia para ingresar a los mercados externos (p.257). Por lo cual, es importante comprender claramente el mercado al que se ingresa y luego elegir un modelo de entrada.

En este contexto, el sector pesquero, especialmente el de exportación de productos hidrobiológicos, ha crecido bastante. Y la competencia por atender este mercado ha impulsado que mejoren sus estrategias comerciales de internacionalización, por lo cual hay algunas que aún están en proceso y su adaptación a este escenario es importante para mantenerse en el mercado. En tanto, cabe señalar que según ADEX, durante los primeros meses del 2018, las exportaciones peruanas de pota manifestaron un aumento del 53.1% con respecto al 2017, que sería un total de 301 millones 982,000 dólares (Agencia Peruana de Noticias, 2018). Esto hace que esta especie hidrobiológica, sea la más exportada del sector pesca en nuestro país. Asimismo, los envíos de pota o también conocido como calamar gigante, se dieron principalmente como producto terminado en estado congelado [...] despachándose así en cortes como tentáculos, anillas, nucas, botones y filetes (Agencia Peruana de Noticias, 2018). Lo cual representa una variedad de producto de acuerdo a los requerimientos del cliente.

Al 2019 un estudio indica que, España y Corea del Sur fueron los países más demandantes de este producto, cuya suma ascienden a los 71 millones 48,000

dólares y 69 millones 327,000 dólares, respectivamente. Con respecto a España su demanda aumentó un 51%, mientras que en Corea del Sur en un 137% (Agencia Peruana de Noticias, 2019). En este contexto, en nuestro país, se están implementando las herramientas necesarias para asegurar el desarrollo óptimo de cada etapa del transporte, de manera que sea el adecuado a las necesidades de importadores y exportadores (Diario Gestión, 2019).

Por consiguiente, con respecto a la internacionalización de las empresas, en un artículo de Guillotin y Mangematin (2015) opinan que “la internacionalización se considera imperativa. Sin embargo, sigue siendo ambiguo ya que la demanda de gerentes globales sigue siendo limitada, los mercados nacionales dominan y necesitan gerentes con capacidades internacionales.” (p.3). Considerando a la internacionalización como algo inminente en el crecimiento de las empresas y se necesitan personas capaces de competir con los mercados internos. Por lo tanto, teniendo esta información recopilada de fuentes confiables, podemos observar la importancia de poder determinar las estrategias internacionales para toda empresa del rubro, aumentando los índices de participación del mercado y así conseguir el éxito en el mercado europeo y el resto del mundo.

En este panorama, se plantea como problema general: ¿Qué relación tienen las estrategias de internacionalización en la exportación de papa congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020? Asimismo, como problemas específicos tenemos: ¿Qué relación tienen los Factores de Competitividad en la exportación de papa congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020?, ¿Qué relación tienen las Estrategias Competitivas en la exportación de papa congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020?, ¿Qué relación tienen los Mecanismos de Coordinación y Control en la exportación de papa congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020?.

Entonces, procedo a plantear el objetivo general, el cual es: Determinar qué relación tienen las Estrategias de internacionalización en la exportación de papa congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020.

Asimismo, como objetivos específicos tenemos: Determinar qué relación tienen los Factores de Competitividad en la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020; Determinar qué relación tienen las Estrategias Competitivas en la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020 y Determinar qué relación tienen los Mecanismos de Coordinación y Control en la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020.

El fundamento de esta investigación es canalizar la información para así poder plantear algunas posibles soluciones en cuanto a las decisiones de internacionalización de la empresa Inversiones Perú Pacífico y a otras empresas del rubro pesquero, mediante el uso de material científico. Asimismo, de apoyo en a otros investigadores, estudiantes o personas que deseen conocer el panorama de las exportaciones de productos hidrobiológicos.

La hipótesis general estará formulada de la siguiente manera Ha: Las Estrategias de Internacionalización tienen relación positiva y significativa con la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020. Ho: Las Estrategias de Internacionalización no tienen relación positiva y significativa con la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020. Asimismo, como hipótesis específica 1 tenemos Ha: Los Factores de Competitividad tienen relación positiva y significativa en la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020. Ho: Los Factores de Competitividad no tienen relación positiva y significativa en la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020. Como hipótesis específica 2 tenemos Ha: Las Estrategias Competitivas tienen relación positiva y significativa en la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020. Ho: Las Estrategias Competitivas no tienen relación positiva y significativa en la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020. Y como hipótesis específica 3 tenemos Ha: Los Mecanismos de Coordinación y Control tienen relación positiva y significativa en la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020. Ho:

Los Mecanismos de Coordinación y Control no tienen relación positiva y significativa en la exportación de papa congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020.

II. MARCO TEÓRICO

Para esta investigación es importante conocer una de las teorías con respecto a la variable internacionalización. Es así que, Johanson y Vahlne (1977) que refiere: Diferentes estudios de negocios internacionales refieren que la internacionalización de las empresas es un proceso en el cual las empresas incrementan gradualmente su participación internacional. [...] en el contexto de los factores económicos y empresariales, las características de este proceso influyen en el patrón y ritmo de internacionalización de las empresas. [...] el proceso de internacionalización de la firma que se enfoca en el desarrollo de la firma individual, y particularmente en su adquisición gradual, integración y uso de conocimiento sobre mercados y operaciones externas [...] (p.23). Nos da a entender que la internacionalización de la empresa se da de forma gradual mediante el aprendizaje basado en la experiencia dentro del mercado internacional, siguiendo así un patrón que le permita la integración de sus operaciones en el exterior.

En tanto, en cuanto a la variable Exportación, se resalta la teoría conocida como de la ventaja absoluta propuesta por Adam Smith (1723-1790) quien refiere, por cuenta propia una nación debe especializarse en realizar actividades productivas de aquellas mercancías en las que son más eficientes, alguno de estos se exportarían a la paga de importaciones cuya producción mercancías se realice de manera más efectiva en otro lugar (Citado por Veletanga, s.f, párr. 2).

También se agruparon varias investigaciones, las cuales contemplan una problemática similar, la cual está constituida por tesis y artículos de investigaciones emitidas hace pocos años y que servirán como soporte a la investigación. Por consiguiente, registro como investigaciones nacionales a Sempértegui y Vásquez (2018) en su tesis de licenciatura titulada “Factores

claves que influyeron en las Exportaciones de pota cocida congelada desde el Puerto de Paita hacia China durante los años 2012 –2016” teniendo como objetivo es determinar cuáles fueron los factores claves que influyeron en las exportaciones de Pota cocida congelada desde el Puerto de Paita a China durante el Periodo 2012 – 2016. Empleando la investigación cualitativa – descriptiva – explicativa. Llegando a la conclusión de que la tecnología aplicada a la infraestructura del puerto de Paita es un componente de amplia consideración en la operatividad del sector pesquero, lo que se refleja en el incremento de embarcaciones y permite contar con almacenes de mayor capacidad.

Asimismo, García (2016) en su tesis de licenciatura titulada “Plan de negocio para exportar pota congelada a Emiratos Árabes Unidos” tuvo como objetivo medir y determinar la rentabilidad de exportar pota congelada a Emiratos Árabes Unidos mediante un plan de negocios. Empleando la investigación descriptiva, no experimental. Llegando a la conclusión de que el negocio de pota visualiza una alta perspectiva, pues esto va reflejado en un incremento sustancial de la demanda en los mercados externos.

En tal sentido, Rengifo (2018) en su tesis de licenciatura titulada “Exportación de anillas de pota congelada al mercado de Barcelona, España, tuvo como objetivo el establecer los pasos para exportar pota congelada a Barcelona. Mediante la investigación descriptiva, no experimental, llegó a la conclusión de que la pota tiene una demanda insatisfecha de 6673.70 toneladas lo cual favorece la comercialización y crecimiento en mercado internacional, pues cuenta con una demanda potencial segura.

Asimismo, Pedrero, Y. (2014) en su tesis de maestría titulada “La estrategia de internacionalización: análisis comparativo de los mecanismos de entrada en mercados exteriores de seis empresas que operan en diferentes sectores de la economía” tuvo como objetivo el realizar un análisis comparativo de los métodos de internacionalización de seis empresas, de sectores diferentes, mediante el estudio de sus estructuras, los métodos que han escogido para entrar en los diferentes países la justificación que hay detrás de dicha decisión. Llegó a la

conclusión de que por lo general las compañías de un mismo rubro o sector, a excepción del sector alimenticio, usan los mismos métodos para la penetración de mercados.

Por otro lado, Villarreal (2006) en su tesis de doctorado titulada “La estrategia de internacionalización de la empresa- un estudio de casos de multinacionales Vascas” cuyo objetivo es determinar la estrategia de internacionalización de la empresa. La metodología usada es analítico-sintética, concluyendo que este contexto globalizado, la estrategia más importante para lograr la internacionalización es dirigirse a mercados externos a la ubicación de la empresa. En el presente trabajo de investigación se utilizarán dos variables: Estrategias Internacionales y Exportación de pota. Por lo tanto, es importante disponer de ciertas concepciones asociadas a este estudio.

En cuanto a la variable Estrategias de internacionalización, Cuenca et al. (2012, p.56): Consideran la internacionalización como un proceso complejo que integra tres etapas: análisis de factores de competitividad (país, sector y recursos y capacidades de la empresa), formulación de estrategias (de entrada, competitivas y funcionales) e implantación (diseño organizativo y mecanismos de control).

Al respecto, Cano y Begoña (2010, p.3) lo refieren como un proceso habitual de aquellas empresas (grandes, medianas o pequeñas) que deciden ingresar al mercado internacional, con la finalidad de concentrar su producción en países con costos bajos, considerando la política comercial de estos y siendo parte de la inversión extranjera en estos.

Por otro lado, Mayorga y Araujo (1992, p.251) mencionan que esta estrategia de internacionalización es una forma de como una empresa debe ingresar a un mercado o país en el extranjero. Dicha estrategia, debe estar alineada a el objetivo de la empresa.

En cuanto a la variable Exportación, Gallego (2014, p. 48) manifiesta: Supone la producción de bienes en el mercado interno para luego venderlo al mercado internacional, este método considera un bajo esfuerzo, así como costos fijos

minimizados, por lo cual es ideal usarlo como medio de penetración a otros mercados. Asimismo, Lerma y Márquez (2010, p. 539) lo conceptualiza como una actividad parte del comercio internacional, que se realiza al comercializar productos o servicios en un mercado exterior al país de origen. Esto significa una mayor cantidad de oportunidades, así como riesgos que asumir para lograr relacionarse con el mercado exterior. Al respecto, Lafuente (2010, p.71) lo refiere como la comercialización tanto de bienes como de servicios, los cuales se produjeron en un país y es enviado al otros, derivando en transacciones internacionales. Asimismo, también se considera a la reexportación. Asimismo, según Huesca (2012, p.65), lo conceptualiza como una expedición legal de mercancías nacionales o nacionalizadas con el propósito de que sea consumida en el mercado internacional, de las cuales hay dos tipos importantes de exportación: Definitiva y Temporal. Por ende, podemos decir que no solo permite él envío de estas hacia el extranjero, sino también su respectiva comercialización, lo que es beneficioso tanto para exportadores como importadores.

