



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**EXPORTACIÓN DE SERVICIOS AMBIENTALES Y SU RELACIÓN
CON EL CRECIMIENTO DE LA MYPE FORESTSOIL. AÑO 2019**

**PRESENTADA POR
MELISSA SOFIA MORE ALAMA**

**ASESORA
CORINA CRISTINA CLAUDET CARRANZA**

TESIS

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LIMA – PERÚ

2019



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**EXPORTACIÓN DE SERVICIOS AMBIENTALES Y SU RELACIÓN
CON EL CRECIMIENTO DE LA MYPE FORESTSOIL.**

AÑO 2019

**TESIS PARA OPTAR
EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRESENTADO POR:
MELISSA SOFIA MORE ALAMA**

**ASESOR:
CORINA CRISTINA CLAUDET CARRANZA**

LIMA, PERÚ

2019

Dedicatoria

Este trabajo de investigación va dedicado a todas las organizaciones prestadoras de servicios ambientales, ya que hacen un trabajo arduo valorando el servicio de las personas y el cuidado del medio ambiente.

Agradecimientos

En primer lugar, agradezco a Dios por protegerme durante todo este camino, dándome la fuerza para superar dificultades y obstáculos a lo largo de la vida.

A mi adorada madre Esther Alama por su fortaleza y a mi querido padre Luis More por ser mi valiente héroe y ángel, ambos por su esfuerzo, sacrificio, consejos, confianza, y amor infinito en mis años de vida, especialmente durante mi formación profesional. Así también a mi hermano Juan Diego por ser mi ejemplo a seguir.

A mi asesora Corina Claudet Carranza por su guía y tantos consejos para que esta investigación se desarrolle de la mejor manera.

Por último, a la organización ForestSoil, por el apoyo e información prestada para que este trabajo de investigación se pueda llevar a cabo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN.....	6
INTRODUCCIÓN.....	8
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	11
1.1 Antecedentes de la investigación.....	11
1.1.1 Antecedentes Nacionales	11
1.1.2 Antecedentes Internacionales	14
1.2 Bases teóricas	16
1.3 Definición de términos básicos.....	29
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	35
2.1.1 Hipótesis General	35
2.1.2 Hipótesis Específicas.....	35
2.2 Variables y definición operacional.....	36
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	38
3.1 Diseño metodológico	38
3.2 Diseño muestral	39
3.3 Técnicas de recolección de datos	42
3.3.1 Confiabilidad del instrumento	44
3.3.2 Validez del instrumento	58
3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	58
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	61
4.1 Resultados de la investigación	61
4.1.1 Descripción de la muestra	61
4.1.2 Análisis Descriptivo Simple	63
4.1.3 Verificación de los objetivos o contrastación de las hipótesis.....	75
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN.....	82
5.1 Discusión de resultados.....	82
RECOMENDACIONES	89
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	90
ANEXOS	96
1. Matriz de consistencia	96
2. Matriz de operacionalización de variables	96
3. Instrumento de recopilación de datos	96

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	19
Figura 2	20
Figura 3	70
Figura 4	72
Figura 5	73
Figura 6	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	42
Tabla 2	43
Tabla 3	45
Tabla 4	56
Tabla 5	61
Tabla 6	64
Tabla 7	70
Tabla 8	71
Tabla 9	73
Tabla 10	75
Tabla 11	76
Tabla 12	78
Tabla 13	80

RESUMEN

El presente trabajo enfatiza en el estudio arduo de la problemática si realmente la exportación de servicios ambientales de la MYPE ForestSoil influye en su crecimiento empresarial, la cual se observa mediante la perspectiva de los colaboradores de la organización. Para ello se puso mayor énfasis en la exportación de servicios, ya que la organización ha prestado servicios a organizaciones internacionales en una mínima cantidad sin tener conocimiento que, en esa transacción, se estaba realizando un comercio internacional de servicios. Por tal razón, la revisión documental sobre el tema, a nivel nacional e internacional, así como los antecedentes dan a conocer el presente estado de la problemática y el fenómeno estudiado en esta investigación.

Esta tesis tiene como finalidad proponer posibles mejoras para lograr resolver la problemática de la organización ForestSoil. Esta investigación tiene relación directa con la carrera de Negocios Internacionales en la línea MYPE y Emprendimiento. Asimismo, la investigación permitió la recopilación de información, la cual fue analizada estadísticamente y cuya interpretación ayudó a inferir los resultados y plasmar las conclusiones y recomendaciones para ayudar a solucionar la poca participación de la organización en el comercio internacional y que de este modo logre el crecimiento de la organización. Para tal efecto los objetivos e hipótesis tanto generales como específicas, se formularon a partir de la visión que se tuvo en un primer momento, la cual fue demostrada satisfactoriamente, ya que se aplicó la metodología y los instrumentos adecuados para la investigación.

