

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES



LA INFLUENCIA DE LA GESTIÓN DE CAPACITACIÓN DE PROMPERU EN
LA CULTURA EXPORTADORA DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR
AGROINDUSTRIAL DE TACNA REGISTRADAS EN SU CARTERA EN EL
PERIODO 2020

TESIS

PRESENTADA POR:

BACH. MARIAGRAZIA BARRIGA PASTEN

ASESOR:

MGR. ENRIQUE EDUARDO VILDOSO BENAVIDES

Para optar el título profesional de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Tacna – Perú

2022

DEDICATORIA

Dedico el trabajo de investigación a mis padres por su apoyo constante en el transcurso de mi vida.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a los docentes de la universidad por su arduo trabajo y a mis padres por el apoyo recibido durante toda mi carrera profesional.

TABLA DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTOS.....	iv
TABLA DE CONTENIDOS.....	v
Lista de Tablas.....	vii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1. IDENTIFICACIÓN Y DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.2. Formulación del problema.....	5
1.2.1. Problema general.....	5
1.2.2. Problemas específicos.....	5
1.3. Objetivos de la investigación.....	5
1.3.1. Objetivo general.....	5
1.3.2. Objetivos específicos.....	5
1.4. Justificación e importancia de la investigación.....	6
1.4.1. Justificación teórica.....	6
1.4.2. Justificación metódica.....	6
1.4.3. Importancia.....	7
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....	8
2.1. Antecedentes del estudio.....	8
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	8
2.1.2. Antecedentes Nacionales.....	10
2.1.3. Antecedentes Regionales.....	13
2.2. Bases Teórico – Científicas.....	15
2.2.1. Gestión de Capacitación.....	15
2.2.2.1.1. Dimensión Capacitación.....	15
2.2.2.1.2. Dimensión Orientación.....	15
2.2.2.1.3. Dimensión Asistencia Técnica.....	15
2.2.2. Cultura Exportadora.....	25
2.2.2.2. Dimensión Costumbres.....	25
2.2.2.3. Dimensión Normas.....	25
2.2.2.4. Dimensión Creencias.....	25
2.3. Definición de términos básicos.....	30
2.3.1. Capacitación.....	30

2.3.2. Comercio Exterior.....	31
2.3.3. Cultura Exportadora.....	31
2.3.4. Exportación.....	32
2.3.5. MYPES.....	32
2.3.6. PENX.....	32
2.3. Sistema de Hipótesis.....	33
2.3.1. Hipótesis general.....	33
2.3.2. Hipótesis específicas.....	33
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	34
3.1. Tipo de investigación.....	34
3.1.1. Nivel de investigación.....	34
3.2. Diseño de investigación.....	34
3.3. Población y muestra.....	35
3.3.1. Población.....	35
3.3.2. Muestra.....	35
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección.....	35
3.4.1. Técnica.....	35
3.4.2. Instrumentos.....	35
3.4.3. Ámbito de la investigación.....	36
3.5. Técnicas de procesamiento de datos.....	36
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	37
4.1. Trabajo de Campo.....	37
4.2. Confiabilidad de los instrumentos.....	37
4.3. Tratamiento estadístico.....	39
4.4. Contrastación de Hipótesis.....	51
CONCLUSIONES.....	64
RECOMENDACIONES.....	65
APÉNDICE.....	73
Apéndice A. Matriz de Consistencia.....	73
Apéndice B. Operacionalización de la Variable.....	74
Apéndice C. Lista de empresas a las que se aplicó el censo.....	76
Apéndice D. Cuestionario sobre Gestión de Capacitación y Cultura Exportadora.....	78
Apéndice E. Fichas de Validación de cuestionarios por Juicio de Expertos.....	81

Lista de Tablas

Tabla 1 Descriptivos de la dimensión Capacitaciones	40
Tabla 2 Categorías de la dimensión Capacitaciones.....	40
Tabla 3 Descriptivos de la dimensión Asistencia Técnica	41
Tabla 4 Categorías de la dimensión Asistencias Técnicas	42
Tabla 5 Descriptivos de la dimensión Orientaciones	42
Tabla 6 Categorías de la dimensión Orientaciones.....	43
Tabla 7 Descriptivos de la variable Gestión de Capacitación	44
Tabla 8 Categorías de la variable Gestión de Capacitación	45
Tabla 9 Descriptivos de la dimensión Normas	45
Tabla 10 Categorías de la dimensión Normas	46
Tabla 11 Descriptivos de la dimensión Costumbres	47
Tabla 12 Categorías de la dimensión Costumbres.....	48
Tabla 13 Descriptivos de la dimensión Creencias.....	48
Tabla 14 Categorías de la dimensión Creencias	49
Tabla 15 Descriptivos de la variable Cultura Exportadora.....	49
Tabla 16 Categorías de la variable Cultura Exportadora.....	50
Tabla 17 Prueba de Normalidad HE 1	52
Tabla 18 Resumen del modelo de la primera HE	52
Tabla 19 Anova de la primera HE	53
Tabla 20 Coeficientes del modelo de la primera HE.....	53
Tabla 21 Prueba de Normalidad HE 2.....	55
Tabla 22 Resumen del modelo de la segunda HE	55
Tabla 23 Anova de la segunda HE	56

Tabla 24 Coeficientes del modelo de la segunda HE	56
Tabla 25 Prueba de Normalidad HE 3	58
Tabla 26 Resumen del modelo de la tercera HE.....	58
Tabla 27 Anova de la tercera HE.....	59
Tabla 28 Coeficientes del modelo de la tercera HE	59
Tabla 29 Prueba de Normalidad HG	61
Tabla 30 Resumen del modelo de la HG	61
Tabla 31 Anova de la HG	62
Tabla 32 Coeficientes del modelo de la HG.....	62

RESUMEN

La presente investigación titulada “La Influencia de la Gestión de Capacitación de PROMPERU en la Cultura Exportadora de las empresas del sector agroindustrial de Tacna registradas en su cartera en el periodo 2020”, tiene como objetivo principal determinar la influencia de la gestión de capacitación de PROMPERU en la cultura exportadora de las empresas del sector agroindustrial de Tacna registradas en su cartera de PROMPERU en el periodo 2020. La población estuvo conformada por 60 empresas del sector agroindustrial registradas en la cartera de PROMPERU Tacna. La investigación es de tipo pura, nivel explicativo. La técnica utilizada para recoger la información es censal.

Se utilizó el modelo de regresión lineal para verificar las hipótesis específicas y la hipótesis general previa verificación del supuesto de normalidad, utilizando para ello un nivel de confianza del 95%. La conclusión verificada más relevante que según indica la hipótesis general es que la gestión de capacitación de PROMPERU tiene influencia en la cultura exportadora de empresas del sector agroindustrial de Tacna registradas en su cartera.

Palabras clave: Cultura exportadora, capacitación, MYPES, Exportación, PENX.

ABSTRACT

The present investigation entitled "The Influence of PROMPERU's Training Management on the Export Culture of the companies in the agro-industrial sector of Tacna registered in its portfolio in the 2020 period", has as its main objective to determine the influence of PROMPERU's training management in the export culture of the companies in the agro-industrial sector of Tacna registered in its PROMPERU portfolio in the 2020 period. The population consisted of 60 companies in the agro-industrial sector registered in the PROMPERU Tacna portfolio. The research is of a pure type, explanatory level. The technique used to collect the information is census.

The linear regression model was used to verify the specific hypotheses and the general hypothesis after verifying the assumption of normality, using a confidence level of 95%. The most relevant verified conclusion that, according to the general hypothesis, is that PROMPERU's training management has an influence on the export culture of companies in the agro-industrial sector of Tacna registered in its portfolio.

Keywords: Export culture, training, MYPES, Export, PENX.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como título “La Influencia de la Gestión de Capacitación de PROMPERU en la Cultura Exportadora de las empresas del sector agroindustrial de Tacna registradas en su cartera en el periodo 2020”, el problema principal analizado en la investigación responde a la siguiente pregunta de investigación ¿Cómo es la influencia de la gestión de capacitación de PROMPERU en la cultura exportadora de las empresas del sector agroindustrial de Tacna registradas en su cartera en el periodo 2020? Así mismo, el objetivo principal es determinar la influencia de la gestión de capacitación de PROMPERU en la cultura exportadora de las empresas del sector agroindustrial de Tacna registradas en su cartera en el periodo 2020, en lo personal debo precisar que como objetivo personal que se espera alcanzar el acceder al título profesional de Licenciada en Administración de Negocios Internacionales.

Con relación a la hipótesis se señala que la gestión de capacitación de PROMPERU tiene influencia en la cultura exportadora de las empresas del sector agroindustrial de Tacna registradas en su cartera en el periodo 2020.

La presente investigación está estructurada en cinco capítulos: Identificación y determinación del problema, Marco Teórico, Hipótesis y variables, Metodología de la investigación, Discusión de Resultados, terminando con las Conclusiones y Recomendaciones, seguido de las fuentes bibliográficas las mismas que sustentan el desarrollo de esta investigación; así como los apéndices respectivos. Capítulo I: Planteamiento del Problema, en este punto abarca la metodología empleada para el desarrollo de la tesis; incluyendo la descripción de la realidad problemática,

delimitaciones, problemas, objetivos, justificación e importancia del trabajo, limitaciones; terminando con la viabilidad del estudio. Capítulo II: Marco Teórico, abarca desde los antecedentes internacionales y nacionales y regionales y bases teóricas con sus respectivas conceptualizaciones relacionadas con la cultura exportadora y la gestión de capacitación en el comercio exterior, Capítulo III: Metodología de la investigación, comprende desde el tipo, nivel, método, diseño; así como la técnica de procesamiento de datos. Capítulo IV: Resultados y Discusión, se trabajó primero con un tratamiento estadístico descriptivo y segundo con un tratamiento estadístico inferencial para evaluar las hipótesis planteadas. Capítulo V: Comprobación de hipótesis, para lo cual se utilizó el modelo de regresión lineal con la finalidad de verificar las hipótesis de la investigación, así mismo, se ha utilizado la escala intervalo dada la naturaleza de las variables estudiadas, las conclusiones se realizaron de acuerdo a la formulación de las hipótesis y en cuanto a las recomendaciones se puede apreciar que son viables y prácticas.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. IDENTIFICACIÓN Y DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, a través de su brazo articulador Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el Turismo – PROMPERU, lanzó la iniciativa de crear plataformas de información y servicios en comercio exterior en aquellos puntos con una alta concentración de empresas con potencial exportador, con la finalidad de desarrollar una oferta de servicios en comercio exterior para las micro, pequeñas y medianas empresas y facilitar su articulación con el mercado internacional, aprovechando las ventajas que ofrecen los diferentes Acuerdos Comerciales suscritos por el Perú, las Oficinas Comerciales de Exportación Regional de PROMPERU son centros de información y servicios en comercio exterior dirigidos a la atención de micros, pequeñas y medianas empresas, cuyo objetivo central es desarrollar una oferta de servicios de información en comercio exterior y articular los programas de orientación, capacitación y asistencia técnica para la micro, pequeña y mediana empresa en zonas estratégicas de producción con miras al mercado internacional.

Las empresas agroexportadoras han recibido apoyo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR y de la Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el Turismo

Pero antes de la llegada de la Oficina Comercial de Exportación Regional de Tacna – OCER Tacna en el 2014 la cual pertenecía al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, las empresas aún no contaban con una asesoría de una entidad reguladora de Comercio Exterior en la Región, así mismo la orientación en

cuanto a la exigencia de los estándares de calidad que debe tener una empresa exportadora, la empresa no los recibía.

Consideramos que la causa de este problema es la ausencia que hubo antes del 2014, cuando aún no existía una entidad formal y reguladora de Comercio Exterior.

En el año 2020 el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo traspasa la oficina a la Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el Turismo – PROMPERU, con la intención de que el sector exportador tenga acceso a mayores programas en beneficio a este.

De mantenerse la falta de asesoría, la empresa corre el riesgo de no poder desarrollarse y limitándose a exportar a mercados poco exigentes en cuanto a calidad.

En consecuencia, se impone seguir capacitando a la empresa mediante asistencias técnicas y asesorías personalizadas, lo cual permitirá que la empresa salga a nuevos mercados más exigentes.

Se ha observado en la realidad que a mayor gestión de capacitación de la entidad especializada (PROMPERU) por medio de capacitaciones y asistencias técnicas a las 60 empresas registradas en su cartera, las cuales fueron censadas para realizar el estudio; existe una mayor cultura exportadora, lo que daría como consecuencia que las empresas puedan acceder a mercados más exigentes, mejorar la calidad de su proceso productivo, desarrollar una transformación digital y tener eficiencia en la cadena logística exportadora.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo es la influencia de la gestión de capacitación de PROMPERU en la cultura exportadora de las empresas del sector agroindustrial de Tacna registradas en su cartera en el periodo 2020?

1.2.2. Problemas específicos

¿Cómo es la influencia de las orientaciones de PROMPERU en la cultura exportadora de las empresas del sector agroindustrial de Tacna registradas en su cartera en el periodo 2020?

¿Cómo es la influencia de las asistencias técnicas de PROMPERU en la gestión de la capacitación de las empresas del sector agroindustrial registradas en su cartera en el periodo 2020?

¿Cómo es la influencia de la actividad de capacitaciones realizada por PROMPERU en las empresas exportadoras del sector agroindustrial de Tacna registradas en su cartera en el periodo 2020?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar la influencia de la gestión de capacitación de PROMPERU en la cultura exportadora de las empresas del sector agroindustrial de Tacna registradas en su cartera en el periodo 2020

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar la influencia de las orientaciones de PROMPERU para las

empresas del sector agroindustrial de Tacna registradas en su cartera en el periodo 2020.