En cuanto a las dimensiones de las variables, es necesario conocer las siguientes definiciones: La primera dimensión Factores de Competitividad: Para Rubio y Baz (2004, p.5), indican que existen muchos factores para conocer la capacidad de una empresa en el ámbito competitivo, entre ellos está la producción, tecnología y marcos legales. Todos estos reflejan a la empresa frente a sus competidores y se muestra su potencial de desarrollo. Asimismo, según Cuenca et al. (2012, p.72), las ventajas competitivas que una empresa puede lograr obedecen a factores importantes como recursos tangibles e intangibles que se haya adquirido y la manera de administrarlos. Por esto que toda incursión en mercados internacionales estará limitada al cumplimiento de requisitos en términos de tecnología, finanzas y organizacionales. Esto hace referencia a las innovaciones que plantee la empresa, el manejo óptimo de los costes y el enfoque en el conocimiento eficaz de la gestión de la misma, todo esto sumado a la experiencia, puede ayudar a tomar la mejor decisión sobre la forma de entrada al mercado exterior.

En cuanto a la segunda dimensión Estrategias Competitivas: Según Porter (1991, p.29), las refiere como la vía mediante la cual una empresa puede alcanzar una ventaja competitiva, asimismo, esta vía se basa en estrategias generales como la diferenciación el liderazgo en costos y también el enfoque. Asimismo, según Cuenca et al. (2012, p.50), al comenzar el proceso de internacionalización de una empresa, esta necesita ejecutar un rápido análisis de las ventajas competitivas que esta posea y que pueda lograr en el mercado internacional, y una vez identificadas ayudaran a tomar decisiones más transparentes y lógicas en relación al proceso. Esto hace referencia a que la empresa debe ir realizando estrategias para sus productos y marcas, creando ventajas competitivas en el país donde se está implantando y adaptándose a los cambios, para luego una vez consolidados puedan desarrollar nuevas estrategias para buscar nuevos mercados.

En cuanto a la tercera dimensión Mecanismos de control, según Cuenca et al. (2012, p.79), lo indican como en nivel de cumplimiento de algunos objetivos mediante la administración de una autoridad, tratándose como una participación mucho más directa en las diferentes filiales de la empresa y sus respectivas operaciones, las cuales requieren una comunicación más directa, entre ellos está el control de comportamiento y el de resultados. Por tanto, se puede decir que las diferentes partes o filiales de una empresa funcionan en conjunto, pues están unidas por sus procesos, las cuales guiados por una persona de nivel jerárquico puede asegurar el minimizar las dificultades de comunicación. Asimismo, Pérez (2013, p.31) refiere todo mecanismo de control no es solamente la agrupación de sus componentes, sino que estos deben operar apoyándose, logrando la eficacia. Es así que, la estructura de control ha de ser coherente con su proceso y el sistema de información tiene que proporcionar datos valiosos para proponer actividades de ajuste. Y en caso no suceda así, y se evidencie un conflicto entre sus componentes, se deberá optar por su rediseño y así evitar futuros inconvenientes entre estos. En tanto se puede decir que es importante gestionar bien todos los componentes de los mecanismos de control de modo que se genere una cooperación en las tareas de cada una y se manifieste sinergia en los procesos.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

El tipo es aplicada, pues los resultados están dirigidos a aportar más conocimiento sobre la variable a estudiar. Según Hernández et al. (2014) Refiere que esta investigación busca enriquecer el conocimiento y teorías. (p.80).

Diseño de la investigación

El diseño de esta investigación es No experimental, pues las variables no serán manipuladas, y se realizara un análisis de lo observado en un entorno natural. Según Arias (2012) indica que está se ejecuta juntando datos de manera directa, del individuo o lugar donde se dan los hechos, pero sin transformar alguna de las variables (p.31).

Esta investigación tiene alcance Descriptivo, pues según Hernández, et al. (2014), estos examinan atributos de todo fenómeno que se busque estudiar, detallando la inclinación o preferencia de un conjunto (p.92).

Asimismo, el nivel de investigación empleado es Correlacional, pues Cabezas (2018) puntualiza que dos variables son correlacionadas si seda un incremento o reducción en una variable como consecuencia de la conducta de la otra variable relacionada (p.69).

3.2 Variables y operacionalización

En los anexos se ubicará el desarrollo de la tabla de operacionalización, las cuales contemplan ambas variables, dimensiones, indicadores y escalas de medición pertinentes. Por consiguiente, se determina a Estrategias de internacionalización y exportación como las variables a utilizar (Anexo 3).

3.3. Población, muestra, muestreo

El actual proyecto de adoptará una población que estará constituida por 32 trabajadores administrativos relacionados al área de comercio exterior, cadena logística y producción de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A. Según Icart et al. (2006) lo refiere como un grupo de personas que tienen algunas particularidades las cuales son objeto de estudio. Y al identificar la cantidad de individuos que la conforman sería una población finita [...] (p.55).

En cuanto a la muestra, Arias (2012) refiere que es una parte específica usada para representar al total de la población accesible (p.83). Por lo tanto, nuestra muestra la elegiremos por conveniencia, y serán los 32 trabajadores administrativos ya escogidos.

Con respecto al muestreo estadístico, Elizondo (2002) expresa que está fundamentado en métodos matemáticos para definir el tamaño de la muestra, seleccionarlas y medir sus resultados (p.386). Por ende, el muestreo no aplica para este tipo de investigación.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para Gómez (2012) la técnica usada para la recolección de datos es una especificación puntual de los métodos, zonas y las limitaciones de esta (p.57). Por lo tanto, nuestra técnica será la Encuesta.

Asimismo, usaremos el cuestionario compuesto por 26 ítems, ya que ayudará a analizar mejor la variable de estudio, en este sentido Bernal (2010) infiere que el cuestionario es el uso de varias preguntas basadas en datos que deseamos obtener, para así cumplir con el propósito de la investigación. (p.250).

Según Hernández et al. (2014) manifiestan que el procedimiento para validar un constructo está relacionado a la teoría. Con lo cual, se requiere desarrollar bastante teoría para poder garantizar su validez (p.5).

En cuanto a la validación y confiabilidad del instrumento se definió mediante el juicio de 3 expertos; los cuales respaldaran la veracidad del cuestionario (ver Anexo).

En este sentido, Abero et al. (2015) refieren que el usar una mayor cantidad de encuestados, nos permitirá reducir los márgenes de error, otorgándonos una mayor confiabilidad (p.156).

Es así que, se encuestará a 32 trabajadores administrativos relacionados al área de comercio exterior, cadena logística y producción de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A., para luego procesar estos datos en SPSS y obtener los resultados. Asimismo, el modo de recolección de la información, será de forma individual, mediante un cuestionario aplicado a cada uno de los trabajadores administrativos. Por otro lado, en cuanto a la variable, esta no se manipulará.

3.5 Procedimientos

La investigación tuvo en cuenta fuentes teóricas mediante libros y artículos científicos y revistas consultadas de modo físico y virtual. Asimismo, fuentes de campo como los resultados conseguidos en base a la utilización del cuestionario realizado a los 32 trabajadores administrativos pertenecientes a la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, en el año 2020 y cuya planta está ubicada en el Callao.

3.6 Método de análisis de datos

Como método en la realización del análisis de los datos obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, se utilizó como instrumento de medición a la escala de Likert (1 – 5), y para establecer la confiabilidad se usó el coeficiente Alfa de Cronbach; es este sentido Quero (2010) refiere que con la invención del Alfa de Cronbach se pudo evaluar confiabilidad o solidez interior de un instrumento como la escala de Likert u otras que contemplen múltiples opciones (p. 250).

Por lo tanto, el análisis nos permitirá sintetizar los resultados obtenidos en la muestra mediante tablas de frecuencias y gráficos, utilizando la herramienta estadística SPSS v24. En el cual se usó también el Rho Spearman, pues según Mandragón (2014) esta busca evaluar el nivel de relación entre las variables cuantitativas (p.2).

3.7 Aspectos éticos

La presente investigación se pone en marcha respetando los derechos de cada autor (propiedad intelectual), los cuales están contemplados en las referencias bibliográficas, la autenticidad de toda información suministrada y la identidad de todos los encuestados. Asimismo, el correcto uso de citas está basadas en el manual de normas APA 6ta edición y la evaluación mediante el software Turnitin.

IV. RESULTADOS

4. Análisis Descriptivo e Inferencial

4.1. Análisis Descriptivo Univariado

4.1.1. Análisis descriptivo de los resultados de la variable Estrategias de Internacionalización

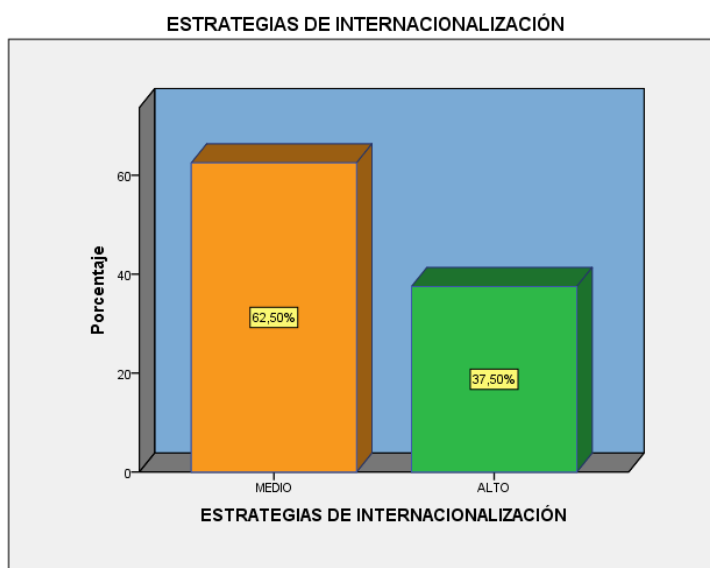
Tabla 1: Resultados de la variable Estrategias de internacionalización

ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	20	62,5	62,5	62,5
	ALTO	12	37,5	37,5	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS Versión 24.0

Figura 1:

Resultados de la variable Estrategias de Internacionalización



a tabla 1 y la figura 1 reflejan que, de los resultados obtenidos de la variable Estrategias de Internacionalización, el 37,5 % de los 32 trabajadores administrativos relacionados al área de comercio exterior, cadena logística y producción de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A., muestran un nivel de reconocimiento de las Estrategias de Internacionalización alto y el 62,5% muestran un nivel de reconocimiento medio.