PALABRAS CLAVES: Exportación de servicios, crecimiento, ambientales, competitividad, globalización

ABSTRACT

The present work emphasizes the arduous study of the problem if the export of environmental services of the MYPE ForestSoil really influences its business growth, which is observed through the perspective of the collaborators of the organization. To this end, greater emphasis was placed on the export of services, since the organization has provided services to international organizations in a minimum amount without knowing that in that transaction, an international trade in services was taking place. For this reason, the documentary review on the subject, both nationally and internationally, as well as the background discloses the present state of the problem and the phenomenon studied in this investigation.

This thesis aims to propose possible improvements to solve the problem of the ForestSoil organization, this research is directly related to the International Business career in the MYPE and Entrepreneurship line. The research also allowed the collection of information, which was statistically analyzed and whose interpretation helped to infer the results and translate the conclusions and recommendations to help solve the organization's poor participation in international trade and thus achieve the growth of the organization. For this purpose, both general and specific objectives and hypotheses were formulated based on the vision that was initially taken, which was satisfactorily demonstrated, since the appropriate methodology and instruments for research were applied.

KEY WORDS: Exportation of services, growth, environmental, competitiveness, globalization

INTRODUCCIÓN

Hoy en día la globalización ha ido avanzando increíblemente siendo parte muy importante las exportaciones como importaciones de productos y de servicios. Normalmente se tiende a exportar bienes en su mayoría materia prima, pero en el aspecto comercial hemos dejado de lado los servicios minimizando de alguna manera u otra el potencial de los profesionales peruanos.

Muchas organizaciones que prestan servicios nacionalmente, suelen no correr riesgos en dar un paso más adelante a la globalización. En esa línea, se debe tener conocimiento de los factores internos de la organización que pueden dificultar que la organización pueda globalizarse activamente.

Por otro lado, actualmente, en nuestra sociedad se viene valorando más la labor de los ingenieros ambientales, ya que recién se está tomando conciencia y responsabilidad en el medio ambiente y el cuidado que representa, prestando servicios ambientales para los diversos estudios medioambientales en diferentes organizaciones nacionales e internacionales.

De la misma forma, uno de los factores que da temor a las empresas de consultoría debido a una continua globalización es la falta de promoción que existe por parte de estas para lograr captar clientes extranjeros.

Es por ello que, en la presente investigación se busca que le sirva a la organización ForestSoil a que direcciona correctamente su internacionalización de servicios y crezca la MYPE.

Es necesario señalar que la poca aceptación que tiene la exportación de servicios, a pesar de los grandes esfuerzos que hace el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, es un posible factor limitante externo para que pueda haber una exportación íntegra de servicios, de nuestro país.

Estos puntos limitantes internos en las organizaciones de servicios pueden hacer que dichas empresas no logren ampliar sus mercados en consecuencia no se puede incrementar el potencial de las exportaciones de servicios del Perú como son realizados en otros países de Sudamérica.

El problema general planteado en la presente investigación es ¿Existe relación entre la exportación de servicios ambientales y el crecimiento de la MYPE ForestSoil? De la misma forma, el objetivo general planteado es identificar la relación entre la exportación de servicios ambientales y el crecimiento de la MYPE ForestSoil. Finalmente, la hipótesis general establecida en este estudio es que la

exportación de servicios ambientales se relaciona positivamente con el crecimiento de la empresa ForestSoil.

En ese sentido, la investigación busca determinar cómo la organización puede crecer si incursiona exitosamente y activamente en las exportaciones de servicios, siendo estas muy reconocidas en el país local. Asimismo, la presente investigación sirve para identificar la relación entre exportación de servicios y crecimiento empresarial, siendo posible el incrementar su competitividad. El comercio internacional, como la exportación de servicios, es uno de los motores del crecimiento económico de los países.

Cabe indicar que el principal beneficio para la organización ForestSoil es otorgarle una visión de que podría ser más competitiva si le otorga mayor importancia a las exportaciones de servicios que realiza, ya que de esta manera podría también ampliar su mercado pudiendo obtener clientes conocidos internacionalmente.

Una de las ventajas de la investigación es que más personas conocerán acerca de la exportación de servicios, observando el gran potencial que tiene este sector siendo un nicho de mercado que ha sido muy bien desarrollado en el país, pero necesita de una mayor promoción para así llegar hacia otros mercados en el mundo.

De la misma manera, tendrán mayor información acerca de los servicios ambientales y como estos son implementados en otros países.

Asimismo, ayudará a la imagen del país a incentivar la relación entre las organizaciones y el Estado de tal manera que haya un trabajo en conjunto que contribuya al desarrollo del país.