- Determinar la influencia de las asistencias técnicas de PROMPERU en la gestión de capacitación para las empresas del sector agroindustrial registradas en su cartera en el periodo 2020.
- Determinar que la actividad de capacitaciones realizada por PROMPERU tiene influencia en La cultura exportadora del sector agroindustrial de Tacna registradas en su cartera en el Período 2020.

1.4. Justificación e importancia de la investigación

1.4.1. Justificación teórica

La investigación se justifica en la medida que permitirá conocer si la gestión de capacitación de PROMPERU para desarrollar la cultura exportadora ha contribuido con el crecimiento de las empresas del sector agroindustrial registradas en su cartera de la Región de Tacna en el período 2020 con la finalidad de dar a conocer este hecho a fin de que se continúe con estas actividades que benefician a la economía de la región y del país.

1.4.2. Justificación metódica

Mediante el desarrollo de la investigación se tendrá acceso al método que permite tener acceso al resultado de la gestión realizada por PROMPERU a efecto de conocer el impacto que ha tenido en la actividad de las empresas del sector agroindustrial de la región Tacna.

1.4.3. Importancia

La investigación constituirá un aporte para comprobar la importancia que tienen las entidades estatales a fin de medir el impacto de su gestión en las entidades del sector privado, determinando de esta manera un procedimiento para evaluar su gestión.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio

2.1.1. Antecedentes Internacionales

En la investigación de Ayala (2006) “Diagnóstico Institucional dirección de promoción de las exportaciones PROCHILE”, habiendo planteado su hipótesis de investigación, llegó a la siguiente conclusión, que es un aspecto destacado en la investigación el profesionalismo y especialización del plantel de funcionarios de PROCHILE debido a que representa una valiosa fortaleza, porque brindan un adecuado asesoramiento y apoyo del sector exportador en temas referentes al comercio exterior.

Con esta investigación logró demostrar que al igual que los funcionarios de PROMPERU (en Perú), los especialistas a cargo de las oficinas de PROCHILE (en Chile), brindan el asesoramiento y talleres de capacitación a los exportadores, en varios puntos de Chile, con el objetivo de proporcionar una mejor orientación sobre el proceso exportador, Además es importante mencionar que depende mucho del compromiso de la empresa en asistir a las capacitaciones especializadas brindadas por la entidad.

El comercio exterior hoy en día se ha convertido en una de las principales vías de desarrollo para los países, lo que conlleva a que unidades empresariales jueguen un rol importante en la economía de cada nación, es por ello que la relación que debe tener una empresa exportadora con una entidad especializadas en materia de comercio exterior, ya sea pública o privada es necesaria e

importante, debido que ésta contribuirá con el desarrollo de la cultura exportadora de la empresa.

El rol del sector público en el sector exportador del vecino país de Chile o de Perú, es generar un entorno favorable para el desarrollo competitivo de los negocios garantizando que las condiciones en las que operen las empresas sean las más adecuadas para el desarrollo de su competitividad y que contribuyan a la internacionalización de las empresas y al fortalecimiento de la posición exportadora peruana en el mercado global.

En la investigación “Plan de Internacionalización de la empresa. Fábrica de Velas Herminio Delgado Cia., a través de la Ruta PROECUADOR para el Exportador” (Cobo y Delgado, 2018), los autores llegaron a la conclusión que en la “Formación y Asistencia Técnica” se ofrecen capacitaciones especializadas acerca del diseño de productos, tienda virtual, coaching exportador y diseño de empaques, herramientas fundamentales para la consolidación de un exportador, incrementando de esta forma la aceptación de productos ecuatorianos y promoviendo la cultura exportadora..

Con esta investigación se logró demostrar que al igual que en PROMPERU (en Perú), las asistencias técnicas brindadas por PROECUADOR (en Ecuador), buscan como factor de importancia que se amplíe los conocimientos de las unidades empresariales, con la intención que las empresas generen mayor promoción comercial con los productos que comercializan, PROECUADOR realiza programas de asistencias técnicas especializadas cada año en conjunto con otras entidades involucradas en la cadena exportadora públicos y privados, el

objetivo siempre será promover las exportaciones de Ecuador y desarrollar una cultura exportadora en cada empresa de Ecuador.

Al igual que el vecino país de Ecuador, Perú en los últimos años ha promovido de forma agresiva una apertura comercial con el fin de insertar de manera exitosa al Perú en la economía global.

La inserción no solo depende de lograr acceso a nuevos mercados, sino también de cómo el sector exportador aprovecha dicho acceso. Asimismo, aspectos tales como innovación, movilidad de factores, transferencia de conocimientos y un adecuado clima de negocios son fundamentales para asegurar una mayor diversificación del comercio exterior. (PENX 2020).

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Posteriormente, (Urteaga & Jaeger, 2017) presentaron la investigación: “Fomento de cultura exportadora en los productores de mango de Motupe Lambayeque para la exportación de pulpa de mango al sector de los helados artesanales al mercado español, 2017” habiendo planteado la hipótesis “Las estrategias de una cultura exportadora para fortalecer las condiciones de los productores de Mango en Lambayeque- Motupe que permitirán la exportación de Pulpa de Mango al sector de los helados Artesanales al mercado Español , 2017 son:

Una oferta exportable de calidad, una adecuada gestión del capital humano capacitado e identificar nuevos mercados. Utilizó como estadístico para contrastar su hipótesis la estadística no experimental de tipo descriptivo, llegando a la siguiente conclusión “Considerando las características de cultura exportadora, se

muestra que es posible fortalecer las condiciones actuales de gestión de los productores de mango de Motupe – Lambayeque, con el compromiso y el trabajo en equipo de todos los productores para mejorar la rentabilidad de sus productos”

Con esta investigación se logró demostrar que analizando la cultura exportadora en el Perú hemos podido notar la falta de formalidad de la economía lo que representa un desafío importante para lograr la captura de economías de escala necesarias para consolidar mayores exportaciones, y aumentos sostenidos de productividad en general.

El Perú no solo tiene un gran potencial como país agroexportador sino además que es uno de los países que tendrá el rol más importante en los próximos 35 años, en alimentar al mundo. Es por ello la importancia de fortalecer y/o generar cadenas productivas sostenibles.

Después de ello, Andrade (2018) presentó la investigación “Importancia de Las estrategias de promoción de PROMPERU que promueven a las MYPES exportadoras en el distrito de puente piedra en el 2016 y 2017” para optar el título profesional de Licenciado en Administración y Negocios en la Universidad Privada del Norte, habiendo planteado la hipótesis “Las estrategias de promoción que brinda PROMPERU en el periodo 2016 y 2017 fueron importantes debido a que ayudó a las PYMES a adquirir nuevos y actualizados conocimiento en el comercio exterior, incrementar su cartera de clientes y así mismo ganar experiencia de como entablar un negocio exitoso” utilizó como estadístico para contrastar su hipótesis la estadística descriptiva no experimental, llegando a la siguiente conclusión “ Las capacitaciones a las PYMES exportadoras son importantes ya que los temas que brindamos cubren un aspecto técnico, es decir

certificaciones de comercio justo, buenas prácticas de manufactura que son herramientas de acceso mercado, es decir si la PYME no tiene las certificaciones que te exigen los gobiernos y certificaciones exigidas por los compradores que son trasladadas a los clientes no va a poder vender su producto. Porque la capacitación que se brinda es específica y especializada.

Con esta investigación logró demostrar la gran responsabilidad que tiene “La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERU” en la elaboración de estrategias para la promoción de la imagen del Perú para las exportaciones, proponer e implementar estudios de mercados con respecto al comercio exterior, promover la capacitación continua para los exportadores y posibles exportadores en las mejoras de la cadena logística de exportación y así mismo observando el crecimiento de las PYMES exportadoras en el Distrito de Puente Piedra y de algunas PYMES con interés en exportar, pero poco conocimiento en temas de comercio exterior y de las estrategias de promoción a la exportación que brinda PROMPERU para desarrollo de los productos y/o servicios de las PYMES en el mercado internacional.

Esta investigación resalta la importancia de la imagen del Perú al mundo, la marca Perú, impulsada por PROMERU, es una herramienta que busca promover el turismo y las exportaciones para atraer inversiones, transmite con eficacia la propuesta de valor de nuestro país y las campañas de comunicación de Marca Perú han cosechado importantes logros nacionales e internacionales.

Hoy en día los países compiten por mejorar su imagen internacional, en base a lo que dicen y hacen construir y tener una marca país impulsa los diferentes sectores comerciales, es una ventaja importante frente a los demás países. La

calidad de los bienes peruanos genera una gran demanda en los mercados internacionales, depende de la generación de capacidades de cada empresa utilizar correctamente las herramientas brindadas por el estado en beneficio del sector.

2.1.3. Antecedentes Regionales

De acuerdo a (Paucar, 2018) presentó la investigación “Incidencia de la Cultura Exportadora en el modelo de negocio de los centros comerciales de Tacna, 2017 “para optar el título profesional de Ingeniero Comercial en la Universidad Privada de Tacna, habiendo planteado la hipótesis “La cultura exportadora tiene influencia significativa en el desarrollo del modelo de negocio en los microempresarios de los principales centros comerciales de Tacna“ utilizó como estadístico para contrastar su hipótesis la correlación llegando a la siguiente conclusión “En los centros comerciales de Tacna, se comprueba que existe incidencia de la cultura exportadora sobre los modelos de negocios que desarrollan los microempresarios. Con esta investigación logro determinar que la cultura exportadora es fundamental en las MYPES, ya que le permite dar un paso amplio hacia la exportación en la economía global.”

La cultura exportadora no solamente se enfoca en la exportación como un negocio, sino busca desarrollar las capacidades, forma de vida, costumbres, conocimientos y prácticas empresariales para lograr una actitud y comportamiento favorables a la competitividad.

Generar conciencia al empresario de que la exportación sea un factor clave en el crecimiento de la empresa y del desarrollo inclusivo del país.

Esta investigación se relaciona con el hecho que se desarrollará, en busca de fomentar una conciencia regional a favor del comercio exterior; la creación de capacidades y mejora de características de nuevos exportadores, generando conciencia sobre la calidad, sostenibilidad y la capacidad de las PYMES exportadoras o con potencial exportador.

En otra investigación (Ramos, 2015), la autora utilizó como estadístico para contrastar su hipótesis la estadística descriptiva, llegando a la siguiente conclusión “Se ha demostrado que, a través de la implementación del complejo se elevará la calidad de los servicios en materia de comercio exterior y turismo, estableciendo de manera real una mejor organización espacial y funcional.

Con esta investigación logró demostrar que el desarrollo de las actividades en materia de comercio exterior y turismo en la ciudad de Tacna, viene surgiendo de manera considerable, pero al igual que en otras regiones del país atraviesa por problemas comunes como; la mala gestión, la falta de una infraestructura adecuada para el desarrollo de sus actividades festivas y complementarias, falta de capacitación al personal de la institución así como a las entidades involucradas, escasa implementación con las nuevas tecnologías para optimizar las funciones y falta de promoción de las actividades referidas al rubro.

Esta investigación se relaciona en la importancia de la capacitación del sector exportador en cada región del país, es importante contar con las herramientas teóricas y prácticas esenciales para el desarrollo de sus capacidades, así mismo en esta investigación se menciona la relación entre el sector público y privado, como alianza estratégica fundamental para el desarrollo de este.

Es fundamental que las empresas exportadoras y con potencial exportador se capacitan con las entidades reguladoras del estado en materia de comercio exterior, aprovechando la existencia de oficinas comerciales de PROMPERU de cada región del país.

2.2. Bases Teórico – Científicas

2.2.1. Gestión de Capacitación

2.2.1.1. Las capacitaciones como medio para difundir las estrategias de exportaciones

Para entender el concepto de capacitación para las exportaciones, es necesario primero describir por separado lo que significa capacitación y exportación.

2.2.1.1.1. Dimensión Capacitación: “elemento cultural de la organización”, el cual forma parte de un proceso y sistematización el cual es considerado un apoyo importante con el objetivo de favorecer al entorno (Gómez & Alemán de la Garza, 2012, p.5).

2.2.1.1.2. Dimensión Orientación: En una empresa proporciona la difusión de conocimientos para mejorar y fortalecer las capacidades de ésta, las orientaciones brindadas por la institución PROMPERU pone a disponibilidad los alcances que conlleva una orientación personalizada a la empresa, ofreciendo información especializada por parte de funcionarios o consultores externos expertos en temas relacionados en materia de comercio exterior obtenida por herramientas y fuentes oficiales. “La Comisión de

Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Promperú) estableció canales de orientación para los exportadores del país, con el fin de absolver sus dudas y consultas durante la emergencia sanitaria originada por el coronavirus” (El Peruano, 2020)

2.2.1.1.3. Dimensión Asistencia Técnica: Son importantes para realizar un análisis organizacional en la empresa, pueden ser financiadas por el estado o por el sector privado, el objetivo de recibir una asistencia técnica es que la empresa se asista de manera personalizada con la intención de recibir conocimientos técnicos en la gestión empresarial para poder disminuir pérdidas y generar una rentabilidad positiva en la empresa, hoy en día existe apoyo por parte de diversas entidades que pueden ofrecer este tipo de servicios como por ejemplo PROMPERU que asiste a las MYPES con la intención de que éstas puedan diversificar mercados y el valor del negocio internacional por medio de herramientas que se adapten al producto de manera ágil y de calidad. La participación de los usuarios en la gestión de la asistencia técnica ha avanzado notablemente sobre todo en el caso de los productores pequeños que son los que han tenido mayores dificultades en este aspecto. (Caracciolo de Basco, 1997, p.48)

2.2.1.2. Exportación: es una aportación valiosa y de gran apreciación para el crecimiento y fortalecimiento económico de un país, la cual resulta un componente indispensable en la economía. (La Fuente , 2010, p.30).