4.1.2. Análisis descriptivo de los resultados de la dimensión Factores de Competitividad

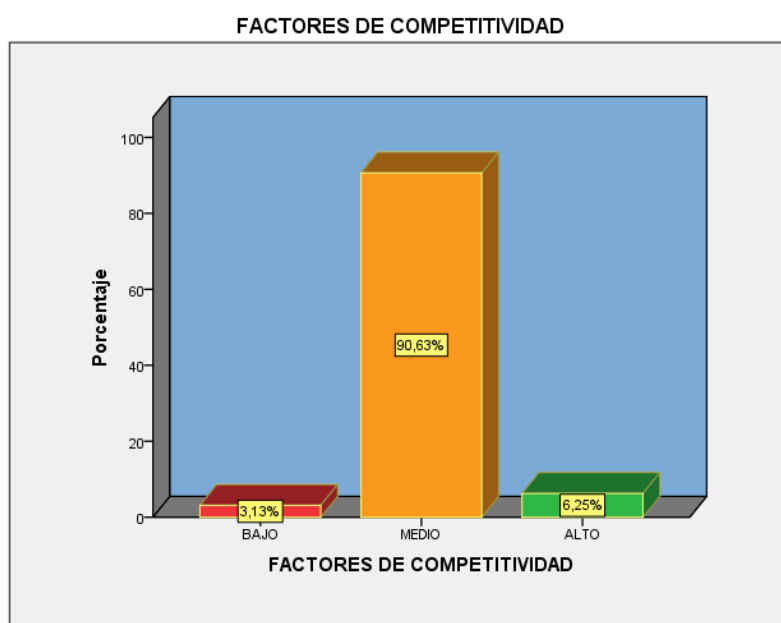
Tabla 2: *Resultados de la dimensión Factores de Competitividad*

FACTORES DE COMPETITIVIDAD					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	3,1	3,1	3,1
	MEDIO	29	90,6	90,6	93,8
	ALTO	2	6,3	6,3	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS Versión 24.0

Figura 2:

Resultados de la dimensión Factores de Competitividad



La tabla 2 y la figura 2 reflejan que, de los resultados obtenidos de la Dimensión Factores de Competitividad, el 6,25 % de los 32 trabajadores administrativos relacionados al área de comercio exterior, cadena logística y producción de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A., muestran un nivel de reconocimiento de los Factores de Competitividad alto, el 90,63% un nivel medio y otros 3,13% un nivel bajo.

4.1.3. Análisis descriptivo de los resultados de la dimensión Estrategias Competitivas

Tabla 3: *Resultados de la dimensión Estrategias Competitivas*

ESTRATEGIAS COMPETITIVAS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	20	62,5	62,5	62,5
	ALTO	12	37,5	37,5	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS Versión 24.0

Figura 3:

Resultados de la dimensión Estrategias Competitivas



La tabla 3 y la figura 3 reflejan que, de los resultados obtenidos de la Dimensión Estrategias Competitivas, el 37,5 % de los 32 trabajadores administrativos relacionados al área de comercio exterior, cadena logística y producción de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A., muestran un nivel de reconocimiento de las Estrategias Competitivas alto y el 62,5% muestran un nivel de reconocimiento medio.

4.1.4. Análisis descriptivo de los resultados de la dimensión Mecanismos de Coordinación y Control

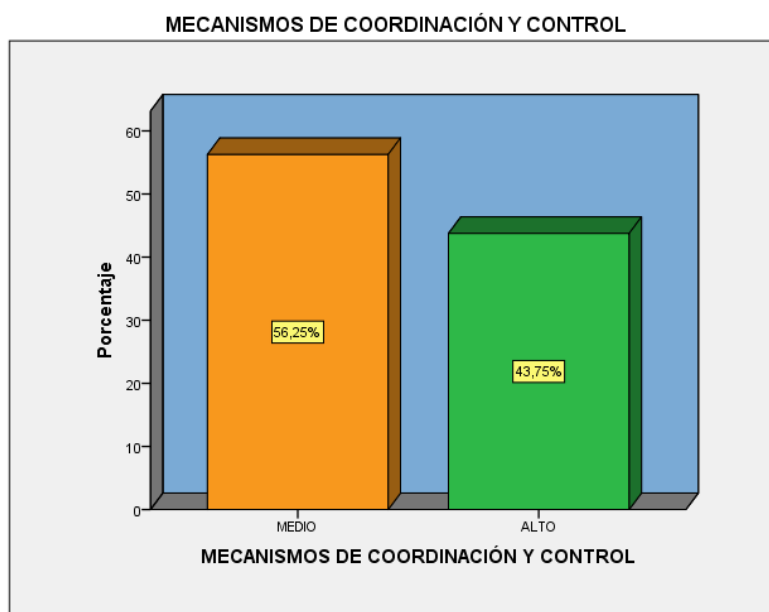
Tabla 4: *Resultados de la dimensión Mecanismos de Coordinación y Control*

MECANISMOS DE COORDINACIÓN Y CONTROL					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	18	56,3	56,3	56,3
	ALTO	14	43,8	43,8	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS Versión 24.0

Figura 4:

Resultados de la dimensión Mecanismos de Coordinación y Control



La tabla 4 y la figura 4 reflejan que, de los resultados obtenidos de la Dimensión Mecanismos de Coordinación y Control, el 43,75 % de los 32 trabajadores administrativos relacionados al área de comercio exterior, cadena logística y producción de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A., muestran un nivel de reconocimiento de los Mecanismos de Coordinación y Control alto y el 56,25% muestran un nivel de reconocimiento medio.

4.1.5. Análisis descriptivo de los resultados de la variable Exportación

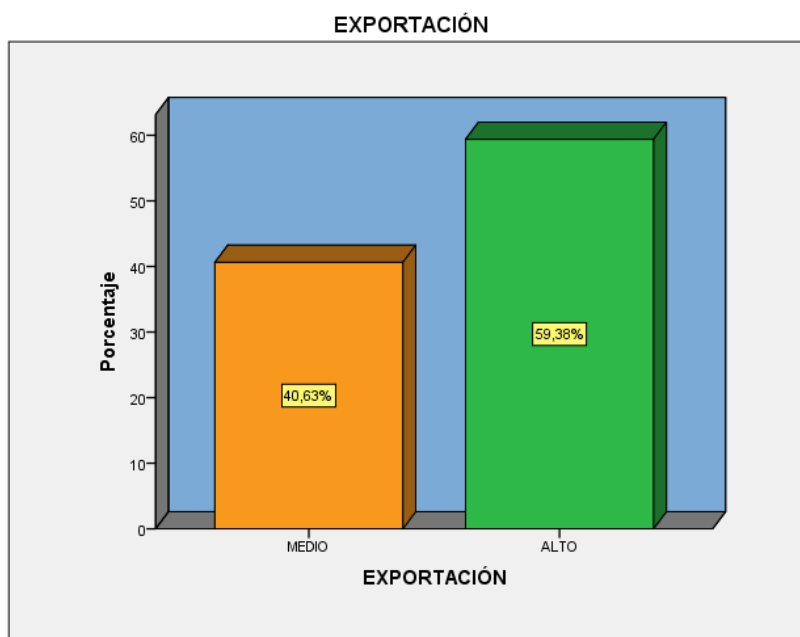
Tabla 5: *Resultados de la variable Exportación*

EXPORTACIÓN					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	13	40,6	40,6	40,6
	ALTO	19	59,4	59,4	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS Versión 24.0

Figura 5:

Resultados de la variable Exportación



La tabla 5 y la figura 5 reflejan que, de los resultados obtenidos de la variable Exportación, el 59,38 % de los 32 trabajadores administrativos relacionados al área de comercio exterior, cadena logística y producción de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A., muestran un nivel de reconocimiento de la Exportación alto y el 40,63% muestran un nivel de reconocimiento medio.

4.2. Análisis Descriptivo Bivariado

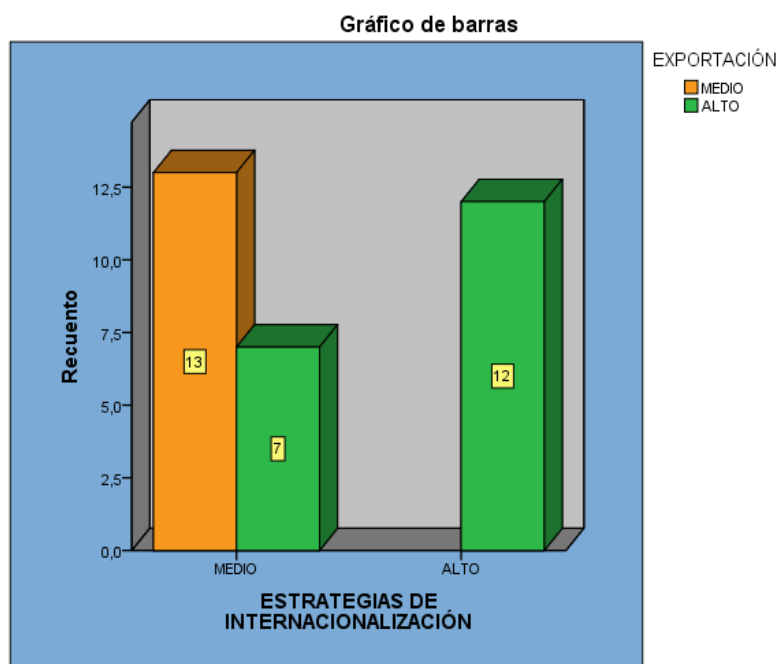
4.2.1. Análisis descriptivo de los resultados entre las variables Estrategias de internacionalización y Exportación

Tabla 6: *Resultados de Tablas Cruzadas de las variables Estrategias de internacionalización y Exportación*

EXPORTACIÓN					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	13	40,6	40,6	40,6
	ALTO	19	59,4	59,4	100,0
Total		32	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS Versión 24.0

Figura 6: *Resultados de Tablas Cruzadas de las variables Estrategias de internacionalización y Exportación*



La tabla 6 y la figura 6 muestra el cruce de las dos variables de estudio: Estrategias de internacionalización y Exportación, donde indica que para ambas variables tiene un porcentaje de 37,5% en el nivel alto y en el nivel medio un 62,5%.