Respecto a la Viabilidad de la investigación, se consideran 2 viabilidades: Viabilidad Técnica, ya que se va tener disposición por parte de la organización ForestSoil, además, se analiza el punto de vista de la organización en relación a consolidarse óptimamente como una empresa exportadora de servicio; y Viabilidad Económica, que se cuenta con los recursos económicos necesarios para la investigación a realizarse como son: la impresión de las encuestas, radiograbadora, etc.

En relación a las delimitaciones de estudio de la presente investigación son las siguientes: Delimitación Espacial, el trabajo de investigación se llevó a cabo en la empresa ForestSoil ubicada en Avenida Javier Prado Este 6915 en el distrito La

Molina, provincia de Lima. Delimitación Temporal, el análisis de negocios de los servicios ambientales brindados por la organización ForestSoil así como si existe relación entre la exportación de servicios con el crecimiento de la organización, tienen como base el año 2018. Delimitación Teórica, se contó con información necesaria, sin embargo, dicha información no es actualizada concerniente a datos sobre este tema en el Perú, pero se ha podido encontrar información perteneciente a otros países. Cabe indicar que se solicitó información a entidades claves como el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Asociación de Exportadores, Biblioteca Nacional, etc. Delimitación Económica, en esta investigación no existe dado a que el presupuesto está cubierto totalmente por la investigadora.

Asimismo, esta investigación presenta un enfoque cuantitativo ya que incluye características cuantificables, con un tipo de diseño metodológico no experimental Transeccional Descriptivo debido a que no se van a manipular ninguna de las variables estudiadas. Conjuntamente en la investigación se realizó una recopilación de información mediante el instrumento de encuestas a 36 colaboradores y entrevista a profundidad a la gerente general de la empresa ForestSoil.

Concerniente a la estructura de la investigación en el primer capítulo se presenta el marco teórico, es decir, aquellas investigaciones anteriores que tienen cierta similitud con la presente tesis.

En el segundo capítulo, se presentan las hipótesis que, posteriormente, se demuestran si son válidas o nulas y las variables objeto de estudio.

Por otro lado, en el tercer capítulo se presenta la metodología que estructuró el trabajo de investigación, así también como el proceso de la información recopilada, estando acorde las diferentes características de la presente investigación.

En el cuarto capítulo se muestran los resultados obtenidos de la información recopilada previamente.

Además, en el quinto capítulo se da a conocer la discusión de los resultados obtenidos y si éstos tienen cierto parecido o contradicciones con tesis anteriores.

Por último, se exponen las conclusiones y las posibles recomendaciones para ayudar a solucionar dicha problemática en la organización ForestSoil.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

1.1.1 Antecedentes Nacionales

En el presente subcapítulo se dará a conocer diversas investigaciones previas las cuales toman temas relacionados a este proyecto de tesis, contribuyendo de esta manera a la presente investigación, siendo estas investigaciones realizadas en el Perú. El objetivo de estos antecedentes nacionales es establecerlos como base de las diversas situaciones que se vivieron con anterioridad, cuáles han sido sus resultados o en todo caso ayudaría a poder recoger la información necesaria para establecer posibles soluciones que apoyarían a la organización ForestSoil y a otras empresas de servicios. Es decir, se centrará en los antecedentes nacionales que se acercan más a la problemática principal, ya que está delimitado dentro del mismo ámbito de investigación.

Por lo tanto, se mencionará diversas investigaciones que poseen conocimientos sobre el problema junto con los autores o instituciones que lo realizaron mostrando respeto a su documentación y por supuesto a los derechos de autor.

Las exportaciones se han ido desarrollando de manera paulatina en los últimos años, pero para poder entender mejor a estas organizaciones exportadoras que contribuyen tanto al desarrollo del país, se debe ahondar en la relación de la exportación de servicios y el crecimiento de las mismas organizaciones.

En el marco de estas investigaciones realizadas en el ámbito nacional, se cita a Milla, L (2016) en su tesis doctoral “Globalización en la Gestión de las pequeñas y medianas empresas (PYME) de confecciones en San Juan de Lurigancho, periodo 2011-2012”, presentada en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Contables. En esta investigación, se precisa en su objetivo general: Determinar cómo la globalización incide en la gestión de las medianas y pequeñas empresas de confecciones de ropa de San Juan de Lurigancho –Lima, periodo 2011-2012.

Para ello se aplicó diferentes pruebas, lo cual condujo a la limitación de diferentes indicadores tanto para la variable independiente Globalización como para la variable dependiente Gestión. Igualmente, dicha investigación fue realizada a una muestra de 120 empresas del rubro textil ubicadas en el distrito de San Juan de Lurigancho, donde se recolectó la información a través de instrumentos como las encuestas y entrevistas a profundidad. Asimismo, la investigación es de tipo no experimental demostrando como resultados obtenidos que la globalización incide positivamente en la gestión de las pequeñas y medianas empresas. Además, a través de la globalización se desarrollan los medios de comunicación, tecnología, inversión extranjera y capital humano.