2.2.1.3. El Contexto Exportador

Para el desarrollo de una empresa exportadora es fundamental que ésta se asesore con entidades públicas o privadas, cuando una empresa está debidamente capacitada se reduce el porcentaje de cometer errores en la logística de una exportación, el personal administrativo de la empresa debe conocer aspectos básicos en gestión documentaria, beneficios arancelarios, tendencias de mercado, tratados de libre comercio, estudio de mercado, entre otros.

La agenda de interés para el comercio exterior en los últimos años ha mostrado que debido a el beneficio de una política pro-exportadora, ha mostrado una tendencia extremadamente positiva, esto entre otras razones, debido a una tendencia que los diferentes países, incluido el nuestro, mostrando una clara tendencia a optar por los tratados de libre comercio (TLC), en los que han basado parte de su desarrollo y crecimiento económico, especializándose en aquellos productos en los que muestran fortalezas y por lo tanto ventajas comparativas haciendo que de esa manera ofrezcan productos en los que tengan fortalezas y a su vez demanden bienes producidos por otros países que debido a sus fortalezas permitan obtener bienes a precios más competitivos, reportando de esa manera ventajas para ambos países beneficiándose ambos lo que reporta al final balanzas comerciales más beneficiosas para ambos, de esta manera se está logrando superar una política comercial limitada principalmente por la política arancelaria y a las negociaciones comerciales como herramienta de integración al mundo. Otro hecho de importancia en esta tendencia positiva ha sido creación del MINCETUR con lo cual el Estado amplió de manera explícita e institucional el desarrollo del

comercio que anteriormente se limitaba a una visión sobre la cobertura de las políticas comerciales (Guevara & Novak , 2010, p. 53).

2.2.1.4. Sobrevivencia de Empresas Exportadoras

Habiendo indicado la importancia de la capacitación sobre las exportaciones, para que una exportación se realice satisfactoriamente la empresa debe tener solidez, lo que implica el desarrollo en el aspecto económico y en el conocimiento en materia de comercio exterior.

La importancia de recuperar la economía y la reactivación de las unidades empresariales es parte fundamental para el desarrollo del país, además es necesario que el Gobierno Central y Gobiernos locales tomen acciones en promoción comercial y facilitación para el beneficio de las MYPES. Las empresas peruanas son un reflejo de competitividad de cada región del Perú, y su desempeño depende tanto de las características productivas en cada región como de la infraestructura de servicios públicos y logística (COMEX Perú, 2020, p. 52).

Cuando la empresa exportadora inicia el proceso de capacitación brindada por alguna entidad pública o privada, da el paso al desarrollo de una cultura exportadora, lo cual genera que la empresa sea atractiva para ser beneficiada por entidades del estado, siendo considerada para actividades de promoción comercial como ferias o ruedas de negocios. Las actividades de promoción comercial contribuyen a la recuperación de la economía en la empresa.

a. Planificación

Es imprescindible que las empresas que tenga intención de atender la demanda internacional planifiquen el proceso productivo y logístico para que la exportación sea exitosa, es necesario primero describir lo que significa planificación.

La planificación como el primer paso que se debe realizar en el proceso administrativo, “La planificación consiste en definir las estrategias que ayuden a alcanzar los objetivos previamente establecidos” (Quiroga, 2021).

El planeamiento estratégico representa una herramienta de gestión, la cual resulta una organización clara a mediano y largo plazo, planificación significa pensar en el futuro de tal modo que se pueda actuar de inmediato para lograr ese futuro, esto quiere decir que, si se planifica con anticipación y óptimamente, los ajustes que se pueden dar durante el camino se pueden realizar sin comprometer a la meta. El objetivo de la guía de planeamiento es generar herramientas para un correcto diagnóstico empresarial, la fijación de objetivos y el desarrollo de estrategias e indicadores de medición para la gestión de la empresa exportadora. Por ello es fundamental contar con funcionarios capacitados al igual que empresarios capacitados, capaces de proyectar estrategias que brinden oportunidades generando valor a las empresas (MINCETUR, 2013, p.5).

b. Organización

Definamos organización como uno de los aspectos claves para que la empresa funcione correctamente.

Organización en la empresa: Se centra en la estructura y los modos de actuación para conseguir que la empresa logre los objetivos empresariales que se plantea (Caurin , 2018).

El primer paso se debería definir la forma de organización dentro de la empresa con la intención de que sus miembros y componentes practiquen el correcto funcionamiento de esta, respetando el orden, responsabilidad y jerarquía.

La gestión de capacitación a una empresa organizada jerárquicamente, es clave para poder potenciar todos los procesos productivos y logísticos que conllevan, la entidad pública o privada que brindará el servicio de capacitación podrá ofrecer una asistencia especializada según la responsabilidad que el colaborador desempeñe dentro de la empresa.

c. Dirección

La dirección dentro de una empresa organizada tiene como objetivo que los recursos de la empresa sean administrados correctamente, además de aprovechar las capacidades y fortalezas de estas.

“La dirección de una empresa pretende insertar la vida de la empresa en su medio externo, de tal forma que sea capaz de responder con eficacia tanto a las oportunidades y situaciones favorables que el mismo plantea como a aquellos otros retos y amenazas que también pudieran aparecer” (Guerras & Navas , 2015, p.23).

La gestión de capacitación brindada por una entidad pública o privada al directorio de una empresa, se desarrolla con la intención de que el gerente o administrador de la empresa potencien sus capacidades en diferentes puntos para

que se pueda desarrollar una cultura exportadora, como resultado las empresas podrían lograr la diversificación de mercados.

d. Coordinación

El proceso de coordinación se realiza por la integración empresarial, en donde los recursos internos y externos de la empresa trabajan en sinergia para obtener un resultado.

“La coordinación de las distintas actividades productivas de la empresa se da sobre la base de la división del trabajo (García , 2013, p.3.).

Una empresa que coordina o articula con distintas entidades para el desarrollo de sí misma o el desarrollo del sector empresarial, logra aparecer en el radar de estas entidades, lo que conlleva a que pueda ser beneficiada a capacitaciones, programas y eventos.

e. Control

La actitud asumida por la alta dirección y gerencia de la empresa se refleja en el carácter de los empleados y por ende en las actividades del control interno de la empresa.

“El entorno del control determina las pautas de comportamiento en la organización e influye en el nivel de concienciación del personal respecto al control” (De Jaime Eslava , 2013, p. 20).

El control de la capacitación es tan fundamental como la gestión dentro de la empresa. La capacitación sobre control del proceso productivo y logístico

permite medir los avances de la empresa y también sirve para introducir las correcciones que sean requeridas.

2.2.1.5. Análisis Financiero de las empresas

El análisis económico- financiero de los fondos de una empresa se desarrolla de una manera factible cuando se conocen los flujos reales y monetarios.

“La función financiera se presenta como el conjunto de acciones y actividades relativas a los centros de decisión” (Cibrán, Prado, Crespo, & Huarte, 2013, p. 10).

La gestión y análisis financiero dentro de la empresa se realiza con la intención de analizar, evaluar y controlar las actividades que se generan dentro de la unidad empresarial.

a) La función Financiera en las empresas

La estabilidad financiera de la empresa consiste en actualizar la información regularmente y poder gestionar la inversión correctamente observando la rentabilidad y riesgo.

“Todas las decisiones adoptadas en la empresa, en cualquiera de sus áreas o niveles de responsabilidad, se manifiestan con mayor o menor intensidad en términos monetarios y repercute antes o después de la situación financiera” (Pérez-Carballo, 2015, p.26).

Es importante que el comportamiento de las finanzas esté presente en las decisiones tomadas desde la producción hasta la exportación de un producto, por ello se debe considerar evaluar las inversiones, financiar actividades que contribuyan con el crecimiento de la empresa, gestionar los riesgos, asegurar la liquidez en la empresa.

b) Ratios Financieros en las empresas

Los ratios y reportes financieros permiten monitorear la situación comercial, económica y financiera de la empresa para obtener un análisis global sobre su estado, la rentabilidad económica de una empresa se expresa mediante la aplicación de ratios, los cuales son expresados por porcentajes.

El apalancamiento financiero: de cómo un aumento del endeudamiento puede mejorar la rentabilidad financiera de una empresa (Ginorella , 2005, p. 74).

Para llevar el orden contable y financiero nos podemos apoyar en reportes y ratios financieros.

c) Herramientas Inteligencia Digitales en las empresas

El estudio de inteligencia de mercado es el primer paso que las empresas exportadoras o con potencial exportador deben realizar antes de incursionar en un negocio. El uso de estas sirve para identificar oportunidades para aventajar a la competencia, reduce riesgos en el comportamiento del mercado internacional, brinda información relevante de clientes potenciales, facilita el planeamiento y ejecución, además permite hacer proyecciones de mercado.

“La inteligencia de los negocios y su aplicabilidad en los mismos sirven de soporte especial, a la organización para los procesos y operaciones, e indudablemente para la toma de decisiones” (Muñoz-Hernández, Osorio-Mass, & Zúñiga-Pérez, 2016, p.196).

La situación de las PYMES respecto al comercio electrónico describe una metodología que varía en función al avance en sus procesos de digitalización y de plataformas.

“Las poderosas plataformas se apoyan en economías de escala en red y en recomendaciones en tiempo real, basadas en algoritmos para re orquestar la arquitectura de relaciones entre productores, proveedores y consumidores, a fin de asegurarse un control de punta a punta” (Rivoir & Morales, 2019, p. 262).

2.2.1.6. Evaluación del crecimiento de las empresas (MYPES) agroindustriales.

PROMPERU con la intención de fortalecer a las empresas exportadoras y con potencial exportador de la región Tacna, desarrolla programas, capacitaciones y asistencias técnicas en el marco de la ruta exportadora para el beneficio del sector.

Según la plataforma virtual utilizada por PROMPERU, la cual tiene como objetivo facilitar la búsqueda de información de las actividades realizadas por las empresas exportadoras del Perú, en el año 2020 en la región Tacna se realizaron un total de 9 actividades en beneficio del sector exportador las cuales fueron: Transformación Digital para la PYME exportadora, TDEX con un total de 13 empresas beneficiadas, Programa de Capacitación y Seguimiento para el

desarrollo de La Política y Plan de Sostenibilidad con un total de 6 empresas beneficiadas, Curso Oficial PSA Modalidad Virtual: Norma sobre la inocuidad de productos agrícolas frescos (Tacna - Moquegua 2020), con un total de 30 empresas beneficiadas, Capacitación para la Gestión Documentaria de Exportación con un total de 8 empresas beneficiadas, Exportador Autorizado con un total de 11 empresas beneficiadas, Clínica empresarial con un total de 34 empresas beneficiadas, Catálogo de la Oferta Exportable con un total de 5 empresas beneficiadas, Servicio Branding Corporativo con un total de 13 empresas beneficiadas y el Jueves del exportador 2020 con un total de 2366 empresas beneficiadas, demostrando el interés de la oficina PROMPERU Tacna en realizar actividades para el desarrollo de la cultura exportadora de las empresas exportadoras capacitadas.

2.2.2. Cultura Exportadora

2.2.2.1. Desarrollo de una cultura exportadora.

El Ministerio de la Producción en sinergia del Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (SEBRAE) regulan el memorando de entendimiento por el cual ambas partes dictaminan en cooperar respecto a acciones y estudios en común, así como la realización de asistencias técnicas especializadas referente a tales temas, en la primera cláusula primera se señala como objetivo el desarrollo de proyectos de investigación, estudio, asistencias técnicas y capacitación para el beneficio de las PYMES, con fines de promocionar el desarrollo y competitividad de estas resaltando la cultura productiva y un óptimo uso de tecnología para el proceso productivo entre otros propósito (Novak & Namihas, 2012, p.169).

2.2.2.2. Dimensión Costumbres

El desarrollo de una cultura exportadora depende de las costumbres adquiridas por los miembros que conforman la empresa, es por ello considero que deberían someterse a las reglas que existan en el exterior, es importante mencionar que las costumbres en el ámbito laboral existen de manera repetitiva y continua, es por ello que los colaboradores suponen que las acciones ejecutadas son consideradas un deber, entonces para el contratante es complicado eliminar éste razonar. es por ello que sería idóneo que las empresas puedan reflejar las costumbres en el ámbito laboral bajo las reglas que conlleva el sector. La costumbre es considerada como una de las fuentes del Derecho, la cual consiste en la repetición constante de actos por una comunidad, que con el transcurso del tiempo se vuelven de carácter obligatorio (Valenzuela, 2017).

2.2.2.3. Dimensión Normas

Las normas son parte importante de una cultura es por ello, considero que aterrizando al contexto exportador, las normas seguidas por el personal de la empresa son impuestas por la cabeza de la organización, con la intención de poder evaluar el desempeño de cada colaborador y éste pueda mejorar en caso sea necesario, además con el correcto cumplimiento de las normas se pueden identificar las necesidades que la empresa pueda requerir, desarrollar una trazabilidad para un orden adecuado, con el objetivo que el producto o servicio que se desarrolle en la empresa satisfaga las necesidades del cliente. La norma es una herramienta para la evaluación del desempeño de una persona en una función productiva; refleja lo que una persona tiene que hacer y cómo lo debe hacer. (Salcedo, 2002, p.22).