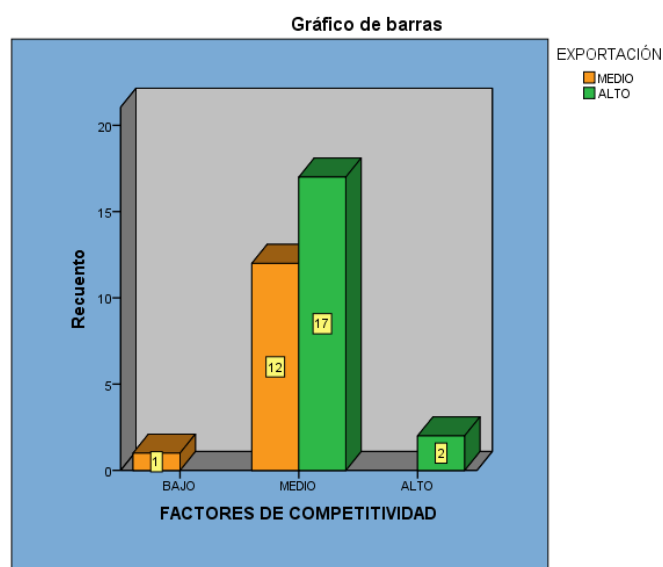
4.2.2. Análisis descriptivo de los resultados entre la dimensión Factores de Competitividad y la variable Exportación

Tabla 7: *Resultados de Tablas Cruzadas de la dimensión Factores de Competitividad y la variable Exportación*

		EXPORTACIÓN			Total
		MEDIO	ALTO		
FACTORES DE COMPETITIVIDAD	BAJO	Recuento	1	0	1
		% del total	3,1%	0,0%	3,1%
	MEDIO	Recuento	12	17	29
		% del total	37,5%	53,1%	90,6%
	ALTO	Recuento	0	2	2
		% del total	0,0%	6,3%	6,3%
Total	Recuento	13	19	32	
	% del total	40,6%	59,4%	100,0%	

Fuente: Software SPSS Versión 24.0

Figura 7: *Resultados de Tablas Cruzadas de la dimensión Factores de Competitividad y la variable Exportación*



La tabla 7 y la figura 7 muestra el cruce de la Dimensión Factores de Competitividad y la variable Exportación, donde indica que para ambos se tiene un porcentaje de 90,6% en el nivel medio, un 6,3% en el nivel alto y otros 3,1% en el nivel bajo.

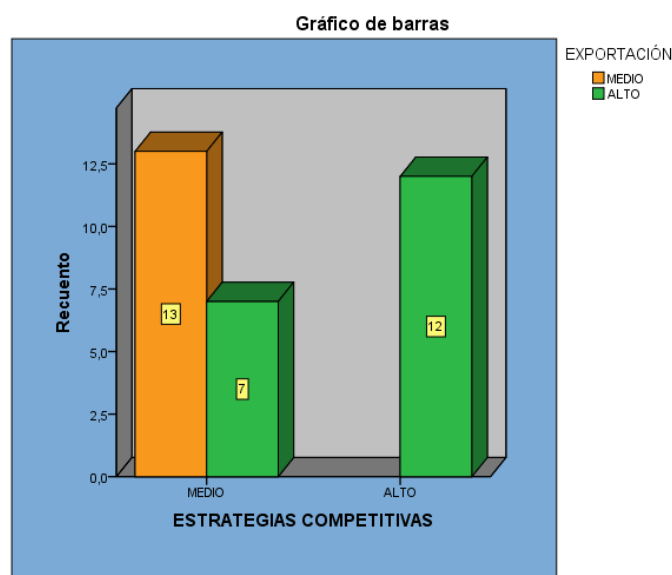
4.2.3. Análisis descriptivo de los resultados entre la dimensión Estrategias Competitivas y la variable Exportación

Tabla 8: *Resultados de Tablas Cruzadas de la dimensión Estrategias Competitivas y la variable Exportación*

			EXPORTACIÓN		
			MEDIO	ALTO	Total
FACTORES DE COMPETITIVIDAD	BAJO	Recuento	1	0	1
		% del total	3,1%	0,0%	3,1%
	MEDIO	Recuento	12	17	29
		% del total	37,5%	53,1%	90,6%
	ALTO	Recuento	0	2	2
		% del total	0,0%	6,3%	6,3%
Total	Recuento	13	19	32	
	% del total	40,6%	59,4%	100,0%	

Fuente: Software SPSS Versión 24.0

Figura 8: *Resultados de Tablas Cruzadas de la dimensión Estrategias Competitivas y la variable Exportación*



La tabla 8 y la figura 8 muestra el cruce de la Dimensión Estrategias Competitivas y la Variable Exportación, donde indica que para ambos se tiene un porcentaje de 62,5% en el nivel medio y un 37,5% en el nivel alto.

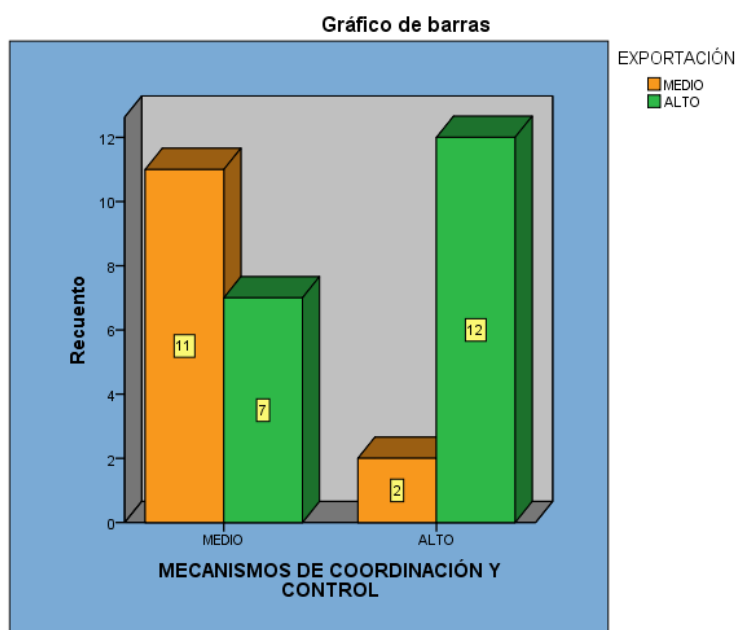
4.2.4. Análisis descriptivo de los resultados entre la dimensión Mecanismos de Coordinación y Control y la variable Exportación

Tabla 9: *Resultados de Tablas Cruzadas de la dimensión Mecanismos de Coordinación y Control y la variable Exportación*

			EXPORTACIÓN		
			MEDIO	ALTO	Total
FACTORES DE COMPETITIVIDAD	BAJO	Recuento	1	0	1
		% del total	3,1%	0,0%	3,1%
	MEDIO	Recuento	12	17	29
		% del total	37,5%	53,1%	90,6%
	ALTO	Recuento	0	2	2
		% del total	0,0%	6,3%	6,3%
Total	Recuento	13	19	32	
	% del total	40,6%	59,4%	100,0%	

Fuente: Software SPSS Versión 24.0

Figura 9: *Resultados de Tablas Cruzadas de la Dimensión Mecanismos de Coordinación y Control y la variable Exportación*



La tabla 9 y la figura 9 muestra el cruce de la Dimensión Mecanismos de Coordinación y Control y la Variable Exportación, donde indica que para ambos se tiene un porcentaje de 56,3% en el nivel medio y un 43,8% en el nivel alto.

4.3 Análisis Inferencial

4.3.1. Hipótesis General

Ho: Las Estrategias de Internacionalización no tienen relación positiva y significativa en la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020.

Ha: Las Estrategias de Internacionalización tienen relación positiva y significativa en la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020.

Tabla 10: *Resultados de las Correlaciones entre las Variables Estrategias de Internacionalización y Exportación*

		Correlaciones		
		ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN		
				EXPORTACIÓN
Rho de Spearman	ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN	Coeficiente de correlación	1,000	,641**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	32	32
	EXPORTACIÓN	Coeficiente de correlación	,641**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	32	32

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La tabla 10, detalla el análisis realizado para determinar si existe correlación entre las variables Estrategias de Internacionalización y Exportación, de donde mediante el Rho de Spearman = ,641 la cual expone una correlación positiva moderada. Asimismo, el Sig. (bilateral) fue de ,000 lo cual indica que hay un mínimo de error y por tanto es confiable. En tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo que, las Estrategias de Internacionalización se relacionan significativamente con la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020.

4.3.2. Hipótesis Específicos

Hipótesis Específica 1:

Ho: Los Factores de Competitividad no tienen relación positiva y significativa en la exportación de papa congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020.

Ha: Los Factores de Competitividad tienen relación positiva y significativa en la exportación de papa congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020.

Tabla 11: *Resultados de las Correlaciones entre la dimensión Factores de Competitividad y Exportación*

Correlaciones				
			FACTORES DE EXPORTACIÓN	
			COMPETITIVIDAD	EXPORTACIÓN
Rho de	FACTORES DE	Coefficiente de correlación	1,000	,293
Spearman	COMPETITIVIDAD	Sig. (bilateral)	.	,104
		N	32	32
	EXPORTACIÓN	Coefficiente de correlación	,293	1,000
		Sig. (bilateral)	,104	.
		N	32	32

La tabla 11, detalla el análisis realizado para determinar si existe correlación entre Dimensión Factores de Competitividad y Exportación, de donde mediante el Rho de Spearman = ,293 la cual expone una correlación positiva baja. Asimismo, el Sig. (bilateral) fue de ,104 lo cual indica que hay un elevado margen de error y no es confiable. En tanto, se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula, por lo que los Factores de Competitividad no se relacionan significativamente con la exportación de papa congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020.

Hipótesis Específica 2:

Ho: Las Estrategias Competitivas no tienen relación positiva y significativa en la exportación de papa congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020.

Ha: Las Estrategias Competitivas tienen relación positiva y significativa en la exportación de papa congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020.

Tabla 12: *Resultados de las Correlaciones entre la dimensión Estrategias Competitivas y Exportación*

Correlaciones				
		ESTRATEGIAS		
		COMPETITIVAS	EXPORTACIÓN	
Rho de Spearman	ESTRATEGIAS	Coeficiente de correlación	1,000	,641**
	COMPETITIVAS	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	32	32
		EXPORTACIÓN	Coeficiente de correlación	,641**
	EXPORTACIÓN	Sig. (bilateral)	,000	.
		N	32	32

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Software SPSS Versión 24.0

La tabla 12, detalla el análisis realizado para determinar si existe correlación entre Dimensión Estrategias Competitivas y Exportación, de donde mediante el Rho de Spearman = ,641 la cual expone una correlación positiva moderada. Asimismo, el Sig. (bilateral) fue de ,000 lo cual indica que hay un mínimo de error y por tanto es confiable. En tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo que, las Estrategias Competitivas se relacionan significativamente con la exportación de papa congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020.