De acuerdo a Huertas, J y Pizarro, M (2017) afirman en su investigación de licenciatura titulada “Factores Críticos de éxito para la exportación de servicios de software en el Marco de la Alianza del Pacifico” en la Universidad de Ciencias Aplicadas, se tiene como objetivo principal el identificar los factores críticos de éxito en la exportación de software en el Marco de la Alianza del Pacifico, una investigación cualitativa basada en teoría fundamentada con un alcance descriptivo simple en la cual desarrolla una fuente de información mediante una serie de entrevistas a la unidad de investigación que fueron un grupo seleccionado importante entre organismos públicos, privados, empresas exportadoras y especialistas en el sector de exportación de software. Los resultados obtenidos fueron que la empresa Novatronic SAC no considera importante las certificaciones internacionales ya que hay otras empresas que exportan sin ellas, asimismo, que existe poca promoción de la exportación de servicios.

De igual manera Díaz, X , Torres, L y Chacón, R(2018) en su sustentación de “Análisis de los principales factores internos y externos que influyeron en el desempeño positivo de las exportaciones de las Born Global Firms peruanas para la partida 6109.10.00.31 pese al decrecimiento del sector textil peruano” presentada en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, el objetivo general es analizar los principales factores internos y externos que han influenciado en el desempeño positivo de las exportaciones de las Born Global Firms peruanas en el sector textil durante el periodo 2012-2016. Esta investigación presenta un enfoque cualitativo así como un alcance descriptivo. Asimismo, la muestra está compuesta

por un grupo de empresas del sector textil peruano donde se les realizó una entrevista a profundidad a las empresas Bergman Rivera, Kunan y Corditex además se empleó información estadística. Los resultados fueron que los programas de capacitación orientados a la exportación y seminarios especializados en el sector textil han contribuido al crecimiento de las exportaciones de las Born Global Firms, de la misma manera se contaron con un fuerte eslabonamiento con proveedores y clientes, presentando una ventaja competitiva a largo plazo.

Asimismo, Coronel, C (2018) en su tesis de licenciatura “Factores de la Competitividad en la Asociación de Productores Agropecuarios Francisco Alvitez Reque, para la mejora de la cadena productiva del esparrago”. Presentada en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Escuela de Economía. La investigación precisa que los factores tanto internos como externos van a tener influencia en la competitividad y crecimiento de la asociación haciendo inferencia en los factores internos de la empresa.

Para efectos del mismo se hizo uso de diferentes pruebas, en el cual se delimitó los indicadores de los factores internos de la organización mediante técnicas cualitativas tales como un mapeo de puntos críticos, análisis FODA, árbol de problemas y causas y matriz de marco lógico. Asimismo, dicha investigación fue realizada a una muestra total de 75 productores, ejecutadas a través de entrevistas. Siendo una investigación bajo el enfoque cualitativo, de tipo aplicado de nivel exploratorio, además de ser una investigación no experimental. Los resultados de la investigación muestran que los principales obstáculos fueron: capacidad de gestión, capacidades técnicas y nivel tecnológico.

Finalmente, Quispe, P (2017) en su tesis de posgrado “Factores que influyen en el desarrollo de modelos de negocios en empresas de base tecnológica asistidas por una incubadora de negocios, estudio de casos” en la Pontificia Universidad Católica del Perú, que tiene como objetivo principal el analizar y describir los factores que influyen en el desarrollo de modelos de negocios en EBT (empresas de base tecnológica) asistidas por una incubadora de negocios ;para contribuir en generar lineamientos que favorezcan su reinversión y evolución iterativa en las empresas. Para ello, se aplicó un método de naturaleza cualitativa-descriptiva con caso de estudio múltiple con unidad de análisis correspondiente en donde se analizó el modelo de negocio en 5 empresas de base tecnológica asistida por una

incubadora. Asimismo, los resultados obtenidos dan a conocer que los factores externos identificados influyen en los modelos de negocios de las empresas como entes promotores de adaptación y búsqueda de oportunidades, ya que determinan las condiciones del ecosistema en el que interactuarán las empresas además de considerar como factor externo preponderante al mercado, el cual demanda soluciones cada vez más sofisticadas que representan retos constantes para las empresas.

1.1.2 Antecedentes Internacionales

En el ámbito internacional existen una variedad de investigaciones basadas en la importancia o preponderancia de los servicios en general y servicios ambientales propiamente, teniendo mayor presencia en Latinoamérica y en bloques comerciales. En el caso de Perú, se busca que en los próximos años haya un progreso en resaltar la importancia y el potencial que tiene el área de servicios en comercio internacional.