2.2.2.4. Dimensión Creencias

Las creencias dentro de una cultura son parte para el desarrollo de ésta, es por ello que, en el sector empresarial, cuando una empresa conoce y cree el importante aporte que genera para la sociedad, no solo por los productos o servicios que desarrolla, sino por los puestos de trabajo y el impacto positivo que

genera en la economía, adquiere valores y creencias que resultan un desarrollo en su cultura, permitiendo el desarrollo de ésta. Los empleados también forman parte de la cultura y están totalmente relacionados entre ellos, entonces la relación que existe entre la empresa, el empleado y la cultura se vuelve una responsabilidad por parte de todos. Las creencias se mueven en un plano racional y abarcan concepciones de todo tipo, acerca del hombre, del mundo, de la divinidad y del trabajo. Son la expresión de cómo realizar las actividades de la mejor manera. (Hernández & Cendejas, 2006, p.3)

2.2.2.5. Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora.

Es recomendable desarrollar capacitaciones en asesorías para el beneficio del sector exportador con el propósito de fortalecer sus capacidades para un correcto funcionamiento en la inserción del mercado internacional. También indican que es importante concretar el apoyo financiero a las PYMES de alto impacto, implementar las recomendaciones contenidas en el estudio de la OCDE, y llevar a cabo una labor de capacitación y asesoramiento a las mismas, con el propósito de fortalecer a estas unidades económicas (Novak & Namihas, Alianza del Pacífico Situación, Perspectiva y Propuestas para su consolidación, 2015, (p. 150).

La ausencia de la cultura exportadora en América Latina, se debe a que las empresas al inicio se crearon con intenciones de comercializar al mercado nacional y posteriormente al mercado internacional, incluso hay empresas satisfechas con el resultado de las ventas nacionales, y otras empresas que no exportan por falta de conocimiento, estas decisiones demuestran que las cabezas de la empresa carecen de cultura exportadora. Existen muchas empresas que están satisfechas con las ventas nacionales y no les genera interés la exportación,

también existen empresas que no exportan por desconocimiento, por este motivo, el Estado debe fortalecer y capacitar a las empresas con potencial. (Sierralta, 2007, p.220).

Para que las empresas logren la internacionalización se deben considerar los siguientes temas:

a) *Línea de acción Red Nacional de Apoyo al Desarrollo de Comercio Exterior*

Las MYPES son competitivas en el mercado internacional y han demostrado que pueden ingresar a diversos mercados con productos diferenciados atendiendo la demanda internacional, además del gran aporte que generan al PBI del país. Además, explica que los procesos deberían potenciarse para responder a las exigencias del mercado, las PYMES han sabido abrirse paso en un terreno lleno de dificultades, como de las aperturas de los mercados y los TLC. (Gomero, 2015, p.30).

b) *Línea de acción Generación de competencias en comercio exterior*

La aceituna y el orégano son los principales productos de la oferta exportable Tacneña, la importancia de que las empresas exportadoras de la región Tacna, participen en actividades de promoción comercial. También resalta que Tacna posee el liderazgo de la aceituna y el orégano dando hincapié en la calidad y presentación del producto, estas características lograron que las empresas comercializadoras participen en eventos de promoción comercial como ferias y ruedas de negocios, además es importante mencionar las oportunidades de los productos del mar donde se pueden encontrar las presentaciones en conservas, congelados, curado y fresco (Dueñas , 2019).

El liderazgo en la empresa peruana como una disciplina para generar el crecimiento regulado de por medio de consultas y reuniones con los actores que interviene en la logística empresarial. Además, señala que las empresas y las instituciones deben trabajar en sinergia de manera constante con la intención del crecimiento de las PYMES en beneficio del sector (Caravedo, 2020, p.36).

c) ***Línea de acción Transferencia Tecnológica e Innovación para la Competitividad Internacional***

La necesidad de que el personal de la empresa reciba información respecto a la organización de esta, la capacitación brindada por especialistas es fundamental para el correcto funcionamiento de la unidad empresarial y que ésta se desarrolle en el mercado. para la mayoría de los negocios es necesario tener información sobre mercados, ventas y costos. El administrador de la empresa como usuario, debe aprovechar los cambios para poder proporcionar los cambios de tecnología que existen para procesar la información recibida (Lucas, 1986, p.11).

Finalmente es importante mencionar que el Ministerio de Comercio exterior Turismo en el marco del Plan Estratégico Nacional Exportador – PENX 2025, con el soporte metodológico del Banco Mundial y con el aporte de empresarios, gremios, universidades, así como de autoridades regionales y locales de la región Tacna elaboró el Plan Estratégico Regional Tacna – PERX Tacna en donde el objetivo es llevar a las empresas Tacneñas hacia la internacionalización.

2.2.2.6. Plan Regional Exportador – PERX Tacna

El PERX Tacna tiene como objetivo principal la promoción de soluciones para enfrentar de forma efectiva las brechas de competitividad exportadora regional, además indica que es la recolección de visiones de actores de la región, privados, públicos y de la academia de tal manera concentra en la identificación y priorización de actividades que permitan el desarrollo, consolidación y sostenibilidad de las empresas exportadoras regionales, las cuales resultan ser un aliado central para el logro de objetivos superiores, tales como el crecimiento económico, la generación de empleo, la reducción de la pobreza y el mejoramiento de la equidad. (MINCETUR, 2019, p. 8).

La región de Tacna se sustenta principalmente del sector agroindustrial, donde se siembran diversos cultivos, de los cuales los principales según su oferta exportable son la aceituna y el orégano, explica que Tacna se constituye como el primer productor nacional de orégano y olivo, al igual que el incremento de los cultivos por hectárea con un incremento significativo que señala a la región como potencial para ingresar a una agroindustria más competitiva y sobre todo la exportación ya que el mercado internacional está demandando productos de zonas poco contaminada (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2014, p. 36).

2.3. Definición de términos básicos

2.3.1. Capacitación

Según Alarcón y Guale (2014) en la investigación “Diseño de un programa capacitación sobre el comercio exterior a los estudiantes del 3er año de

bachillerato del colegio fiscal mixto Eloy Ortega Soto”, indican que toda actividad realizada en una organización, comunidad, unidad educativa o cualquier medio social, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de las personas a quienes va dirigido.

En otras palabras, la capacitación busca perfeccionar algo o en otros casos enseñar algo que, desconocido, en función de ciertas necesidades que se hayan encontrado previo un estudio realizado, para lo cual se sigue un proceso estructurado con metas bien definidas.

2.3.2. Comercio Exterior

Según el Glosario de Términos del MINCETUR es Referidas a la ejecución de la Política Comercial del País, son todas las medidas que adoptan las instituciones centrales, en diversos lugares del país para desarrollar aspectos del Comercio Exterior, de impacto y alcance nacional, su carácter dinámico no las circunscribe a una sola jurisdicción territorial en el tiempo; su accionar se basa en criterios de beneficio - costo agregados (nacionales).

2.3.3. Cultura Exportadora

Según, Paucar (2018) en la investigación “Incidencia de la Cultura Exportadora en el modelo de negocio de los centros comerciales de Tacna, 2017” indica que, para lograr una cultura exportadora, se requiere invertir tiempo, esfuerzo, dinero y utilizar de manera eficiente todos los recursos organizacionales

principalmente en las áreas que nos permite ser más competitivos. El comercio internacional es una actividad que requiere estar a la vanguardia y para estar a la vanguardia es necesario capacitar y especializar al personal respecto a adquirir una cultura exportadora y así lograr un constante crecimiento en los negocios internacionales y también un mercado consolidado.

2.3.4. Exportación

Según el Portal de SIICEX de PROMPERU es el régimen aduanero que permite la salida legal de bienes y servicios de origen nacional.

2.3.5. MYPES

Según el Portal de MYPES, indica que es el acrónimo de pequeñas y medianas empresas, esto se traduce en las empresas que cuentan con no más de 250 trabajadores en total y una facturación moderada. Son empresas que no poseen un gran tamaño ni mucho menos una enorme facturación, con un número limitado de trabajadores y que no disponen de los grandes recursos de las empresas de mayor tamaño.

2.3.6. PENX

Según el portal del MINCETUR (2020), indica que formula los lineamientos de acción, programas e instrumentos de soporte para el sector empresarial y el fortalecimiento de las capacidades institucionales, con el objetivo de impulsar la consolidación e internacionalización de la empresa peruana en el exterior en el largo plazo y se basa en cuatro pilares fundamentales:

- a. Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados.
- b. Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible.
- c. Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional.
- d. Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora.

2.3. Sistema de Hipótesis

2.3.1. Hipótesis general

La gestión de capacitación de PROMPERU tiene influencia en la cultura exportadora de las empresas del sector agroindustrial de Tacna registradas en su cartera en el periodo 2020

2.3.2. Hipótesis específicas

- Las orientaciones impartidas por PROMPERU influyen en la cultura exportadora de las empresas del sector agroindustrial registradas en su cartera en el periodo 2020
- Las asistencias técnicas de PROMPERU influyen en la gestión de capacitación para las MYPES agroindustriales registradas en su cartera en Tacna en el periodo 2020.
- Las capacitaciones realizadas por PROMPERU tienen influencia en la cultura exportadora del sector agroindustrial de Tacna registrada en su cartera en su cartera en el periodo 2020

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

La investigación desarrollada es pura, por cuanto se buscó recoger información del censo aplicado.

3.1.1. Nivel de investigación

- Descriptiva: Por cuanto buscó especificar características y rasgos importantes en el fenómeno de las exportaciones durante el período 2020
- Inferencial: Debido a que se trata de evidenciar que existe una influencia de la variable independiente en la variable dependiente.
- Explicativo: Se busca determinar la influencia de la variable gestión de capacitación en la variable cultura exportadora

3.2. Diseño de investigación

De acuerdo a la interferencia del investigador en el estudio es observacional por cuanto en nuestra condición de investigador no podemos controlar las condiciones, limitándonos a describir y medir el fenómeno que se estudió.

De diseño no experimental dado que no existe manipulación de las variables de estudio por parte del investigador; de corte transversal al medir ambas variables una sola vez y en base a ello analizar los datos

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población

Se conformó por 60 empresas del sector agroindustrial que fueron registradas en la cartera de PROMPERU durante el período 2020.

3.3.2. Muestra

Se ha tomado en consideración toda la población (censo) a las 60 empresas del sector agroindustrial que fueron registradas en la cartera de PROMPERU durante el período 2020

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección

3.4.1. Técnica

Se utilizó la técnica de la encuesta para la recopilación de datos de las variables de estudio y su posterior análisis. La utilización de un cuestionario que comprende a las dos variables en estudio, es propicia para un mayor orden en la recopilación, tabulación y posterior presentación de los datos mediante técnicas de estadística descriptiva e inferencial. A las 60 empresas registradas en la cartera de PROMPERU en la región de Tacna.

3.4.2. Instrumentos

Los instrumentos que se utilizaron fueron la aplicación de cuestionarios haciendo uso de medios digitales en consideración del trabajo remoto

3.4.3. Ámbito de la investigación

El ámbito dentro el que se realizó la investigación fue el de las empresas del sector agroindustrial de la región Tacna registradas en la cartera de PROMPERU, por lo que los resultados de esta fueron inferidos a la totalidad tales empresas.

3.5. Técnicas de procesamiento de datos

- Se sistematizó la información obtenida a través de la observación y la recopilación documental, fue almacenada en hojas Excel, con datos se pudo elaborar las tablas de frecuencias con valores absolutos y relativos, así se prepararon las tablas y figuras en los que se visualizó el comportamiento de las variables.
- Se utilizó el software estadístico del SPSS 26, para el procesamiento de los datos, así como para la prueba de validación de la hipótesis.
- De acuerdo a los resultados de parámetros de normalidad o no, se aplicaron las pruebas de inferencia estadística que correspondían.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Trabajo de Campo

El trabajo de campo consistió en coordinar con cada una de las empresas consideradas en la muestra para recabar los datos necesarios a través de la aplicación de un cuestionario con opciones de respuesta tipo escala de Likert.

La aplicación del cuestionario se realizó virtualmente en vista de la situación actual del COVID – 19. Se logró el 100% de respuesta por parte de los representantes de las empresas.

4.2. Confiabilidad de los instrumentos

En la presente investigación se utilizaron cuestionarios validados. Para la variable Gestión de Capacitación se utilizó un instrumento de 27 ítems. Asimismo, para la variable Cultura Exportadora se utilizó un cuestionario de 27 ítems.

Ambos instrumentos se valoran mediante una Escala de Likert de 5 puntos. Además, ambos instrumentos son autoadministrados y están organizados de acuerdo con las dimensiones siguientes:

Gestión de Capacitación presenta las dimensiones:

- Capacitaciones (09 ítems)
- Asistencias Técnicas (09 ítems)
- Orientaciones (09 ítems)

Cultura Exportadora presenta las dimensiones:

- Normas (09 ítems)

- Costumbres (09 ítems)
- Creencias (09 ítems)

4.2.1. Validación del instrumento para medir la Gestión de Capacitación

Se utilizó la prueba Alfa de Cronbach para determinar la confiabilidad del instrumento obteniéndose el siguiente resultado:

Estadísticas de fiabilidad		
	Alfa de Cronbach	N de elementos
Gestión de Capacitación	,969	27
Dimensión Capacitación	,975	9
Dimensión Asistencias Técnicas	,931	9
Dimensión Orientaciones	,922	9

Como el alfa es igual a 0,969, esto significa que el instrumento cuenta con una alta confiabilidad.