Hipótesis Específica 3:

Ho: Los Mecanismos de Coordinación y Control no tienen relación positiva y significativa en la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020.

Ha: Los Mecanismos de Coordinación y Control tienen relación positiva y significativa en la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020.

Tabla 13: *Resultados de las Correlaciones entre la dimensión Mecanismos de Coordinación y Control y Exportación*

			MECANISMOS DE COORDINACIÓN Y CONTROL	
			CONTROL	EXPORTACIÓN
Rho de Spearman	MECANISMOS DE COORDINACIÓN Y CONTROL	Coeficiente de correlación	1,000	,473**
		Sig. (bilateral)	.	,006
		N	32	32
	EXPORTACIÓN	Coeficiente de correlación	,473**	1,000
		Sig. (bilateral)	,006	.
		N	32	32

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La tabla 13, detalla el análisis realizado para determinar si existe correlación entre Dimensión Estrategias Competitivas y Exportación, de donde mediante el Rho de Spearman = ,473 la cual expone una correlación positiva moderada. Asimismo, el Sig. (bilateral) fue de ,006 lo cual indica que hay un mínimo de error y por tanto es confiable. En tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo que, las Estrategias Competitivas se relacionan significativamente con la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020.

V. DISCUSIÓN

Conforme a los resultados conseguidos, al objetivo general y la hipótesis general planteada en la investigación, se resolvió que si existe relación entre las variables Estrategias de Internacionalización y Exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020. Pues del total de encuestados (32), un 62,5% reconocen un nivel medio y un 37,5% un nivel alto en relación a las dos variables de estudio. Y mediante el Rho de Spearman dio un coeficiente de ,641 y un nivel de significancia alto ($< 0,05$). Rechazándose la hipótesis nula y afirmando la hipótesis alterna, por lo que sí existe relación entre las Estrategias de Internacionalización y Exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020. Esto se relaciona con lo indicado por Johanson y Vahlne (1977), quienes mencionan que la internacionalización de la empresa se da de forma gradual mediante el aprendizaje basado en la experiencia dentro del mercado internacional, siguiendo así un patrón que le permita la integración de sus operaciones en el exterior. Adam Smith (1723-1790) refiere que una nación debe especializarse en lo que produzca con más eficiencia para su exportación. También se ve relacionado con estudios realizados por Pedrero (2014), quien llegó a la conclusión de que por lo general las empresas que pertenecen a un mismo rubro o sector, a excepción del sector alimenticio, usan similares métodos para la penetración de mercados. Por lo que se determinó que el modo en que se planteen las estrategias para internacionalizarse permitirá optimizar sus procesos y su adaptación a las exportaciones. En este aspecto, se puede observar que la ventaja de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A es que ya es una exportadora de pota congelada con años en el mercado, sin embargo, aún está en proceso de planeación de la estrategia para consolidar una planta de procesamiento en España y EE.UU. Asimismo, se relaciona también con la investigación de Villarreal (2006) quien nos refiere que la estrategia más importante para lograr la internacionalización es dirigirse a mercados externos a la ubicación de la empresa, donde claramente refuerza el vínculo que asocia a las diferentes estrategias de internacionalización y en especial con la de la exportación, pues es la más usada por las empresas como medio para dar a conocerse en el mercado internacional.

En cuanto a los resultados correspondientes al objetivo específico 1 y a la hipótesis específica 1 se resolvió que la relación entre los Factores de Competitividad y la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020 es negativa. Pues del total de encuestados (32), un 90,6% reconocen un nivel medio, un 6,3% un nivel alto y 3,1% un nivel bajo en relación a las dos variables de estudio. Y mediante el Rho de Spearman dio un coeficiente de ,293 y un nivel de significancia bajo = 0,104 ($>0,05$). Aceptando la hipótesis nula y rechazando la hipótesis alterna, por lo que no existe relación entre los Factores de Competitividad y Exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020. Lo cual no guarda relación con Para Rubio y Baz (2004), quien indicó que existen muchos factores para medir la competitividad entre ellos está la producción, tecnología y marcos legales y que estos representan el potencial de una empresa. Asimismo, tampoco guarda relación con estudios realizados por Sempértegui y Vásquez (2018), quien llegó a la conclusión de que la tecnología aplicada a la infraestructura del puerto de Paita es un factor de suma importancia en la operatividad del sector pesquero, lo que se refleja en el incremento de embarcaciones y permite contar con almacenes de mayor capacidad. Y por tal motivo, la demanda en el mercado internacional, constituye un factor para muchas empresas que buscan exportar, pues para tal se debe considerar a nivel competitivo el potencial de producción, tecnología y el aspecto legal. En este aspecto, una ventaja de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A es el nivel de producción, sumado a la asesoría legal del Holding al cual pertenece, sin embargo, aún se encuentra en ejecución la mejora tecnológica para cumplir los estándares que ciertos importadores condicionan.

En cuanto a los resultados correspondientes al objetivo específico 2 y a la hipótesis específica 2 se resolvió que la relación entre las Estrategias Competitivas y la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020 es positiva. Pues del total de encuestados (32), un 62,5% reconocen un nivel medio y un 37,5% un nivel alto en relación a las dos variables de estudio. Y mediante el Rho de Spearman dio un coeficiente de ,641 y un nivel de significancia alto = ,000 ($< 0,05$). Rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna, por lo que sí existe relación entre las Estrategias

Competitivas y Exportación de papa congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020. Lo cual se ve relacionado con lo referido por Porter (1991): quien indica que estas estrategias son una vía para lograr la diferenciación el liderazgo en costos y también el enfoque de una empresa. También, se ve relacionado con resultados obtenidos por Sarmiento (2014), quien indica que se muestran muchas oportunidades que exigen obtener el máximo provecho de las fortalezas de una empresa nacional, basadas en ventajas competitivas y comparativas, las cuales conduzcan a ubicarse incluso en países de donde antes se importaba. En este aspecto, una ventaja de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A es el posicionamiento de su marca propia en el país, recientemente en el exterior.

En cuanto a los resultados correspondientes al objetivo específico 3 y a la hipótesis específica 3 se resolvió que la relación entre los Mecanismos de Coordinación y Control y la exportación de papa congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020 es positiva. Pues del total de encuestados (32), un 56,3% reconocen un nivel medio y un 43,8% un nivel alto en relación a las dos variables de estudio. Y mediante el Rho de Spearman dio un coeficiente de ,473 y un nivel de significancia bajo = 0,006 ($< 0,05$). Rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna, por lo que si existe relación entre los Mecanismos de Coordinación y Control y Exportación de papa congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020. En relación a esto Pérez (2013) indica que todo mecanismo de control no es solamente la agrupación de sus componentes, sino que estos deben operar apoyándose, logrando la eficacia. Asimismo, se ve relacionado con resultados obtenidos por Rengifo (2018), quien llegó a la conclusión de que la papa tiene una demanda insatisfecha de 6673.70 toneladas lo cual favorece la comercialización y crecimiento en mercado internacional, pues cuenta con una demanda potencial segura. Por lo cual, ante este panorama internacional, es necesario llevar un correcto control del flujo comunicativo, de manera que se ejerzan mecanismos para que se trabaje como una unidad de negocio y con una misma visión. En este aspecto, la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A busca la asociación con empresas de su mismo rubro para poder cumplir con las cuotas de mercancía y así abastecer el pedido requerido. Asimismo, también se relaciona con García

(2016) quien llego a la conclusión de que el negocio de pota visualiza una alta perspectiva, pues esto va reflejado en un incremento sustancial de la demanda en los mercados externos. Lo cual, ante este creciente requerimiento que cada vez es más constante, les obliga a contar con las herramientas necesarias y su respectivo control oportuno para poder negociar con grandes volúmenes mercancía.

VI. CONCLUSIONES

1. Para el objetivo general, se determinó que si existe relación de las Estrategias de Internacionalización en las exportaciones de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020; teniendo un 0,641 de coeficiente de acuerdo al resultado de Rho Spearman y una bilateral de ,000 (tabla N°10). Lo que nos refiere que, el resultado de planificar diversas estrategias de internacionalización, va a permitir ingresar a otros mercados mediante la exportación de una manera óptima.
2. Para el objetivo específico 1, se determinó que no existe relación los Factores de Competitividad en las exportaciones de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020; teniendo un 0,293 de coeficiente de acuerdo al resultado de Rho Spearman y una bilateral de ,104 (tabla N°11). Lo que nos refiere que los factores de Competitividad no influyen significativamente en las exportaciones de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A en el mercado internacional, sería como un factor poco relevante.
3. Para el objetivo específico 2, se determinó que si existe relación de las Estrategias Competitivas en las exportaciones de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020; teniendo un 0,641 de coeficiente de acuerdo al resultado de Rho Spearman y una bilateral de ,000 (tabla N°12). Lo que nos refiere que, al emplear estas estrategias frente a otros competidores, se lograra una ventaja competitiva que perdure en el tiempo y la cual genere una mayor rentabilidad.
4. Para el objetivo específico 3, se determinó que si existe relación de los Mecanismos de Coordinación y Control en las exportaciones de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020; teniendo un 0,473 de coeficiente de acuerdo al resultado de Rho Spearman y una bilateral de ,006 (tabla N°13). Lo que nos refiere que, es fundamental que las empresas tengan una buena coordinación en la realización del trabajo, todo esto mediante la comunicación efectiva entre los procesos laborales y el control de estos.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se aconseja al Gerente de Inversiones Perú Pacífico S.A. incluir como estrategia de internacionalización, el consolidar más y mejores alianzas con otros exportadores del mismo rubro, con el fin de poder satisfacer la alta demanda internacional, de manera que, le permita elevar su capacidad de negociación respecto a unidades de producto terminado hacia compradores más grandes y el debido cumplimiento a los requerimientos de estos.
2. Se aconseja al área de Planeamiento e Infraestructura de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, generar un estudio sobre los diferentes factores tanto a nivel productivo, tecnológico y legal. Con incidencia en la tecnología e infraestructura de sus plantas de procesamiento, las cuales se adecuen mejor a las exigencias de futuros clientes, con la finalidad de que le permitan ser más competitivo y obtener un mejor posicionamiento en el mercado internacional y próximamente en el mercado asiático.
3. Se aconseja al Jefe de Comercio Exterior de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, tener en cuenta en sus estrategias competitivas, el generar contratos de distribución por largos periodos, los cuales solo se conseguirá manteniendo y mejorando la calidad del producto terminado, orientándose siempre al consumidor, elevando así el reconocimiento y valor de la marca nacional Pacific Star en el exterior y por ende ganando una buena reputación en el mercado.
4. Se aconseja al Gerente y al Jefe de Logística de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, mejorar el sistema de comunicación en general entre sus filiales, tanto de Arequipa como de Piura, proyectando una imagen unificada de servicio de producción, de manera que se pueda cumplir con la amplia demanda y así lograr ser reconocidos como símbolo de calidad y garantía en el sector de exportaciones pesquero.