Según Díaz, K (2016) en la tesis “La Normatividad Ambiental y la sustentabilidad de las empresas públicas en México”, para obtener el grado de Master en Administración, en el Instituto Politécnico Nacional, Unidad profesional interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas, se tiene un enfoque cualitativo en donde se realiza la recolección de datos sin algún tipo de medición para descubrir la realidad sobre el tema de estudio.

Además, esta investigación tiene un alcance exploratorio debido a que la información recabada sobre el tema es escasa, permitiendo que partir de ella, se pueda establecer variables en futuras investigaciones.

Por su parte, Pinilla, J (2016) sustentó la tesis “Innovación e Internacionalización exportadora en las pymes industriales catalanas. El papel de las orientaciones estratégicas” en la Universitat Autònoma de Barcelona, donde se establece como objetivo principal: Estudiar la relación entre innovación e internacionalización en las PYME catalanas identificando diferentes tipos estratégicos de PYME. Los resultados de esta investigación apoyan la hipótesis principal. Cabe indicar que la investigación tuvo una primera etapa exploratoria y luego una etapa centrada en el análisis a profundidad de las PYME, contando con una muestra de 1550 pymes innovadoras de tejido empleando una encuesta estructurada.

Con respecto a Castañeda, E y Mendoza, C (2016) en su tesis de grado: “Propuesta de Internacionalización para una Pequeña Empresa de sector de plásticos en Bogotá: Estudio de Caso PLASMOTEC SAS” en la Universidad de La Salle, se tiene como objetivo principal formular una propuesta de internacionalización para la empresa PLASMOTEC SAS. Esta investigación estuvo basada en una revisión documental institucional, de entrevistas y visitas, siendo una investigación cualitativa con un alcance descriptivo simple, diseño no experimental. Los resultados de la investigación muestran que el proceso de internacionalización no representa un proceso fácil, sin embargo, los esfuerzos requeridos pueden ser recompensados cuando las empresas se focalizan en un proceso gradual de compromiso, lo que implica una búsqueda de información con el fin de adquirir conocimientos previos de las necesidades y expectativas de los mercados metas.

De la misma forma Jiménez, K (2017) en su tesis de licenciatura “Propuestas de estrategias de internacionalización para las empresas del sector lácteo de la ciudad de Sincelejo” en la Universidad Tecnológica de Bolívar, presenta como objetivo principal: diseñar estrategias de internacionalización para las empresas del sector lácteo en la ciudad de Sincelejo mediante un análisis de las condiciones de competitividad y acceso a mercados. Cabe indicar que es una investigación de enfoque mixto, tipo aplicado y diseño no experimental, utilizando fuentes de información revisión literaria y aplicación de entrevistas. En los resultados obtenidos, los empresarios entrevistados afirmaron no tener los medios para comunicarse con potenciales compradores internacionales a través de la participación en eventos de comercio internacional, esto incluye no contar con una persona contratada para esta función, además de la cierta desinformación de los empresarios.

Finalmente, Duque, L y Camelo, P (2017) en su sustentación de grado denominada “Estrategias de Internacionalización para las PYME del sector textil y confección en Bogotá” en la Universidad de la Salle, tiene como objetivo principal establecer la estrategia de internacionalización más adecuada para las PYME del sector textil y confección de Bogotá. Es una investigación de alcance descriptivo, enfoque cuantitativo, utilizando como fuente de información revisión bibliográfica y encuestas. El resultado obtenido resaltó que las PYME colombianas valoraban los servicios ofrecidos por ProColombia para la orientación interna, asesoría y

financiación para la participación en ferias internacionales y misiones comerciales aun así si su participación es escasa debido a su falta de conocimiento en el proceso de internacionalización.

1.2 Bases teóricas

1.2.1 Empresa ForestSoil

Es una pequeña empresa que lleva 22 años en el rubro desde 1997, la cual tiene como visión el ser reconocidos como líderes en consultoría ambiental y un referente obligado en la región en temas socio-ambientales, gracias al reconocimiento y experiencia de un calificado equipo de profesionales que respaldan la calidad de los servicios ofrecidos; y como misión el brindar soluciones integrales en temas de medio ambiente que permitan a sus clientes tomar decisiones oportunas y adecuadas, que garanticen la sostenibilidad de sus proyectos. Además, cuentan con la certificación ISO 9001 que asegura la calidad de servicios que brinda la organización.

1.2.1.1 Servicios brindados por ForestSoil

La MYPE ForestSoil cuenta con 6 tipos de servicios, siendo los siguientes:

- ✓ Servicios de capacitación

Cuenta con programas de capacitación in house, las cuales están desarrolladas y diseñadas según las necesidades específicas de sus clientes, capacitando a su personal técnico y gerencial.