4.2.2. Validación del instrumento para medir la Cultura Exportadora

Se utilizó la prueba Alfa de Cronbach para determinar la confiabilidad del instrumento obteniéndose el siguiente resultado:

Estadísticas de fiabilidad		
	Alfa de	
	Cronbach	N de elementos
Cultura	,914	27
Exportadora		
Dimensión	,786	9
Normas		
Dimensión	,821	9
Costumbres		
Dimensión	,837	9
Creencias		

Como el alfa es igual a 0,914, esto significa que el instrumento cuenta con una alta confiabilidad.

4.3. Tratamiento estadístico

4.3.1. Resultados de la variable independiente

4.3.1.1. Análisis por dimensión

Las dimensiones analizadas para la variable “Gestión de Capacitación” son las siguientes:

- Capacitaciones
- Asistencias Técnicas
- Orientaciones

Tabla 1
Descriptivos de la dimensión Capacitaciones

		Estadístico	Error estándar
Capacitaciones	Media	41,9	0,53873
	Mediana	45	
	Varianza	17,414	
	Desviación Estándar	4,17296	
	Mínimo	34	
	Máximo	45	
	Rango	11	
	Rango Int.	8	
	Asimetría	-0,681	0,309
	Curtosis	-1,487	0,608

Nota. Cálculo de estadísticos descriptivos

Según se observa en la Tabla 1, la dimensión Capacitaciones presenta una media de 41,9 lo cual indica que las empresas han desarrollado adecuadamente este aspecto. Asimismo, La mediana es 45, lo cual es mayor a la media, esto significa que la mayoría de los trabajadores tiene un alto cumplimiento. Por otro lado, los datos presentan una asimetría negativa ($a = -0,681$) lo cual significa que los datos se agrupan más a la derecha de la media. De igual manera, la curtosis es positiva ($c = -1,487$) lo cual significa que la distribución es leptocúrtica (gran concentración de datos alrededor de la media).

Tabla 2
Categorías de la dimensión Capacitaciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Adecuada	60	100,0	100,0
Regular	0	0	100,0
Inadecuada	0	0	100,0

Según se observa en la Figura 2, las empresas han manifestado que las capacitaciones realizadas por Promperu les ayudan a fortalecer sus capacidades para aprovechar nuevas oportunidades de negocios.

Tabla 3

Descriptivos de la dimensión Asistencia Técnica

		Estadístico	Error estándar
Asistencia Técnica	Media	43,1167	0,387
	Mediana	44	
	Varianza	8,986	
	Desviación Estándar	2,99769	
	Mínimo	35	
	Máximo	45	
	Rango	10	
	Rango Intercuartil	2	
	Asimetría	-1,878	0,309
	Curtosis	2,105	0,608

Nota. Cálculo de estadísticos descriptivos

Según se observa en la Tabla 3, la dimensión Asistencia Técnica presenta una media de 43,12 lo cual indica que las empresas valoran y aprovechan las asistencias técnicas de Promperú. Asimismo, La mediana es 44, lo cual es similar a la media, esto significa que la mayoría de los trabajadores están satisfechos con las asistencias técnicas. Por otro lado, los datos presentan una asimetría negativa ($a = -1,878$) lo cual significa que los datos se agrupan más a la derecha de la media. De igual manera, la curtosis es positiva ($c = 2,105$) lo cual significa que la distribución es leptocúrtica (gran concentración de datos alrededor de la media).

Tabla 4
Categorías de la dimensión Asistencias Técnicas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Adecuada	60	100,0	100,0
Regular	0	0	100,0
Inadecuada	0	0	100,0

Según se observa en la Figura 4, las empresas han manifestado que las asistencias técnicas realizadas por Promperú son adecuadas en tanto les ayudan a aclarar ciertos aspectos de las exportaciones.

Tabla 5
Descriptivos de la dimensión Orientaciones

	Estadístico	Error estándar
Media	43,15	0,38754
Mediana	45	
Varianza	9,011	
Desviación Estándar	3,00184	
Mínimo	36	
Máximo	45	
Rango	9	
Rango Intercuartil	2	
Asimetría	-1,775	0,309
Curtosis	1,764	0,608

Nota. Cálculo de estadísticos descriptivos

Según se observa en la Tabla 5, la dimensión Orientaciones presenta una media de 43,15 lo cual indica que las empresas están satisfechas con las orientaciones que brinda Promperú. Asimismo, La mediana es 45, lo cual es casi similar a la

media, esto significa que la mayoría de las empresas consideran que las orientaciones de Promperú son vitales para mejorar sus operaciones de exportación especialmente, cuando se trata de realizar trámites engorrosos en las aduanas. Por otro lado, los datos presentan una asimetría negativa ($a = -1,775$) lo cual significa que los datos se agrupan más a la derecha de la media. De igual manera, la curtosis es positiva ($c = 1,764$) lo cual significa que la distribución es leptocúrtica (gran concentración de datos alrededor de la media).

Tabla 6
Categorías de la dimensión Orientaciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Adecuada	60	100,0	100,0
Regular	0	0	100,0
Inadecuada	0	0	100,0

Según se observa en la Figura 6, las empresas han manifestado que las orientaciones realizadas por Promperú son adecuadas ya que les permite dilucidar as dudas respecto a diferentes aspectos de las exportaciones (trámites aduaneros, certificaciones, permisos, seguros internacionales, etc).

4.3.1.2. Análisis general

El análisis de la variable “Gestión de Capacitación” arrojó los siguientes resultados:

Tabla 7
Descriptivos de la variable Gestión de Capacitación

		Estadístico	Error estándar
Gestión de Capacitación	Media	128,1667	1,17053
	Mediana	133	
	Varianza	82,209	
	Desviación Estándar	9,06692	
	Mínimo	105	
	Máximo	135	
	Rango	30	
	Rango Intercuartil	11,5	
	Asimetría	-1,382	0,309
	Curtosis	0,695	0,608

Nota. Cálculo de estadísticos descriptivos

Según se observa en la Tabla 7, la variable Gestión de Capacitación presenta una media de 128,17 lo cual indica que las empresas han aprovechado satisfactoriamente las capacitaciones y demás conocimientos transferidos por PROMPERU a través de sus acciones y planes orientados a fortalecer la capacidad exportadora de las empresas. Asimismo, La mediana es 133, lo cual es ligeramente superior a la media, esto significa que las empresas reconocen y valoran los esfuerzos de PROMPERU por brindarles toda la asistencia necesaria para incrementar sus exportaciones. Por otro lado, los datos presentan una asimetría negativa ($a = -1,382$) lo cual significa que los datos se agrupan más a la derecha de la media. De igual manera, la curtosis es positiva ($c = 0,695$) lo cual significa que la distribución es leptocúrtica (gran concentración de datos alrededor de la media).

Tabla 8
Categorías de la variable Gestión de Capacitación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Adecuada	60	100,0	100,0
Regular	0	0	100,0
Inadecuada	0	0	100,0

Según se observa en la Figura 8, las empresas han manifestado que la gestión de capacitaciones realizadas por PROMPERU es adecuada ya que les permite fortalecer sus capacidades con el objetivo de identificar nuevas oportunidades de negocios que les permitan incrementar sus exportaciones.

4.3.2. Resultados de la variable dependiente

4.3.2.1. Análisis por dimensión

Las dimensiones analizadas para la variable “Cultura Exportadora” son las siguientes:

- Normas
- Costumbres
- Creencias

Tabla 9
Descriptivos de la dimensión Normas

		Estadístico	Error estándar
Normas	Media	41,8333	0,40349
	Mediana	43	
	Varianza	9,768	
	Desviación Estándar	3,12544	

Mínimo	35	
Máximo	45	
Rango	10	
Rango		
Intercuartil	4,75	
Asimetría	-0,791	0,309
Curtosis	-0,573	0,608

Nota. Cálculo de estadísticos descriptivos

Según se observa en la Tabla 9, la dimensión Normas presenta una media de 41,83 lo cual indica que las empresas cumplen las normas de comercio exterior, así como los requisitos básicos de calidad en sus productos. Asimismo, La mediana es 43, lo cual es casi similar a la media, esto significa que la mayoría de las empresas siguen las normas, reglamentos y conductas responsables del sector exportador agroindustrial. Por otro lado, los datos presentan una asimetría negativa ($a = -0,791$) lo cual significa que los datos se agrupan más a la derecha de la media. De igual manera, la curtosis es positiva ($c = -0,573$) lo cual significa que la distribución es mesocúrtica (gran concentración de datos alrededor de la media).

Tabla 10

Categorías de la dimensión Normas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Adecuada	60	100,0	100,0
Regular	0	0	100,0
Inadecuada	0	0	100,0

Según se observa en la Figura 10, las empresas han manifestado que el cumplimiento de las normas y demás reglamentos son fundamentales para tener buenas relaciones con sus socios comerciales, así como con las autoridades nacionales e internacionales en sus operaciones de comercio exterior.

Tabla 11
Descriptivos de la dimensión Costumbres

		Estadístico	Error estándar
Costumbres	Media	39,5833	0,56112
	Mediana	40	
	Varianza	18,891	
	Desviación Estándar	4,34641	
	Mínimo	30	
	Máximo	45	
	Rango	15	
	Rango Intercuartil	7,75	
	Asimetría	-0,504	0,309
	Curtosis	-0,603	0,608

Nota. Cálculo de estadísticos descriptivos

Según se observa en la Tabla 11, la dimensión Costumbres presenta una media de 39,58 lo cual indica que las empresas realizan prácticas habituales de actividades productivas e interactúan con las comunidades exportadoras del sector agroindustrial. Asimismo, La mediana es 40, lo cual es similar a la media, esto significa que la mayoría de las empresas practica adecuadamente las costumbres del comercio exterior entre sus socios, clientes y competencia. Por otro lado, los datos presentan una asimetría negativa ($a = -0,504$) lo cual significa que los datos se agrupan más a la derecha de la media. De igual manera, la curtosis es positiva ($c = -0,603$) lo cual significa que la distribución es ligeramente leptocúrtica (gran concentración de datos alrededor de la media).

Tabla 12
Categorías de la dimensión Costumbres

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Adecuada	60	100,0	100,0
Regular	0	0	100,0
Inadecuada	0	0	100,0

Según se observa en la Figura 12, las empresas han manifestado que tienen un cumplimiento adecuado de las costumbres propias del sector agroindustrial, dado que es ayuda a compartir experiencias y fortalecer capacidades con sus pares.

Tabla 13
Descriptivos de la dimensión Creencias

		Estadístico	Error estándar
	Media	41,0333	0,45781
Creencias	Mediana	41	
	Varianza	12,575	
	Desviación Estándar	3,54614	
	Mínimo	31	
	Máximo	45	
	Rango	14	
	Rango Intercuartil	7	
	Asimetría	-0,512	0,309
	Curtosis	-0,54	0,608

Nota. Cálculo de estadísticos descriptivos

Según se observa en la Tabla 13, la dimensión Creencias presenta una media de 41,03 lo cual indica que las empresas han adoptado nuevas prácticas sobre planificación o desarrollo de proyectos antes de desarrollar un nuevo producto, así como también han actualizado sus conocimientos sobre la cultura exportadora desechando antiguas creencias de malas prácticas. Asimismo, La mediana es 41,

lo cual es similar a la media, esto significa que la mayoría de las empresas tienen un nivel adecuado en el desarrollo de sus creencias. Por otro lado, los datos presentan una asimetría negativa ($a = -0,512$) lo cual significa que los datos se agrupan más a la derecha de la media. De igual manera, la curtosis es negativa ($c = -0,54$), es decir, sería mesocúrtica.

Tabla 14
Categorías de la dimensión Creencias

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Adecuada	60	100,0	100,0
Regular	0	0	100,0
Inadecuada	0	0	100,0

Según se observa en la Figura 14, las empresas han manifestado que tienen un cumplimiento adecuado de las creencias sobre el nuevo paradigma de la cultura exportadora frente a los cambios constantes en el mundo.

4.3.2.2. Análisis general

El análisis de la variable “Cultura Exportadora” arrojó los siguientes resultados:

Tabla 15
Descriptivos de la variable Cultura Exportadora

	Estadístico	Error estándar
Cultura Exportadora	Media	122,45
	Mediana	124
	Varianza	93,743
	Desviación Estándar	9,68211
	Mínimo	102

Máximo	135	
Rango	33	
Rango	14,75	
Intercuartil		
Asimetría	-0,502	0,309
Curtosis	-0,841	0,608

Nota. Cálculo de estadísticos descriptivos

Según se observa en la Tabla 15, la variable Cultura Exportadora presenta una media de 122,45 lo cual indica que las empresas han desarrollado adecuadamente este aspecto fortaleciendo sus capacidades a través de PROMPERU. Asimismo, La mediana es 124, lo cual es ligeramente superior a la media, esto significa que la mayoría de las empresas tiene un nivel adecuado de cultura exportadora. Por otro lado, los datos presentan una asimetría negativa ($a = -0,502$) lo cual significa que los datos se agrupan más a la derecha de la media. De igual manera, la curtosis es negativa ($c = -0,841$) lo cual significa que la distribución es ligeramente leptocúrtica (gran concentración de datos alrededor de la media).

Tabla 16
Categorías de la variable Cultura Exportadora

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Adecuada	60	100,0	100,0
Regular	0	0	100,0
Inadecuada	0	0	100,0

Según se observa en la Figura 16, las empresas han manifestado que tienen un nivel adecuado de cultura exportadora debido a los esfuerzos constantes realizados por PROMPERU para fortalecer a las empresas del sector agroindustrial que comercian a nivel internacional.