REFERENCIAS

- Abero, L., Berardi, L., Capocasale, A., García, S., y Rojas, R. (2015). *Investigación Educativa*. Uruguay: Camus Ediciones. <https://bit.ly/2x4eWH2>
- Agencia Peruana de Noticias (30 de Julio, 2018). *Exportaciones de pota se incrementaron 53.1% en primeros cinco meses de 2018*. ANDINA. <https://andina.pe/agencia/noticia-exportaciones-pota-se-incrementaron-531-primeros-cinco-meses-2018-719361.aspx>
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica (6 ed.)*. Venezuela: Ediciones El Pasillo. <https://bit.ly/2q7zc6S>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3 ed.). Colombia: Pearson. <https://bit.ly/2EeR4lp>
- Cabezas, E. D., Andrade, D. y Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>
- Cano, M. y Begoña, B. (2010). *Estrategias y Plan de Internacionalización*. España: Escuela de Organización Industrial. http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:67016/componente67014.pdf
- Cuenca, E., Navarro, M., Fuentes, F., Sánchez, S., Martín, J., Rastrollo, M., Guerrero, M., Pendón, M., De la Osa, P., Martínez, J., Dorado, M., Oliva, F., López, M., Cazorla, L., Fernández, F., Fornieles, A., Román, I., Ruiz, J., Leal, A., ... Téllez, C. (2012). *Manual Comercio Internacional*. España: Agencia Andaluza de Promoción Exterior. https://www.extenda.es/catedras/descargas_generales/estudios/ext/manual_comercio_internacional_final.pdf

- Gallego, C. (2014). *Introducción a los Negocios Internacionales*. Medellín: Editorial L.Vieco S.A.S
<https://www.esumer.edu.co/images/centroeditorial/Libros/fei/libros/Introduccionalosnegociosinternacionales.pdf>
- García, G. (2016). *Plan de negocio para exportar pota congelada a Emiratos Árabes Unidos* (Tesis de Licenciatura).
<http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/257/ADM-GAR-VID-16.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gestión (21 de abril, 2019). *Consumo de pota peruana es impulsado por demanda de los mercados asiáticos*. Diario Gestión.
<https://gestion.pe/economia/consumo-pota-peruana-impulsado-demanda-mercados-asiaticos-264701-noticia/>
- Gómez, S. (2012). *Metodología de la investigación*. México: Red Tercer Milenio.
<https://bit.ly/2bBJe6t>
- Guillotin, B. y Mangematin, V. (2015). *Internationalization strategies of business schools – how flat is the world?*. Thunderbird International Business Review, Wiley 57 (5), pp.343-357. DOI: rces.v24n35.a4
<https://ideas.repec.org/p/hal/journal/hal-01265950.html>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta Ed.) <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Huesca, C. (2012). *Comercio Internacional*. México: Red Tercer Milenio S.C.
http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Comercio_internacional.pdf

- Icart, M., Fuentelzas, C. y Pulón, A. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina* (Vol. 1). Edición Universitat de Barcelona. <https://bit.ly/2Yokl89>
- Johanson, J., Vahlne, J. (1977). The internationalization process of the firm - a model of knowledge development and increasing foreign market commitment. *J Int Bus Stud* 8, 23-32
<https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490676>
- Lafuente, F. (2010). *Aspectos del Comercio Exterior*.
www.eumed.net/libros/2010f/866/
- Lerma, A y Márquez, E. (2010). *Comercio y Marketing Internacional (4ta Ed.)*. México: Cengage Learning Editores
<http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Comercio%20y%20Marketing%20internacional.pdf>
- Mandragón, M. (2014) *Información Científica*. (Volumen 8), p.2. Editorial Ibero Americana. <https://n9.cl/koyrn>
- Mayorga, D y Araujo, P. (1992). *Introducción a los negocios internacionales*. Perú: Universidad del Pacífico.
<https://core.ac.uk/download/pdf/159378020.pdf>
- Pedrero, Y. (2014) *La estrategia de internacionalización: análisis comparativo de los mecanismos de entrada en mercados exteriores de seis empresas que operan en diferentes sectores de la economía* (Tesis de Maestría). Universidad de Barcelona
http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/66261/1/TFM_MOI_Pedrero-Yolanda-jun2015.pdf

- Pérez, J. (2013). *Control de la gestión empresarial* (8va Ed.). Madrid: Editorial ESIC
http://sgfm.elcorteingles.es/SGFM/dctm/MEDIA01/201305/16/00106524182018_2_.pdf
- Porter, M. (1991). *Ventaja Competitiva*. Buenos Aires: Editorial Rei Argentina.
<https://bit.ly/2s8lx1l>
- Quero, Milton. (2010). *Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach*. (vol. 12, núm. 2, mayo-agosto) Telos Venezuela
<https://www.redalyc.org/pdf/993/99315569010.pdf>
- Rengifo, W. (2018). *Exportación de anillas de papa congelada al mercado de Barcelona, España* (Tesis de Licenciatura). Universidad San Martín de Porres.
http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/4485/1/rengifo_pwm.pdf
- Rexhepi, G., Ramadani, V., Rahdari, A., y Anggadwita, G. (2017). *Models and strategies of family businesses internationalization: A conceptual framework and future research directions*. *Review of International Business and Strategy*, 27(2), 248-260.
<https://search.proquest.com/docview/1942670010?accountid=37408>
- Rubio, L y Baz, V. (2004). *El Poder de la Competitividad*. CIDAC: México.
http://www.cidac.org/esp/uploads/1/Competitividad_FINAL-Agosto_2004.pdf
- Sarmiento, S. (2014). *Estrategias de internacionalización y globales para países en desarrollo y emergentes*. *Revista Dimensión Empresarial*.
<http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v12n1/v12n1a10.pdf>

- Sempértégui, H. y Vásquez, K. (2018) *Factores claves que influyeron en las Exportaciones de papa cocida congelada desde el Puerto de Paita hacia China durante los años 2012 –2016* (Tesis de Licenciatura). https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625188/Semp%C3%A9rtégui_MH.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Villarreal, O. (2006). *La estrategia de internacionalización de la empresa- un estudio de casos de multinacionales Vascas* (Tesis de Doctorado) Universidad del país Vasco. https://www.ehu.eus/documents/3020595/3024903/Estrategia_internacionalizacion_empresa_I.pdf
- Veletanga, G. (s. f.). *Teoría de la Ventaja Absoluta de Adam Smith*. Economía y Finanzas Internacionales Pontificia Universidad Católica de Ecuador. Revisado 16 de octubre de 2020 <http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/71-teoria-de-la-ventaja-absoluta-de-adam-smith>

ANEXOS

ANEXO 1



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Originalidad del Autor / Autores

Yo (Nosotros), JULIO ENRIQUE ZAVALA MONTANO estudiante(s) de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, declaro (declaramos) bajo juramento que todos los datos e información que acompañan al Trabajo de Investigación / Tesis titulado: "ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN Y LA EXPORTACIÓN DE POTA CONGELADA DE LA EMPRESA INVERSIONES PERÚ PACÍFICO S.A , CALLAO – 2020", es de mi (nuestra) autoría, por lo tanto, declaro (declaramos) que el Tesis:

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

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

Apellidos y Nombres del Autor	Firma
JULIO ENRIQUE ZAVALA MONTANO DNI: 45642962 ORCID 0000-0001-5482-7191	Firmado digitalmente por: JZAVALAMJ el 26 Dic 2020 03:17:59

Código documento Trilce: 98939



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, BERTA HINOSTROZA MIKE PAUL, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, asesor(a) del Trabajo de Investigación / Tesis titulada: "ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN Y LA EXPORTACIÓN DE POTA CONGELADA DE LA EMPRESA INVERSIONES PERÚ PACÍFICO S.A, CALLAO – 2020", del (los) autor (autores) ZAVALA MONTANO JULIO ENRIQUE, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

Lima, 26 de diciembre de 2020

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
BERTA HINOSTROZA MIKE PAUL DNI: 09561796 ORCID 0000-0001-9996-3787	Firmado digitalmente por: MBERTAH el 26 Dic2020 03:03:25

Código documento Trilce: 98938

ANEXO 3: OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE: ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas de Medición
Estrategias de Internacionalización	Según Cuenca et al. (2012, p.56) es un proceso complejo que integra tres etapas: análisis de factores de competitividad (país, sector y recursos y capacidades de la empresa), formulación de estrategias (de entrada, competitivas y funcionales) e implantación (diseño organizativo y mecanismos de control)	El presente estudio, para el trabajo de campo aplicara la encuesta como técnica, y el cuestionario como instrumento, asimismo, se tomaran los indicadores y dimensiones de la teoría principal, de las teorías relacionadas al tema.	Factores de Competitividad	a) Producción	1,2	Escala Ordina Likert (1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Parcialmente de acuerdo (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo
				b) Tecnología	3,4	
				c) Aspectos Legales	5	
			Estrategias Competitivas	d) Liderazgo en costos	6,7	
				e) Diferenciación	8, 9, 10	
			Mecanismos de Coordinación y Control	f) Enfoque empresarial	11, 12	
				g) Integración de Filiales	13	

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO 3: OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE: EXPORTACIÓN