- ✓ Servicios Ambientales

Se acompaña al cliente durante todo el proceso de evaluación de los estudios hasta su aprobación respondiendo a cualquier contingencia.

ForestSoil también se identifica totalmente con el cliente en campo,

generando la mayor empatía con las personas locales comunicando la mejor imagen del cliente en las comunidades donde se actúa.

✓ Evaluaciones Biológicas

Las evaluaciones biológicas desarrolladas como parte del estudio, en general, se remiten a inventariar las especies del área de influencia, de la mayor cantidad de grupos biológicos posibles.

✓ Servicios Arqueológicos

Forestsoil ofrece sus servicios de gestión y ejecución del tratamiento del patrimonio arqueológico de acuerdo a las normas establecidas en el Reglamento de Investigaciones del Instituto Nacional de Cultura.

✓ Servicios Agroforestales

Comprenden principalmente la forestación y reforestación de áreas intervenidas por proyectos de inversión. El servicio en este campo es integral, contando con un grupo selecto de ingenieros con amplia experiencia en proyectos forestales.

✓ Servicios Socio Ambientales

Sus servicios de consultoría se ocupan del manejo de las oportunidades y riesgos sociales asociados a sus proyectos brindando soluciones prácticas a situaciones sociales complejas, buscando alinear los intereses y visión de la solución que se generan desde la sala de directorio, oficina de campo y locales comunales.

Para fines de la investigación se ha considerado específicamente los servicios ambientales que brinda la empresa ForestSoil.

1.2.1.2 Clasificación de Servicios Ambientales

De acuerdo al Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Faunas Silvestres (s.f) expresa que “Los servicios ecosistémicos o ambientales son aquellos resultantes de funciones y/o procesos ecológicos de ecosistemas o recursos naturales u otros que generan beneficios económicos, sociales y ambientales a la sociedad. En términos económicos, un servicio es un bien, de naturaleza intangible (por lo que se llama servicio para diferenciarlo de los bienes, que son de naturaleza tangible), que es capaz de generar bienestar (beneficios) a las personas cuando éstas los utilizan, consumen o gozan de alguna manera” (OSINFOR, s.f)

Siendo entendido el término servicios ambientales como aquellos servicios que al ser prestados van a contribuir con la protección del medio ambiente y la preservación del mismo, en los cuales mediante diversos estudios ambientales se preserva el medio ambiente si en caso se hace explotación o uso de algún recurso ambiental.

Giraldo, E, Osorio, L y Tobón, M (junio del 2015) dieron a conocer que “se clasifica los servicios ecosistémicos en dos tipos: directos e indirectos. Se consideran beneficios directos la producción de provisiones o bienes (alimentos, madera, agua, suelo, recursos genéticos y energéticos) o la regulación de ciclos. Los beneficios indirectos se relacionan con el funcionamiento de procesos del ecosistema (servicios de apoyo o soporte) y la oferta de beneficios no materiales (servicios culturales).” (p.245)

Asimismo, estos tipos de servicios ambientales o ecosistémicos se agrupan en el siguiente esquema que se muestra a continuación:

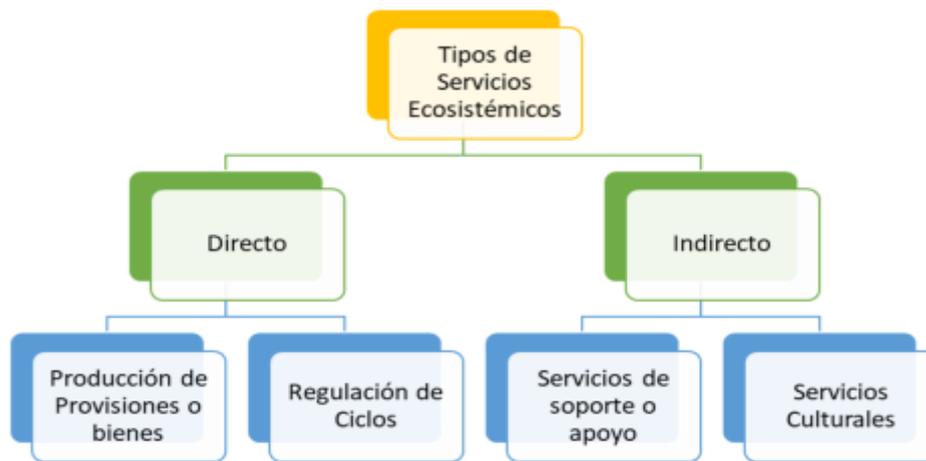


Figura 1: Clasificación de Servicios Ambientales

Fuente: Giraldo, E, Osorio, L y Tobón, M (2015). Elaboración propia

1.2.2 Exportación de servicios

Gonzales, I (2017). Expresa que “la exportación de servicios se realiza cuando el pago del mismo es efectuado por un residente en el extranjero, independientemente del lugar en el que se produce el servicio. En las transacciones de servicios, es necesario tener en cuenta el tiempo, lugar de consumo y la proximidad entre el proveedor de servicios y el consumidor.”