4.4. Contrastación de Hipótesis

4.4.1. Verificación de hipótesis específicas

4.4.1.1. Verificación de la primera hipótesis específica

Según el procedimiento de la significancia estadística se tendría lo siguiente:

Paso 1: Plantear Hipótesis

Ho: Las orientaciones impartidas por PROMPERU no influyen en la cultura exportadora de las MYPES agroindustriales registradas en su cartera en el periodo 2020.

H1: Las orientaciones impartidas por PROMPERU influyen en la cultura exportadora de las MYPES agroindustriales registradas en su cartera en el periodo 2020.

Las capacitaciones, orientaciones y asistencias técnicas impartidas por PROMPERU influyen en la cultura exportadora de las MYPES agroindustriales registradas en su cartera en el periodo 2020.

Paso 2: Establecer un nivel de significancia

Nivel de Significancia α (alfa) = 5% = 0,05

Paso 3: Seleccionar estadístico de prueba

Para verificar la hipótesis se utilizó el modelo de regresión lineal.

Tabla 17
Prueba de Normalidad HE 1

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra		
		Standardized Residual
N		60
Parámetros normales ^{a,b}	Media	,0000000
	Desv. Desviación	,9915
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,069
	Positivo	,044
	Negativo	-,069
Estadístico de prueba		,069
Sig. asintótica(bilateral)		,200 ^c

Nota. a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

Según se observa en la Tabla 17, se puede ver que los datos presentan una distribución normal puesto que el p – valor es mayor al nivel de significancia (5%).

Tabla 18
Resumen del modelo de la primera HE

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	0,617a	0,381	0,37	7,68518

Nota. a. Predictores: (Constante), Orientaciones

Según se observa en la Tabla 18, el valor de $R = 0.617$, lo cual quiere decir que existe una correlación moderada entre las variables en estudio. Asimismo, el R cuadrado asciende a 0.381, lo cual significa que la dimensión orientaciones explica el 38.10% de la variación de la variable Cultura Exportadora.

Tabla 19
Anova de la primera HE

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	2105,254	1	2105,254	35,645	,000b
	Residuo	3425,596	58	59,062		
	Total	5530,85	59			

Nota. a. Variable dependiente: Cultura Exportadora

b. Predictores: (Constante), orientaciones

Según se observa en la Tabla 19, el p – valor de la prueba ANOVA arroja como resultado 0.000, lo cual es menor al nivel de significancia (5%). En ese sentido, se puede interpretar que existe una relación lineal entre la dimensión orientaciones y la variable Cultura Exportadora.

Tabla 20
Coefficientes del modelo de la primera HE

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta			
1	(Constante)	36,584	14,416		2,538	0,014
	Orientaciones	1,99	0,333	0,617	5,97	0,00

Nota. a. Variable dependiente: Cultura Exportadora

Según se puede observar en la Tabla 20, los coeficientes del modelo lineal son significativos puesto que su p – valor es menor al nivel de significancia (5%). En ese sentido, el modelo lineal está dado por:

$$\text{Cultura Exportadora} = 36,584 + 1,99 * \text{Orientaciones}$$

Paso 4: Lectura del p-valor

Con un nivel de confianza del 95%, se puede concluir que las orientaciones impartidas por PROMPERU influyen en la cultura exportadora de las MYPES agroindustriales registradas en su cartera en el periodo 2020.

Paso 5: Toma de decisiones

Según los resultados obtenidos en los pasos anteriores, se da por verificada y aceptada la primera hipótesis específica.

4.4.2. Verificación de la segunda hipótesis específica

Según el procedimiento de la significancia estadística se tendría lo siguiente:

Según el procedimiento de la significancia estadística se tendría lo siguiente:

Paso 1: Plantear Hipótesis

Ho: Las asistencias técnicas de PROMPERU no influyen en la gestión de capacitación para las MYPES agroindustriales registradas en la cartera de PROMPERU en el periodo 2020.

H1: Las asistencias técnicas de PROMPERU influyen en la gestión de capacitación para las MYPES agroindustriales registradas en la cartera de PROMPERU en el periodo 2020.

Paso 2: Establecer un nivel de significancia

Nivel de Significancia α (alfa) = 5% = 0,05

Paso 3: Seleccionar estadístico de prueba

Para verificar la hipótesis se utilizó el modelo de regresión lineal.

Tabla 21

Prueba de Normalidad HE 2

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra		Standardized Residual
N		60
Parámetros normales ^{a,b}	Media	,0000000
	Desv.	,9915
	Desviación	
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,101
	Positivo	,057
	Negativo	-,101
Estadístico de prueba		,101
Sig. asintótica(bilateral)		,200 ^c

Nota. a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

Según se observa en la Tabla 21, se puede ver que los datos presentan una distribución normal puesto que el p – valor es mayor al nivel de significancia (5%).

Tabla 22

Resumen del modelo de la segunda HE

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	0,634a	0,401	0,391	7,55560

Nota. a. Predictores: (Constante), Asistencias Técnicas

Según se observa en la Tabla 22, el valor de $R = 0.634$, lo cual quiere decir que existe una correlación moderada entre las variables en estudio. Asimismo, el R

cuadrado asciende a 0.401, lo cual significa que la dimensión asistencias técnicas explica el 40.10% de la variación de la variable Cultura Exportadora.

Tabla 23
Anova de la segunda HE

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	2219,797	1	2219,797	38,884	,000b
	Residuo	3311,053	58	57,087		
	Total	5530,85	59			

Nota. a. Variable dependiente: Cultura Exportadora

b. Predictores: (Constante), asistencias técnicas

Según se observa en la Tabla 23, el p – valor de la prueba ANOVA arroja como resultado 0.000, lo cual es menor al nivel de significancia (5%). En ese sentido, se puede interpretar que existe una relación lineal entre la dimensión asistencias técnicas y la variable Cultura Exportadora.

Tabla 24
Coefficientes del modelo de la segunda HE

Modelo		Coeficientes no estandarizados Desv.		Coeficientes estandarizados Beta	t	Sig.
	B	Error				
1	(Constante)	34,226	14,182		2,413	0,019
	Asistencias Técnicas	2,046	0,328	0,634	6,236	0,00

Nota. a. Variable dependiente: Cultura Exportadora

Según se puede observar en la Tabla 24, los coeficientes del modelo lineal son significativos puesto que su p – valor es menor al nivel de significancia (5%). En ese sentido, el modelo lineal está dado por:

$$\text{Cultura Exportadora} = 34,226 + 2,046 * \text{Asistencias Téc.}$$

Paso 4: Lectura del p-valor

Con un nivel de confianza del 95%, se puede concluir que las asistencias técnicas de PROMPERU influyen en la gestión de capacitación para las MYPES agroindustriales registradas en la cartera de PROMPERU en el periodo 2020.

Paso 5: Toma de decisiones

Según los resultados obtenidos en los pasos anteriores, se da por verificada y aceptada la segunda hipótesis específica.

4.4.3. Verificación de la tercera hipótesis específica

Según el procedimiento de la significancia estadística se tendría lo siguiente:

Paso 1: Plantear Hipótesis

Ho: Las capacitaciones realizadas por PROMPERU no tienen influencia en la cultura exportadora del sector agroindustrial de Tacna registrada en su cartera en su cartera en el periodo 2020

H1: Las capacitaciones realizadas por PROMPERU tienen influencia en la cultura exportadora del sector agroindustrial de Tacna registrada en su cartera en su cartera en el periodo 2020

Paso 2: Establecer un nivel de significancia

Nivel de Significancia α (alfa) = 5% = 0,05

Paso 3: Seleccionar estadístico de prueba

Para verificar la hipótesis se utilizó el modelo de regresión lineal.

Tabla 25

Prueba de Normalidad HE 3

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra		
		Standardized Residual
N		60
Parámetros normales ^{a,b}	Media	,0000000
	Desv.	,9915
	Desviación	
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,086
	Positivo	,077
	Negativo	-,806
Estadístico de prueba		,806
Sig. asintótica(bilateral)		,200 ^c

Nota. a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

Según se observa en la Tabla 25, se puede ver que los datos presentan una distribución normal puesto que el p – valor es mayor al nivel de significancia (5%).

Tabla 26

Resumen del modelo de la tercera HE

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	0,622 ^a	0,387	0,377	7,64311

Nota. a. Predictores: (Constante), Capacitaciones

Según se observa en la Tabla 26, el valor de $R = 0.622$, lo cual quiere decir que existe una correlación moderada entre las variables en estudio. Asimismo, el R cuadrado asciende a 0.387, lo cual significa que la dimensión capacitaciones explica el 38.70% de la variación de la variable Cultura Exportadora.

Tabla 27
Anova de la tercera HE

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	2142,657	1	2142,657	36,679	,000 ^b
	Residuo	3388,193	58	58,417		
	Total	5530,850	59			

Nota. a. Variable dependiente: Cultura Exportadora

b. Predictores: (Constante), Capacitaciones

Según se observa en la Tabla 27, el p – valor de la prueba ANOVA arroja como resultado 0.000, lo cual es menor al nivel de significancia (5%). En ese sentido, se puede interpretar que existe una relación lineal entre la dimensión asistencias técnicas y la variable Cultura Exportadora.

Tabla 28
Coefficientes del modelo de la tercera HE

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
1 (Constante)	61,941	10,040		6,170	0,00
Capacitaciones	1,444	0,238	0,622	6,056	0,00

Nota. a. Variable dependiente: Cultura Exportadora

Según se puede observar en la Tabla 28, los coeficientes del modelo lineal son significativos puesto que su p – valor es menor al nivel de significancia (5%). En ese sentido, el modelo lineal está dado por:

$$Cultura\ Exportadora = 61,941 + 1,444 * Capacitaciones$$

Paso 4: Lectura del p-valor

Con un nivel de confianza del 95%, se puede concluir que las capacitaciones realizadas por PROMPERU tienen influencia en la cultura exportadora del sector agroindustrial de Tacna registrada en su cartera en su cartera en el periodo 2020.

Paso 5: Toma de decisiones

Según los resultados obtenidos en los pasos anteriores, se da por verificada y aceptada la tercera hipótesis específica.

4.4.4. Verificación de hipótesis general

Según el procedimiento de la significancia estadística se tendría lo siguiente:

Paso 1: Plantear Hipótesis

H₀: La gestión de capacitación no tiene influencia en la cultura exportadora de las MYPES agroindustriales de Tacna registradas en la cartera de PROMPERU en el periodo 2020.

H₁: La gestión de capacitación tiene influencia en la cultura exportadora de las MYPES agroindustriales de Tacna registradas en la cartera de PROMPERU en el periodo 2020

Paso 2: Establecer un nivel de significancia

Nivel de Significancia α (alfa) = 5% = 0,05

Paso 3: Seleccionar estadístico de prueba

Para verificar la hipótesis se utilizó el modelo de regresión lineal.

Tabla 29

Prueba de Normalidad HG

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra		
		Standardized Residual
N		60
Parámetros normales ^{a,b}	Media	,0000000
	Desv. Desviación	0,99148921
Máximas diferencias extremas	Absoluto	0,081
	Positivo	0,081
	Negativo	-0,075
Estadístico de prueba		0,081
Sig. asintótica(bilateral)		,200c

Nota. a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

Según se observa en la Tabla 29, se puede ver que los datos presentan una distribución normal puesto que el p – valor es mayor al nivel de significancia (5%).

Tabla 30

Resumen del modelo de la HG

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Durbin – Watson
1	0,700a	0,490	0,481	6,97210	2,105

Nota. a. Predictores: (Constante), Gestión de Capacitación

Según se observa en la Tabla 30, el valor de $R = 0.700$, lo cual quiere decir que existe una correlación alta entre las variables en estudio. Asimismo, el R cuadrado asciende a 0.490, lo cual significa que la variable Gestión de la Capacitación explica el 49.00% de la variación de la variable Cultura Exportadora

Tabla 31
Anova de la HG

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	2711,464	1	2711,464	55,78	,000b
	Residuo	2819,386	58	48,61		
	Total	5530,85	59			

Nota. a. Variable dependiente: Cultura Exportadora

b. Predictores: (Constante), Gestión de Capacitación

Según se observa en la Tabla 31, el p – valor de la prueba ANOVA arroja como resultado 0.000, lo cual es menor al nivel de significancia (5%). En ese sentido, se puede interpretar que existe una relación lineal entre la variable Gestión de la Capacitación y la variable Cultura Exportadora.

Tabla 32
Coefficientes del modelo de la HG

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
1 (Constante)	26,62	12,862		2,070	,043
2 Gestión de Capacitación	0,748	0,100	0,700	7,469	,000

Nota. a. Variable dependiente: Cultura Exportadora

Según se puede observar en la Tabla 32, los coeficientes del modelo lineal son significativos puesto que su p – valor es menor al nivel de significancia (5%). En ese sentido, el modelo lineal está dado por:

$$\text{Cultura Exportadora} = 26,622 + 0,748 * \text{Gestión Capacitación}$$

Paso 4: Lectura del p-valor

Con un nivel de confianza del 95%, se puede concluir que la gestión de capacitación tiene influencia en la cultura exportadora de las MYPES agroindustriales de Tacna registradas en la cartera de PROMPERU en el periodo 2020

Paso 5: Toma de decisiones

Según los resultados obtenidos en los pasos anteriores, se da por verificada y aceptada la hipótesis general.

CONCLUSIONES

PRIMERA

Se verificó la primera hipótesis específica, concluyendo que las orientaciones impartidas por PROMPERU influyen en la cultura exportadora de las empresas del sector agroindustrial registradas en su cartera en el periodo 2020.