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas de Medición
Exportación	Según Gallego (2014, p. 48), implica producir bienes en el mercado local y venderlos en los mercados exteriores, es el método que tiene menor riesgo y esfuerzo, ya que evita muchos de los costos fijos. Se usa comúnmente como primera vía de penetración en un mercado.	El presente estudio, para el trabajo de campo aplicara la encuesta como técnica, y el cuestionario como instrumento, asimismo, se tomaran los indicadores y dimensiones de la teoría principal, de las teorías relacionadas al tema.	Mercado Local	a) Clientes Nacionales	14, 15, 16, 17	Escala Ordinal Likert
			Mercado Internacional	b) Compradores Potenciales.	18, 19, 20, 21, 22	(1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Parcialmente de acuerdo
			Penetración de Mercado	c) Participación en las exportaciones de Pota Congelada.	23, 24, 25, 26	(4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO 3: MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA							
Título: Estrategias de internacionalización y la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020							
Autor: Julio Enrique Zavala Montano							
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores				
<p>Problema General</p> <p>¿Qué relación tienen las Estrategias de internacionalización en la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020?</p> <p>Problemas Específicos:</p> <p>¿Qué relación tienen los Factores de Competitividad en la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020?</p> <p>¿Qué relación tienen las Estrategias Competitivas en la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020?</p> <p>¿Qué relación tienen los Mecanismos de Coordinación y Control en la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar qué relación tienen las Estrategias de internacionalización en la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Determinar qué relación tienen los Factores de Competitividad en la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020.</p> <p>Determinar qué relación tienen las Estrategias Competitivas en la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020.</p> <p>Determinar qué relación tienen los Mecanismos de Coordinación y Control en la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Las Estrategias de Internacionalización tienen relación positiva y significativa en la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020.</p> <p>Hipótesis específicas:</p> <p>Los Factores de Competitividad tienen relación positiva y significativa en la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020.</p> <p>Las Estrategias Competitivas tienen relación positiva y significativa en la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020.</p> <p>Los Mecanismos de Coordinación y Control tienen relación positiva y significativa en la exportación de pota congelada de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A, Callao – 2020.</p>	Variable 1: ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos
			Factores de Competitividad	a) Producción	1,2	(1) Nunca (2) Raramente (3) Ocasionalmente (4) Frecuentemente (5) Muy frecuentemente	Bajo Medio Alto
				b) Tecnología	3,4		
				c) Aspectos Legales	5		
			Estrategias Competitivas	d) Liderazgo en costos	6,7		Bajo Medio Alto
				e) Diferenciación	8,9,10		
			Mecanismos de Coordinación y Control	f) Enfoque empresarial	11,12		Bajo Medio Alto
				g) Integración de Filiales	13		
			Variable 2: EXPORTACIÓN				
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos			
Mercado Local	h) Clientes Nacionales	1,2, 3, 4	(1) Nunca (2) Raramente (3) Ocasionalmente (4) Frecuentemente (5) Muy frecuentemente	Bajo Medio Alto			
Mercado Internacional	i) Compradores Potenciales	5,6,7,8,9		Bajo Medio Alto			
Penetración de Mercado	j) Participación en las exportaciones de Pota Congelada	10,11,12, 13		Bajo Medio Alto			

ANEXO 3: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Estadística a utilizar
<p><u>Enfoque:</u> Cuantitativo</p> <p><u>Alcance:</u> Descriptivo</p> <p><u>Diseño:</u> No experimental</p> <p><u>Tipo:</u> Aplicada</p> <p><u>Nivel:</u> Correlacional</p>	<p><u>Población:</u> La población conformada por 32 trabajadores administrativos relacionados al área de comercio exterior, cadena logística y producción de la empresa Inversiones Perú Pacífico S.A.</p> <p><u>Tipo de muestreo:</u> Censal Censal</p> <p><u>Tamaño de muestra:</u> 32</p>	<p style="text-align: center;">Variable 1: ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN</p> <p>Técnicas: Encuesta. Instrumentos: Cuestionario Autor: Julio Enrique Zavala Montano Año: 2020</p> <p>Monitoreo: Estrategias Internacionales</p> <p>Ámbito de Aplicación: Personal Administrativo de Inversiones Perú Pacífico S.A.</p> <p>Forma de Administración: Individual</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Variable 2: EXPORTACIÓN</p> <p>Técnicas: Encuesta. Instrumentos: Cuestionario Autor: Julio Enrique Zavala Montano Año: 2020</p> <p>Monitoreo: Exportación</p> <p>Ámbito de Aplicación: Personal Administrativo de Inversiones Perú Pacífico S.A.</p> <p>Forma de Administración: Individual</p>	<p>DESCRIPTIVA: Análisis descriptivo de la variable con sus respectivas dimensiones para procesar los resultados sobre percepción de esta.</p>

ANEXO N° 4 - INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS						
SEÑOR(A):						
Tengo el agrado de dirigirme a usted con el objetivo de solicitarle muy gentilmente unos minutos de su tiempo para poder rellenar esta encuesta que a continuación se observa. Cabe mencionar que el propósito de dicha encuesta que ha sido elaborada con fines universitarios, servirá para recopilar datos informativos acerca de las dos variables de estudios de mi proyecto de investigación relacionadas con las estrategias de internacionalización y la exportación. Le agradezco de antemano su tiempo, comprensión y colaboración brindada.						
INSTRUCCIONES: A continuación, se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responder marcando con un aspa (x) la respuesta que considere conveniente. Considere lo siguiente: Muy Frecuentemente (5) – Frecuentemente (4) – Ocasionalmente (3) – Raramente (2) – Nunca (1)						
CUESTIONARIO						
VARIABLE: ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN						
DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE LA ESCALA				
		NUNCA	RARAMENTE	OCASIONALMENTE	FRECUENTEMENTE	MUY FRECUENTEMENTE
		1	2	3	4	5
FACTORES DE COMPETITIVIDAD	PRODUCCIÓN					
	1. Mantienen un nivel de industrialización elevado para el procesamiento a gran escala de productos hidrobiológicos.					
	2. Cuentan con la producción de algunos productos derivados de la pota (snacks, nuggets).					
	TECNOLOGÍA					
	3. Considera óptimo el índice de industrialización del sector pesquero peruano.					
	4. La empresa cuenta con la infraestructura y servicios logísticos necesarios para el procesamiento de productos hidrobiológicos.					
ESTRATEGIAS COMPETITIVAS	ASPECTOS LEGALES					
	5. Se tiene en cuenta que hay normas legales que obstaculizan el proceso de pesca (veda) y su comercialización.					
	LIDERAZGO EN COSTOS					
	6. Utiliza economías de escala como estrategia para minimizar costos.					
	7. Es necesario reducir la calidad del producto para ofrecer un precio más bajo					
	DIFERENCIACIÓN					
8. Cumple con los estándares de calidad para la exportación de pota congelada.						
9. Posee personal capacitado para el cumplimiento de las Normas BASC (Business Anti-Smuggling Coalition) para garantizar un comercio seguro.						
10. Cuenta una web o redes sociales que le permitan llegar a sus clientes y mejorar sus canales de comunicación.						
ENFOQUE EMPRESARIAL						
11. Tiene amplio conocimiento del mercado objetivo y una red de contactos a nivel internacional.						
12. Posee alianzas comerciales con otras empresas del mismo rubro.						
INTEGRACION DE FILIALES						
13. Que tan beneficioso es para su filial en Piura la ampliación y mejora del puerto de Paita.						

ANEXO N° 4 - INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS						
<p>SEÑOR(A): Tengo el agrado de dirigirme a usted con el objetivo de solicitarle muy gentilmente unos minutos de su tiempo para poder rellenar esta encuesta que a continuación se observa. Cabe mencionar que el propósito de dicha encuesta que ha sido elaborada con fines universitarios, servirá para recopilar datos informativos acerca de las dos variables de estudios de mi proyecto de investigación relacionadas con las estrategias de internacionalización y la exportación. Le agradezco de antemano su tiempo, comprensión y colaboración brindada.</p> <p>INSTRUCCIONES: A continuación, se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responder marcando con un aspa (x) la respuesta que considere conveniente. Considere lo siguiente: Muy Frecuentemente (5) – Frecuentemente (4) – Ocasionalmente (3) – Raramente (2) – Nunca (1)</p>						
CUESTIONARIO						
VARIABLE: EXPORTACIÓN						
MERCADO LOCAL	CLIENTES NACIONALES					
	1. Por lo general no venden al consumidor directo, sino a mayoristas y minoristas locales.					
	2. Promueve adecuadamente el uso de una marca propia.					
	3. Que tan satisfechos están sus clientes con la diversidad de productos ofrecidos por la empresa					
	4. Considera que el nivel de producción y stock de producto terminado es satisfactorio para los clientes nacionales.					
MERCADO INTERNACIONAL	COMPRADORES POTENCIALES					
	5. Tiene conocimiento y hace un buen uso de los TLC, para penetrar en los mercados.					
	6. Hay una perspectiva favorable para el ingreso de pota en el mercado europeo y asiático.					
	7. Se evalúa la competitividad de los mercados hacia donde se dirigen sus exportaciones.					
	8. Que tan seguido su producto es demandado a nivel internacional.					
	9. Considera usted que su producto cumple con las normas internacionales para poder comercializarlo fuera del país.					
PENETRACIÓN DE MERCADO	PARTICIPACIÓN EN LAS EXPORTACIONES DE POTA CONGELADADA					
	10. Hay un incremento de las exportaciones peruanas pesqueras no tradicionales, en particular pota y mariscos.					
	11. El perfil del consumidor tiene como representantes a empresas medianas o grandes.					
	12. Se promueve la manufactura de productos en conserva (valor agregado) con destino a las grandes potencias.					
	13. Evalúa las oportunidades presentadas en otros continentes como por ejemplo en el mercado asiático.					