El punto de vista de exportación de servicios que propone Gonzales expresa que la exportación de servicios se denomina de tal manera a aquel servicio prestado a un consumidor extranjero, considerando el tiempo, lugar de consumo y la distancia que pueda haber entre el proveedor y el consumidor, siendo este término poco conocido en comparación con la exportación de bienes, tomando una mayor preponderancia en el comercio internacional en los últimos años.

En relación a las diversas modalidades de exportación de servicios, PROMPERU (s.f) expresa que los modos de exportación de servicios son los siguientes:

- a) Modalidad 1-Comercio Transfronterizo: Servicio que se presta desde el territorio del proveedor hacia el territorio del consumidor.
- b) Modalidad 2-Consumo en el extranjero: Cuando el consumidor del servicio se desplaza y lo adquiere en el territorio del proveedor.
- c) Modalidad 3- Presencia Comercial: El proveedor del servicio establece sucursal permanente en el territorio de otro país para prestar un servicio.

- d) Modalidad 4 – Presencia de personas físicas: Desplazamiento de personas de un país a otro para prestar un servicio.

En el caso de la organización ForestSoil, la cual es objeto de la presente investigación, exportación de servicios es en Modalidad 1 (Comercio Transfronterizo) y Modalidad 2 (Consumo en el extranjero).

En el Perú, se ha implementado una ayuda fundamental para las organizaciones prestadoras de servicios internacionalmente que consiste en la retribución del IGV. Bajo esa misma línea, Sanguinetti, D (2015) establece los pasos los cuales van ayudar a la organización a tener conocimiento si es que aplica o no aplica la retribución del IGV.

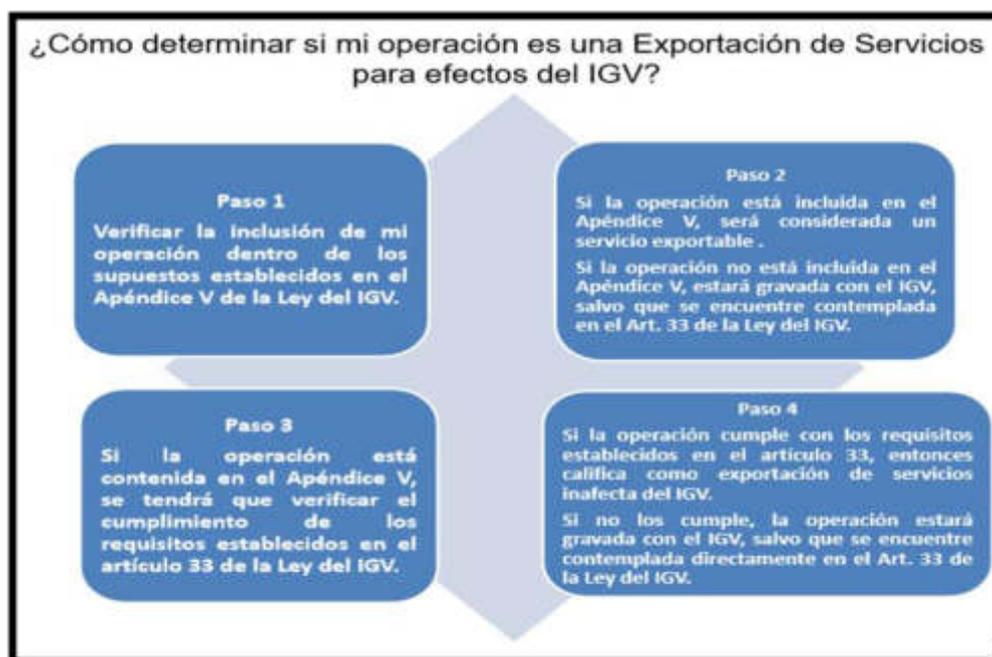


Figura 2: Pasos para saber si es afecto o inafecto al IGV

Fuente: Sanguinetti, D (2015) Exportación de Servicios, Marco Tributario. Ferrero Abogados.

Por otro lado, Supo, A (20 de Julio 2017), en su nota periodística, expresa que “La Comisión permanente del Congreso ha aprobado la ley que precisa los requisitos que deberán reunir los servicios para ser considerados como exportación y, por lo tanto, estar inafectos al IGV”

Con lo expresado por la periodista del Diario Gestión, dicha iniciativa de que se dé por inafecto el pago del IGV recién ha podido especificarse de mejor manera con la aprobación de dichos requisitos que van hacer posible de que los exportadores de servicios o aquellas empresas que prestan servicios a organizaciones internacionales pueda identificarse como exportadora de servicios.