Queda demostrado que existe una estimulación positiva en relación entre la dimensión orientaciones, las cuales fueron brindadas por la institución de PROMPERU hacia las empresas del sector agroindustrial y el desarrollo de su cultura exportadora.

SEGUNDA

Se verificó la segunda hipótesis específica, concluyendo que las asistencias técnicas de PROMPERU influyen en la gestión de capacitación para las empresas del sector agroindustrial registradas en la cartera de PROMPERU en el periodo 2020.

Queda demostrado que existe una relación positiva entre la dimensión asistencias técnicas, las cuales fueron brindadas por la institución de PROMPERU hacia las empresas del sector agroindustrial y el desarrollo de su cultura exportadora.

TERCERA

Se verificó la tercera hipótesis específica, concluyendo que las capacitaciones realizadas por PROMPERU tienen influencia en la cultura exportadora del sector agroindustrial de Tacna registrada en su cartera en su cartera en el periodo 2020.

Queda demostrado que existe relación entre la dimensión capacitaciones, las cuales fueron brindadas por la institución de PROMPERU hacia las empresas del sector agroindustrial y el desarrollo de su cultura exportadora.

RECOMENDACIONES

PRIMERA

Se recomienda que las orientaciones impartidas por PROMPERU deberían realizarse de manera permanente a las empresas nuevas y ya existentes en la región de Tacna, para que éstas puedan desarrollar una cultura exportadora, además se recomienda que el empresario utilice y se beneficie de las orientaciones que brinda PROMPERU debido a que es un servicio gratuito en donde podrán conocer mayor información sobre el proceso de exportación, recibir un diagnóstico, conocer nuevas herramientas, utilizar plataformas de inteligencia comercial y recibir información brindada por especialistas debidamente capacitados.

SEGUNDA

PROMPERU debe seguir brindando asistencias técnicas especializadas y personalizadas a cada empresa del sector agroindustrial de la región Tacna, a través de consultores nacionales o internacionales que tengan experiencia en el sector exportador, con la intención de adaptar el producto con oferta exportable a las necesidades del mercado internacional, facilitar el proceso de exportación de las MYPES y puedan diversificar mercados. El empresario beneficiado por una asistencia técnica personalizada genera resultados notorios positivos que causan impacto en la empresa favoreciendo a toda su organización.

TERCERA

PROMPERU a través de sus capacitaciones masivas en la región de Tacna, ha generado que exista fuerte lazo entre el sector público y privado, se recomienda que la institución siga capacitando a las unidades empresariales, debido a que éstas aportan un rol fundamental en la economía de la región de Tacna, las capacitaciones brindadas por PROMPERU podrían ser semanales con el objetivo de beneficiar para todo el personal de la empresa, dando como resultado evitar posibles errores en la logística exportadora y que la empresa pueda desarrollar su cultura exportadora.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarcón, R., & Guale, M. (2013). *Diseño de un programa de capacitación sobre el comercio exterior a los estudiantes del 3er año de bachillerato del colegio fiscal mixto Eloy Ortega Soto*. [Tesis de Bachillerato, Universidad de Guayaquil].
Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/12345>
- Andrade, C. (2018). *Importancia de las estrategias de promoción de PROMPERÚ que promueven a las mypes exportadoras en el distrito de Puente Piedra en el 2016 y 2017*. Tesis de Grado, Universidad Privada del Norte. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/14386>
- Ayala, N. (2006). *Dirección de promoción de las exportaciones "PROCHILE"* Tesis de Grado, Universidad de Chile. Obtenido de https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/102812/ayala_1.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Caracciolo. (1997). *Modalidad de Asistencia Técnica a los productores agropecuarios de Argentina*. . Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=We9D6PPBxRAC&oi=fnd&pg=PA41&dq=asistencia+t%C3%A9cnica&ots=8_lq7r31SF&sig=EE2z7qZoymMtaadFH16xYQnP2QA#v=onepage&q=asistencia%20t%C3%A9cnica&f=false
- Caravedo , B. (2020). Es posible el liderazgo en el Perú actual. *Simposio de la Universidad del Pacífico*. Lima. Recuperado el 2020, de <https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/972/CaravedoBaltazar.pdf?sequence=>
- Caurin . (2018). *La organización de la empresa*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/la-organizacion-de-la-empresa>

- Cibrán, P., Prado, C., Crespo, M., & Huarte, C. (2013). *Planificación Financiera* (Primera ed.). ESIC.
- Cobo V., Delgado P. (2018). *Plan de Internacionalización de la empresa. Fábrica de Velas Herminio Delgado Cia., a través de la Ruta PROECUADOR para el Exportador*. Obtenido de https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/7975/1/13712_esp.pdf
- COMEX Perú. (2020). *Las Micro y Pequeñas empresas en el Perú Resultados en 2020*. Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mypes-2020.pdf>
- De Jaime Eslava , J. (2013). *La gestión de control de la empresa*. ESIC. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=XWi8AQAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Dueñas , J. (08 de Noviembre de 2019). *Potencial exportador región de Tacna*. Obtenido de Revista Economía: <https://www.revistaeconomia.com/potencial-exportador-region-de-tacna/>
- El Peruano . (s.f.). *PROMPERU establece canales de orientacion para exportadores*. Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia/94913-promperu-establece-canales-de-orientacion-para-exportadores>
- García , A. (Octubre de 2013). La importancia de los procesos y mecanismos de coordinación en la empresa: una aproximación a partir de la teoría de la organización?. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Alejandro-Garnica-2/publication/287206214_La_Importancia_de_los_Procesos_y_Mecanismos_de_Coordinacion_en_la_Empresa_una_aproximacion_a_partir_de_la_teor%C3%ADa_de_la_organizacion/links/5673340108ae04d9b099c7a6/La-Importanci

- Ginorella . (2005). *La rentabilidad se define como la medida del rendimiento que producen los capitales invertidos en un determinado periodo de tiempo.*
Obtenido de <https://bit.ly/3kqALan>
- Gomero, N. (Abril de 2015). *Concentración de las MYPES y su impacto en el crecimiento económico*”. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/304895457.pdf>
- Gómez , M., & Alemán de la Garza, L. (2012). *Administración y Proyectos de Capacitación Basados en Tecnología*”. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11285/621471>
- Guerras , & Navas . (2015). *La dirección estratégica de la empresa.* Obtenido de <https://bit.ly/2ZCp60Y>
- Guevara , E., & Novak , F. (2010). *El Perú y El Comercio Internacional.* (F. E. PUCP, Ed.) Obtenido de <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/173098/EI%20Per%C3%BA%20y%20el%20comercio%20internacional.pdf?sequence=1&p;isAllowed=y>
- Hernández,, G., & Cendejas,, G. (2006). Los Nuevos Ejes de la Cultura Organizacional de las Empresas e Instituciones en el Siglo XXI. *Razón y Palabra*(52). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520719008.pdf>
- La Fuente , F. (2010). *Aspectos del comercio exterior.* Obtenido de http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/fjmv/Comercio_Exterior.pdf
- Lucas, C. (1986). *Conceptos de los sistemas de información para la administración* (Segunda ed.). Obtenido de https://bibliotecadigital.uchile.cl/discovery/fulldisplay?vid=56UDC_INST:56UDC_INST&search_scope=MyInst_and_CI&tab=Everything&docid=alma99100

6080419703936&lang=es&context=L&adaptor=Local%20Search%20Engine&q
uery=sub,contains,computacion,AND&sortby=rank&mod

MINCETUR. (Diciembre de 2013). *Guía de Planeamiento Estratégico*. Obtenido de
https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/175/Guia_11_Planeamiento_estrategico_2014_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y

MINCETUR. (Octubre de 2019). *Plan Regional Exportador PERX Tacna 2019*.

Obtenido de

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/354681/PERX_TACNA-2.pdf

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2014). *Diagnóstico socio económico laboral de la región Tacna*". Obtenido de

http://www.drtpetacna.gob.pe/img/publicaciones/fue_2794.pdf

Muñoz-Hernández, H., Osorio-Mass, M., & Zúñiga-Pérez, L. (2016). Inteligencia de los negocios: Clave del éxito en la era de la información. *Clío América*, 10(20), 194 - 211. doi:<https://doi.org/10.21676/23897848.1877>

Novak, F., & Namihas, S. (2012). *Las relaciones entre el Perú y Brasil*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Novak, F., & Namihas, S. (2015). *Alianza del Pacífico Situación, Perspectiva y Propuestas para su consolidación*. Lima: Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Paucar, E. (2018). *Incidencia de la Cultura Exportadora en el modelo de negocio de los centros comerciales de Tacna*. Tesis de grado, Universidad Privada de Tacna, Tacna. Obtenido de <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/724/1/Paucar-Copa-Evander.pdf>

Pérez-Carballo, J. (2015). *La gestión financiera de la empresa*. ESIC. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=WJ16CgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=administraci%C3%B3n+financiera+en+las+empresas&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=administraci%C3%B3n%20financiera%20en%20las%20empresas&f=false

Promperu. (s.f.). Plataforma de Inteligencia Comercial. Lima, Perú. Recuperado el Febrero de 2022, de <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiNDYyNmI5ZjAtZjYyNi00YzI5LTkyMzAtYzFhZTI5MGQwZTkzIiwidCI6Ijk2YTM3OTA5LTljOTktNDYNS05NWElLTlmMDgwNWY1M2QyOCIsImMiOjR9&pageName=ReportSection>

Quiroga ;. (2021). *economipedia.com*. Obtenido de Proceso de Planificación: <https://economipedia.com/definiciones/proceso-de-planificacion.html>

Ramos, M. (2015). *Complejo de Gestión, Promoción y Capacitación de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR en la región Tacna*. Tesis de Grado, Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. Obtenido de <http://repositorio.unjbg.edu.pe/handle/UNJBG/381>

Rivoir, A., & Morales, M. (2019). *Tecnologías digitales: Miradas críticas de la apropiación en América Latina*. Clacso. Obtenido de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20191128031455/Tecnologias-digitales.pdf>

Salcedo. (2002). Manual para el diseño de normas de competencia laboral. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=B1X0HoA7nCcC&oi=fnd&pg=PA11&dq=normas+en+la+empresa&ots=Y_khHSIDDE&sig=QNiGdMIQF5nQShZLe2jOSgU91EA#v=onepage&q=normas%20en%20la%20empresa&f=false

Sierralta, A. (2007). *Internacionalización de las empresas latinoamericanas*. Lima:

Fondo Editorial PUCP. Obtenido de

<http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/174265>

Valenzuela. (2017). La costumbre de empresa. Obtenido de de

<https://www.aidtss.org/la-costumbre-de-empresa>

APÉNDICE

Apéndice A. Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS
<p>Problema General ¿Cómo es la influencia de la gestión de capacitación de PROMPERU en la cultura exportadora de las empresas del sector agroindustrial de Tacna registradas en su cartera en el periodo 2020?</p>	<p>Objetivo General Determinar la influencia de la gestión de capacitación de PROMPERU en la cultura exportadora de las empresas del sector agroindustrial de Tacna registradas en su cartera en el periodo 2020</p>	<p>Hipótesis General La gestión de capacitación de PROMPERU tiene influencia en la cultura exportadora de las empresas del sector agroindustrial de Tacna registradas en su cartera en el periodo 2020</p>
<p>Problema Específico 1 ¿Cómo es la influencia de las orientaciones de PROMPERU en la cultura exportadora de las empresas del sector agroindustrial de Tacna registradas en su cartera en el periodo 2020?</p>	<p>Objetivo Específico 1 Determinar la influencia de las orientaciones de PROMPERU para las empresas del sector agroindustrial de Tacna registradas en su cartera en el periodo 2020.</p>	<p>Hipótesis Específica 1 Las orientaciones impartidas por PROMPERU influyen en la cultura exportadora de las empresas del sector agroindustrial registradas en su cartera en el periodo 2020</p>
<p>Problema Específico 2 ¿Cómo es la influencia de las asistencias técnicas de PROMPERU en la gestión de la capacitación de las empresas del sector agroindustrial registradas en su cartera en el periodo 2020?</p>	<p>Objetivo Específico 2 Determinar la influencia de las asistencias técnicas de PROMPERU en la gestión de capacitación para las empresas del sector agroindustrial registradas en su cartera en el periodo 2020</p>	<p>Hipótesis Específica 2 Las asistencias técnicas de PROMPERU influyen en la gestión de capacitación para las MYPES agroindustriales registradas en su cartera en Tacna en el periodo 2020</p>
<p>Problema Específico 3 ¿Cómo es la influencia de la actividad de capacitaciones realizada por PROMPERU en las empresas exportadoras del sector agroindustrial de Tacna registradas en su cartera en el periodo 2020?</p>	<p>Objetivo Específico 3 Determinar que la actividad de capacitaciones realizada por PROMPERU tiene influencia en La cultura exportadora del sector agroindustrial de Tacna registradas en su cartera en el Período 2020.</p>	<p>Hipótesis Específica 3 Las capacitaciones realizadas por PROMPERU tienen influencia en la cultura exportadora del sector agroindustrial de Tacna registrada en su cartera en su cartera en el periodo 2020</p>