ANEXO N° 5 - BASE DE DATOS, VALIDACIÓN DE EXPERTOS Y RESULTADOS DE PRUEBA DE CONFIABILIDAD

	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	V1	D1	D2	D3	V2
1	Muy Frecu...	Muy Frecu...	Muy Frecu...	Frecuente...	Ocasional...	Frecuente...	Muy Frecu...	Frecuente...	Raramente	ALTO	ALTO	ALTO	ALTO	ALTO
2	Muy Frecu...	Frecuente...	Muy Frecu...	Ocasional...	Frecuente...	Frecuente...	Muy Frecu...	Frecuente...	Nunca	ALTO	ALTO	ALTO	ALTO	ALTO
3	Frecuente...	Muy Frecu...	Frecuente...	Frecuente...	Frecuente...	Muy Frecu...	Muy Frecu...	Ocasional...	Nunca	ALTO	MEDIO	ALTO	ALTO	ALTO
4	Frecuente...	Muy Frecu...	Frecuente...	Ocasional...	Muy Frecu...	Muy Frecu...	Muy Frecu...	Ocasional...	Nunca	ALTO	MEDIO	ALTO	MEDIO	ALTO
5	Muy Frecu...	Muy Frecu...	Muy Frecu...	Ocasional...	Frecuente...	Muy Frecu...	Muy Frecu...	Ocasional...	Nunca	ALTO	MEDIO	MEDIO	ALTO	ALTO
6	Muy Frecu...	Frecuente...	Muy Frecu...	Ocasional...	Frecuente...	Muy Frecu...	Muy Frecu...	Ocasional...	Raramente	ALTO	MEDIO	ALTO	ALTO	ALTO
7	Muy Frecu...	Frecuente...	Frecuente...	Ocasional...	Muy Frecu...	Muy Frecu...	Muy Frecu...	Ocasional...	Raramente	ALTO	MEDIO	ALTO	MEDIO	ALTO
8	Frecuente...	Frecuente...	Muy Frecu...	Ocasional...	Muy Frecu...	Muy Frecu...	Muy Frecu...	Ocasional...	Raramente	ALTO	MEDIO	ALTO	ALTO	ALTO
9	Muy Frecu...	Ocasional...	Frecuente...	Frecuente...	Frecuente...	Muy Frecu...	Muy Frecu...	Ocasional...	Ocasional...	ALTO	MEDIO	ALTO	ALTO	ALTO
10	Frecuente...	Frecuente...	Muy Frecu...	Frecuente...	Frecuente...	Muy Frecu...	Muy Frecu...	Raramente	Ocasional...	ALTO	MEDIO	ALTO	ALTO	ALTO
11	Muy Frecu...	Frecuente...	Frecuente...	Ocasional...	Frecuente...	Muy Frecu...	Muy Frecu...	Raramente	Raramente	ALTO	MEDIO	ALTO	MEDIO	ALTO
12	Frecuente...	Ocasional...	Frecuente...	Frecuente...	Muy Frecu...	Muy Frecu...	Muy Frecu...	Raramente	Nunca	ALTO	MEDIO	ALTO	MEDIO	ALTO
13	Frecuente...	Ocasional...	Frecuente...	Frecuente...	Ocasional...	Frecuente...	Muy Frecu...	Ocasional...	Ocasional...	MEDIO	MEDIO	MEDIO	ALTO	ALTO
14	Frecuente...	Ocasional...	Frecuente...	Frecuente...	Muy Frecu...	Muy Frecu...	Muy Frecu...	Ocasional...	Ocasional...	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	ALTO
15	Frecuente...	Ocasional...	Frecuente...	Frecuente...	Frecuente...	Frecuente...	Muy Frecu...	Ocasional...	Raramente	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO
16	Frecuente...	Ocasional...	Frecuente...	Frecuente...	Frecuente...	Frecuente...	Muy Frecu...	Ocasional...	Nunca	MEDIO	MEDIO	ALTO	ALTO	ALTO
17	Frecuente...	Ocasional...	Muy Frecu...	Ocasional...	Frecuente...	Muy Frecu...	Muy Frecu...	Raramente	Nunca	MEDIO	MEDIO	MEDIO	ALTO	MEDIO
18	Frecuente...	Frecuente...	Frecuente...	Ocasional...	Frecuente...	Muy Frecu...	Muy Frecu...	Ocasional...	Raramente	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	ALTO
19	Frecuente...	Frecuente...	Frecuente...	Ocasional...	Frecuente...	Frecuente...	Muy Frecu...	Ocasional...	Ocasional...	MEDIO	MEDIO	MEDIO	ALTO	ALTO
20	Frecuente...	Frecuente...	Frecuente...	Ocasional...	Ocasional...	Muy Frecu...	Muy Frecu...	Raramente	Ocasional...	MEDIO	MEDIO	MEDIO	ALTO	ALTO
21	Frecuente...	Frecuente...	Frecuente...	Frecuente...	Frecuente...	Frecuente...	Frecuente...	Ocasional...	Raramente	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO
22	Frecuente...	Frecuente...	Frecuente...	Ocasional...	Muy Frecu...	Frecuente...	Muy Frecu...	Ocasional...	Nunca	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO
23	Frecuente...	Ocasional...	Frecuente...	Frecuente...	Muy Frecu...	Muy Frecu...	Frecuente...	Raramente	Nunca	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO

Relación de Expertos

EXPERTOS	VALORACIÓN (aplicable)
Experto 1: Dra. Mary Hellen Mariela Michca Maguiña	80%
Experto 2: Dra. Lauralinda Caveró Egúsqüiza Vargas	85%
Experto 3: Mg. Enrique Omar Michelena Ríos	100%
Experto 3: Mg. Mike Paul Berta Hinoströza	90%

Fuente: Elaboración Propia

Criterios de fiabilidad

0,53 a menos	Nula confiabilidad
0,54 a 0,59	Baja confiabilidad
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy Confiable
0.72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1,00	Perfecta confiabilidad

Fuente: Libro Metodología de la investigación, 2012.

ANEXO N° 5 - BASE DE DATOS, VALIDACIÓN DE EXPERTOS Y RESULTADOS DE PRUEBA DE CONFIABILIDAD

VARIABLE 1: Estrategias de Internacionalización

Para obtener el nivel de confiabilidad del instrumento a utilizar, se empleó la prueba del coeficiente del Alfa de Cronbach, y se obtuvo los siguientes resultados:

Resultados de Análisis de Confiabilidad: Alfa de Cronbach de la primera variable.

“ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN”

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	32	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	32	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,904	13

Fuente: software estadístico SPSS versión 24.0

INTERPRETACION:

El resultado obtenido después de procesar los datos para la variable ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN es de 0.904; este resultado nos indica que nuestro instrumento es de excelente confiabilidad. Entonces, se puede aplicar en la investigación.

ANEXO N° 5 - BASE DE DATOS, VALIDACIÓN DE EXPERTOS Y RESULTADOS DE PRUEBA DE CONFIABILIDAD

VARIABLE 2: Exportación

Para obtener el nivel de confiabilidad del instrumento a utilizar, se empleó la prueba del coeficiente del Alfa de Cronbach, y se obtuvo los siguientes resultados:

Resultados de Análisis de Confiabilidad: Alfa de Cronbach de la segunda variable.

“EXPORTACIÓN”

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	32	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	32	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

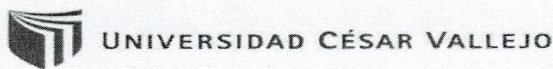
Alfa de Cronbach	N de elementos
,609	13

Fuente: software estadístico SPSS versión 24.0

INTERPRETACION:

El resultado obtenido después de procesar los datos para la variable ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN es de 0.609; este resultado nos indica que nuestro instrumento es confiable. Entonces, se puede aplicar en la investigación.

ANEXO N° 5 - BASE DE DATOS, VALIDACIÓN DE EXPERTOS Y RESULTADOS DE PRUEBA DE CONFIABILIDAD



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: MICHCA MAGUINA MARY HELLEN
- I.2. Especialidad del Validador: DRA. ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN
- I.3. Cargo e Institución donde labora: DOCENTE UCV
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: QUESTIONARIO
- I.5. Autor del instrumento: JULIO ENRIQUE ZAVALA MONTANO

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

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

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

Hay suficiencia.

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los Olivos, 26 de noviembre del 2019.

Firma de experto informante

DNI: 41478652

Teléfono: 995801023

ANEXO N° 5 - BASE DE DATOS, VALIDACIÓN DE EXPERTOS Y RESULTADOS DE PRUEBA DE CONFIABILIDAD

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6		✓	
Ítem 7		✓	
Ítem 8		✓	
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12		✓	
Ítem 13		✓	

Variable 2: EXPORTACIÓN

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4		✓	
Ítem 5		✓	
Ítem 6		✓	
Ítem 7	✓		



Firma de experto informante

DNI: 91478652

Teléfono: 995801023

ANEXO N° 5 - BASE DE DATOS, VALIDACIÓN DE EXPERTOS Y RESULTADOS DE PRUEBA DE CONFIABILIDAD



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Cavero-Eguisquiza Vargas, Lavaldia
 I.2. Especialidad del Validador: Economía - Finanzas
 I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente - UCV
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO
 I.5. Autor del instrumento: JULIO ENRIQUE ZAVALA MONTANO

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
PROMEDIO DE VALORACIÓN						85%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

Hay Deficiencia -

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

85%

Los Olivos, 26 de noviembre del 2019.

.....

Firma de experto informante

DNI: 08879583

Teléfono: 945184338

**ANEXO N° 5 - BASE DE DATOS, VALIDACIÓN DE EXPERTOS Y
RESULTADOS DE PRUEBA DE CONFIABILIDAD**

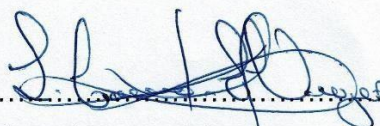
V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		

Variable 2: EXPORTACIÓN

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2		✓	
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		



Firma de experto informante

DNI: 08879583

Teléfono: 945184338

ANEXO N° 5 - BASE DE DATOS, VALIDACIÓN DE EXPERTOS Y RESULTADOS DE PRUEBA DE CONFIABILIDAD



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: MICHELENA RIOS, ENRIQUE OMAR
 I.2. Especialidad del Validador: MAGISTER EN ADMINISTRACION
 I.3. Cargo e Institución donde labora: UCV - DOCENTE
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: QUESTIONARIO
 I.5. Autor del instrumento: JULIO ENRIQUE ZAVALA MONTANO

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

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

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

HAY SUFICIENCIA

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

100%

Los Olivos, 26 de noviembre del 2019.

.....
 Firma de experto informante

DNI: 07912826

Teléfono: 992325181

ANEXO N° 5 - BASE DE DATOS, VALIDACIÓN DE EXPERTOS Y RESULTADOS DE PRUEBA DE CONFIABILIDAD

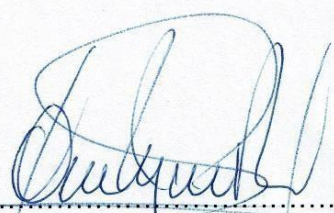
V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6		✓	
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		

Variable 2: EXPORTACIÓN

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		



Firma de experto informante

DNI: 07912826

Teléfono: 992325181

ANEXO N° 5 - BASE DE DATOS, VALIDACIÓN DE EXPERTOS Y RESULTADOS DE PRUEBA DE CONFIABILIDAD



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: BERTA HINOSTROZA, MIKE PAUL
- I.2. Especialidad del Validador: Magister en Administración y relaciones internacionales
- I.3. Cargo e Institución donde labora: DTP
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: Zavala Montano, Julio Enrique

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

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

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90 %

Los Olivos, 30 de setiembre del 2020.

Firma de experto informante

DNI: 07861796

Teléfono: _____

**ANEXO N° 5 - BASE DE DATOS, VALIDACIÓN DE EXPERTOS Y
RESULTADOS DE PRUEBA DE CONFIABILIDAD**

I. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	X		
Ítem 2	X		
Ítem 3	X		
Ítem 4	X		
Ítem 5	X		
Ítem 6	X		
Ítem 7		X	
Ítem 8	X		
Ítem 9	X		
Ítem 10	X		
Ítem 11	X		
Ítem 12	X		
Ítem 13		X	

Variable 2: EXPORTACIÓN

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	X		
Item 2	X		
Item 3	X		
Item 4	X		
Item 5	X		
Item 6	X		
Item 7	X		
Item 8	X		
Item 9	X		
Item 10	X		
Item 11	X		
Item 12		X	
Item 13	X		



 Firma de experto informante
 DNI: 0961796
 Teléfono: _____