Apéndice B. Operacionalización de la Variable

Variable Gestión de Capacitación

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
Gestión de Capacitación	Proceso del sistema administrativo que busca mejorar el desempeño de las empresas a través del desarrollo de conocimientos	Capacitaciones	Buena Calidad de las capacitaciones impartidas por PROMPERU.	1,3	Intervalo
			Profundizan los temas de las capacitaciones impartidas por PROMPERU	4,6	
			Impacto de las capacitaciones impartidas por PROMPERU son altas.	7,9	
		Asistencias Técnicas	Satisfacen las asistencias técnicas impartidas por PROMPERU.	10,12	
			Permanente asistencia técnica impartida por PROMPERU.	13,15	
			Participan activamente a las asistencias técnicas impartidas por PROMPERU.	16,18	
		Orientaciones	Las orientaciones impartidas por PROMPERU son cumplidas por los participantes	19,21	
			Existe confianza en las orientaciones impartidas por PROMPERU.	22,24	
			Es de alto Impacto las orientaciones impartidas por PROMPERU.	25,27	

Variable Cultura Exportadora

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
Cultura Exportadora	Desarrollar la capacidad de trasladar valores, forma de vida, costumbres, conocimientos y prácticas empresariales	Normas	Reglas establecidas aceptadas por la comunidad exportadora del sector agroindustrial	1,3	Intervalo
			Comportamientos para mantener el orden en la comunidad exportadora del sector agroindustrial	4,6	
			Bases de comportamiento aceptado dentro de la comunidad exportadora del sector agroindustrial	7,9	
		Costumbres	Práctica habitual de actividades productivas	10,12	
			Interacción habitual de los individuos a nivel grupal del sector exportador agroindustrial	13,15	
		Creencias	Costumbres de interacción de las comunidades exportadoras del sector agroindustrial para compartir intenciones comunes.	16,18	
			Estados de la mente en lo que alguien supone que algo es verdadero o es probable.	19,21	
			Cambio de creencias dentro de la cultura exportadora del sector agroindustrial como presión para mejorar la forma de trabajo en conjunto.	22,24	
	Percepción de aceptar algo como normal, adecuado o lo que hace todo mundo, sin cuestionarla.	25,27			

Apéndice C. Lista de empresas a las que se aplicó el censo

N°	RUC	Razón Social
1	20602384323	Comercializadora Verde de Alimentos SAC
2	20519859077	Productos Vegetales De Exportacion EIRL
3	20532106436	Descals Industrias Alimentarias SAC
4	20449323930	Empresa Agroindustrias Santa Maria EIRL
5	20603055366	Gapec EIRL
6	20495300995	Agroindustrias Gonzalez SAC
7	20119207305	Agroindustrias Del Sur SA
8	20603248288	Agroindustrias Limaterra SAC
9	20600560701	Cotrina Exports EIRL
10	20532859612	Especiera Tacna EIRL
11	20532383782	Nodiex Del Perú SAC
12	20533164090	Import Export B&M SAC
13	20532464359	Oliamerica SAC
14	20534838442	Agroindustrias Don Gustavo SRL
15	20600669509	Micoti SAC
16	20520058258	Agroindustrias G & M SAC
17	20533282297	La Pascala EIRL
18	20601402387	Productos Alimenticios de Tacna EIRL
19	20609411679	Agroindustrias Marpaz EIRL
20	20603162944	Agroindustrias Olivdre SAC
21	20533050248	Portal Del Olivo SAC
22	20119194998	Baumann Crosby SA
23	20133270761	Biondi y Cia de Tacna SAC
24	20601445621	Agroindustria ADL
25	20602579221	Olives Export EIRL
26	20601944295	Corp. Costa Verde EIRL
27	20519777348	Sabor Peruano de Exportacion SAC
28	20532525081	Takana Olives SAC.
29	20604984018	Foodspice Group SAC
30	20603623593	Fundo Olivar Llanos EIRL
31	20533279661	Matfal EIRL
32	20533192891	Agroindustrias Valle Vida S.A.C.
33	20605478558	Humar Especies Y Condimentos SAC
34	20318165051	Agroindustria y Comercializadora Guive EIRL
35	20532520950	Fundo La Noria SAC
36	20602912451	Oliomio SAC
37	20519909945	Oliva Peru SAC
38	20532966451	Aromático Inversiones SAC
39	20603104618	Exportaciones Importaciones Anaby SAC
40	20532668191	Negociones Lumi SRL
41	20600015274	Agroindustrias Sur Oliva SAC
42	20533250417	Empresa Agroindustrial Los Andes SAC
43	20532839344	Biolivas SAC
44	20532404291	Armano Olives SAC
45	20533016066	Bascont Agroexport SAC
46	20600277660	Zeolival Sur Perú EIRL
47	20600734416	Aceitunas Rumbo Austral EIRL
48	20601659159	Agroexportación Elohim SAC

49	20604102244	Agrofus Company SAC
50	20601862582	Agroindustrias Monteolivo Perú EIRL.
51	20603813554	Agro Negocios B & M SAC
52	20602843611	Compañía Agroexportadora Del Sur SAC
53	20602282199	Cooperación Olan Del Sur EIRL
54	20449244045	Don Giuseppe SAC
55	20532763771	Cosefra SAC
56	20532875731	Agroindustria Ecovalles SAC
57	20607192244	Agroindustrias Montoya SAC
58	20101676120	Productos Encurtidos SAC
59	20600656954	Rossana Rossi Pastry EIRL
60	20519891639	Ensa EIRL

Apéndice D. Cuestionario sobre Gestión de Capacitación y Cultura Exportadora

Variable Gestión de Capacitación		Con Alto cumplimiento	Con Mediano cumplimiento	Indiferente	Casi Nunca	Nunca
a.	Capacitación					
1	Considera que los consultores de PROMERU brindan capacitaciones de buena calidad.					
2	Considera que las capacitaciones impartidas por PROMPERU podrían ayudar para obtener una mejor calidad.					
3	Considera usted que a mayores capacitaciones de calidad impartidas se obtendrá una exportación exitosa.					
4	Cree usted que las capacitaciones impartidas por PROMPERU profundizan en los temas de su interés.					
5	Cree usted que las capacitaciones impartidas por PROMPERU deberían profundizar en nuevos temas innovadores.					
6	Cree usted que profundizar en los temas de las capacitaciones obtendrá un beneficio para su empresa.					
7	Supone que las capacitaciones impartidas por PROMPERU influyen positivamente en el personal del área administrativa de la empresa.					
8	Supone que las capacitaciones impartidas por PROMPERU influyen positivamente en el personal del área de calidad de la empresa.					
9	Supone que las capacitaciones impartidas por PROMPERU impactan positivamente en el personal de campo de la empresa.					
b.	Asistencias Técnicas					
10	El personal del área administrativa de la empresa está satisfecho con las asistencias técnicas impartidas por PROMPERU.					
11	El personal del área de calidad de la empresa está satisfecho con las asistencias técnicas impartidas por PROMPERU.					
12	El personal que trabaja en campo está satisfecho con las asistencias técnicas impartidas por PROMPERU.					
13	Las asistencias técnicas de PROMPERU deberían ser impartidas de manera permanente a las empresas.					
14	La permanencia de las asistencias técnicas impartidas por PROMPERU generan mayor desempeño en los colaboradores.					
15	Las permanentes asistencias técnicas impartidas por PROMPERU dan como resultado la disminución en errores logísticos para una exportación.					
16	El personal del área administrativa participa activamente en las asistencias técnicas impartidas por PROMPERU.					
17	El personal del área de calidad participa activamente en las asistencias técnicas impartidas por PROMPERU.					
18	El personal que trabaja en campo participa activamente en las asistencias técnicas impartidas por PROMPERU.					
c.	Orientaciones					
20	Considera que las orientaciones impartidas por PROMPERU cumplen con sus necesidades.					

21	Considera que las orientaciones impartidas por PROMPERU podrían cumplir mejor con sus necesidades.					
22	Considera que las orientaciones impartidas por PROMPERU son importantes para cumplir con una exportación exitosa.					
23	Cree usted que puede confiar en las orientaciones brindadas por el personal de PROMPERU.					
24	Cree usted que las orientaciones impartidas por PROMPERU generan confianza en su personal.					
25	Cree usted que su cliente sentiría confianza al saber que se orienta con PROMPERU.					
26	Supone usted que las orientaciones impartidas por PROMPERU generan un alto impacto en el comportamiento de su personal.					
27	Supone usted que las orientaciones impartidas por PROMPERU generan un alto impacto en el comportamiento de sus clientes.					
Variable Cultura Exportadora						
a.	Normas					
1	Su empresa cumple con las reglas establecidas que implican una certificación de calidad (ISO, BPM, Certificaciones).					
2	Todo el personal de la empresa está enterado de las reglas establecidas.					
3	Las reglas establecidas por el proceso de producción son cumplidas dentro de la empresa.					
4	Emplea la terminología utilizada en el comercio exterior.					
5	Conoce el comportamiento de los procedimientos logísticos en una exportación para mantener el orden en la comunidad exportadora.					
6	Analiza el comportamiento cultural en el mercado objetivo.					
7	Su producto cumple con las exigencias básicas aceptadas para la calidad, envase, embalaje del consumidor del producto o servicios.					
8	Su producto cumple con los requisitos básicos para iniciar el proceso de exportación en la comunidad exportadora.					
9	Su empresa cuenta con productos diferenciados que cumplan con las bases del comportamiento del consumidor.					
b.	Costumbres					
10	Su empresa habitualmente produce todos los productos que vende en el mercado.					
11	Utiliza de manera habitual herramientas para conocer la trayectoria de sus insumos y sus productos comercializados.					
12	La empresa practica habitualmente acciones para no contaminar el medio ambiente.					
13	El personal de la empresa interactúa habitualmente entre sí.					
14	Todo el personal de la empresa interactúa y conoce de forma clara los roles y funciones que cada uno desempeña.					
15	Su empresa premia la interacción habitual de los colaboradores que trabajan en ella.					

16	La empresa comparte interacciones comunes con la competencia sobre la calidad del producto.					
17	La empresa comparte interacciones comunes con su cliente sobre la calidad del producto.					
18	La empresa interactúa con supermercados internacionales para acogerse a sus costumbres.					
c.	Creencias					
19	Supone que es importante desarrollar un plan o proyecto antes de tomar una decisión importante en su empresa.					
20	Supone que es probable que su producto se venda con éxito en el mercado internacional.					
21	Supone que es probable que su producto sea reconocido como único y diferenciado por sus clientes.					
22	Considera cambiar las creencias dentro de su cultura exportadora para mejorar su trabajo dentro de la empresa.					
23	Considera que debería haber un cambio en las creencias que tiene el personal de la empresa respecto a sus beneficios.					
24	Considera que debería haber un cambio en las creencias que tienen los proveedores de la empresa respecto a sus beneficios.					
25	La percepción de la terminología utilizada en el comercio exterior es aceptada por la empresa.					
26	Su percepción sobre exportar un producto es positiva.					
27	Su percepción sobre los precios establecidos por el mercado es aplicada en la empresa.					

Apéndice E. Fichas de Validación de cuestionarios por Juicio de Expertos.

Ficha de juicio de Expertos.

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Luis Catacora Lira

1.2. Grado Académico: Doctor

1.3. Profesión: Economista

1.4. Institución donde labora: Universidad Privada de Tacna

1.5. Cargo que desempeña: Docente - FACEM

1.6. Denominación del Instrumento:

LA INFLUENCIA DE LA GESTIÓN DE CAPACITACIÓN EN LA CULTURA EXPORTADORA DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL DE TACNA REGISTRADAS EN LA CARTERA DE PROMPERU PERIODO 2020

II. VALIDACIÓN:

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles.				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL					X	
SUMATORIA TOTAL						

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN:

a) Valoración cualitativa:

Deficiente () Regular () Bueno ()

Lugar y fecha: Tacna, 15 junio 2022

Nombre: Luis Catacora Lira

DNI: 00422871

Teléfono: 054-425435

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): ...PÉREZ GARCÍA, GERSON EFRAÍN.....
 1.2. Grado Académico.....LICENCIATURA.....
 1.3. Profesión:INGENIERO DE SISTEMAS.....
 1.4. Institución donde labora:UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA.....
 1.5. Cargo que desempeña:.....DOCENTE UNIVERSITARIO DE PRE-GRADO.....
 1.6. Denominación del Instrumento:
 Gestión de Capacitación y Cultura Exportadora

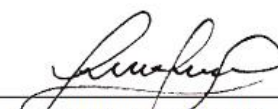
 1.7. Autor del instrumento: Mariagrazia Barriga Pasten
 1.8. Carrera Profesional:.....Administración de Negocios Internacionales.....

II VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					X
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X
SUMATORIA PARCIAL					12	15
SUMATORIA TOTAL		27				

III RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

- 3.1. Valoración total cuantitativa: 27
 3.2. Opinión: FAVORABLE X DEBE MEJORAR _____
 NO FAVORABLE _____
 3.3. Observaciones: Cuidar el lenguaje de la redacción del instrumento


 Gerson Efraín Pérez García
 ORCID: 0000-0002-2619-8962

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Walther Arturo Bueno Mariaca
 1.2. Grado Académico: Maestro en Administración y Dirección de Empresas / Maestro en Gestión y Políticas Públicas
 1.3. Profesión: Contador Público Colegiado / Ingeniero de Sistemas
 1.4. Institución donde labora: Universidad Privada de Tacna
 1.5. Cargo que desempeña: Docente - FACEM
 1.6. Denominación del Instrumento: GESTIÓN DE CAPACITACIÓN Y CULTURA EXPORTADORA

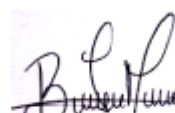
II. VALIDACIÓN:

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles.				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL					24	
SUMATORIA TOTAL					24	

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN:

- a) Valoración cualitativa:

Deficiente () Regular () Bueno (X)


 Nombre: Walther Arturo Bueno Mariaca
 DNI: 44500291
 Teléfono: 960357265