De la misma manera, la noticia periodística da a conocer los requisitos para acogerse a este régimen siendo: La exportación de servicios se considera como tal al prestarse a título oneroso desde el país hacia el extranjero, lo que debe demostrarse con el comprobante de pago correspondiente, el exportador debe ser domiciliado en el Perú mientras que el usuario o beneficiario del servicio, no. La empresa debe estar escrita en el Registro de Exportadores de Servicios a cargo de la Sunat.

Confirmando del porqué de esta iniciativa Varillas, J (Presidente de ADEX) declaró que: “En el 2016, nuestro país exportó servicios por aproximadamente U\$S 5, 500 millones. Estimo que con la aprobación de esta autógrafa de ley este sector podrá crecer, en el 2018 en 25%.”

En relación a lo declarado por el presidente de ADEX si se logra dicha meta en cuanto a las exportaciones de servicios va permitir la formalización de aquellas empresas prestadoras de servicios ya que cabe resaltar que los servicios brindados en el Perú suelen ser más caros que los prestados en otros países y si se pudieran acoger a este incentivo se va contribuir a que la competitividad de este sector se incremente.

Para la internacionalización de las organizaciones de servicios, como se explicó anteriormente, se tiene que tener diversos aspectos en cuenta.

Es por ello, Castiblanco, S, Castro, O y Gómez, A (2017) manifiestan que: “los exportadores utilizan más KIBS (*Knowledge Intensive Business Service*) y más servicios relacionados con la I+D (asesoría, certificaciones, prueba de prototipos) y administración (recursos humanos, servicios legales, contables, etc.).

Así (...) en el escenario de la internacionalización, la creación de conocimiento empieza con la disponibilidad de conocimiento previo, sigue con la búsqueda de un nuevo conocimiento y resulta en la combinación del antiguo y nuevo conocimiento.” (p.124)

Debiéndose tener una consideración en los riesgos concernientes al sector ya que como lo expresa el autor, hay un grado mayor de intangibilidad en comparación a la internacionalización que se realiza con los bienes. Bajo este enfoque, el trato de la internacionalización de servicios va ser de distinta manera en comparación a la internacionalización de un producto.

Por otro lado, un gran ejemplo de la internacionalización ya sea de productos o servicios es España, en la cual Álvarez, J y González, O (s.f) declaran que “La internacionalización de las empresas de servicios se puede analizar desde distintas perspectivas: desde los objetivos que persigue la empresa al internacionalizarse o desde la perspectiva de las características de la empresa, de la actividad que realiza o del mercado de destino donde se pretende ofrecer los servicios.”

Es decir, que al internacionalizarse una organización prestadora de servicios hay diferentes factores los cuales se deben considerar, siendo los objetivos propios de la empresa centrándose básicamente en la rentabilidad para la misma, y que esta vaya acorde con las características de la empresa.

Asimismo, para que una organización realice su internacionalización, es necesario que esta tenga claro el camino a llevar.

Según Preciado, F y Ramírez, L. (2017) da a conocer que la primera influencia exterior en la decisión de una empresa de internacionalizarse es la demanda externa, mientras que la indagación proveniente del extranjero y otras expresiones de la demanda tienen un efecto profundo en el interés inicial de ingresar al mercado internacional. Otro agente de cambio importante pueden ser los competidores (...) Los bancos y otras empresas de servicios, como las firmas de contabilidad, pueden alertar a los clientes nacionales de la existencia de oportunidades internacionales. (pp.17-18)

Ante lo determinado por Preciado y Ramírez, va a existir una motivación que impulsa a la organización en planear su internacionalización, motivada por la demanda externa o por la competitividad, más aun a las empresas de servicios. Como se sabe, es difícil emprender en el comercio internacional, pero con la organización comprometida en realización de cada estrategia a emplear, puede lograrse un éxito.

1.2.2.1 Seminarios

En la exportación de servicios se van a determinar diferentes estrategias para impulsar a la organización a que se internacionalice, pero es necesario que dicha organización tenga la información necesaria de lo sucedido en su sector y en el comercio exterior.

Como en el caso de los seminarios, de acuerdo a Chamorro, A (s.f) “es una técnica de enseñanza, basada en el trabajo en grupo e intercambio oral de información, utilizada para trabajar y profundizar desde el debate y análisis colectivo en un tema predeterminado(...)Su objetivo principal es el profundizar y extender el conocimiento mediante investigaciones científicas.”(pp.1-2)

Siendo este tipo de enseñanza utilizada por las organizaciones con el fin de que su personal sea capacitado enriquecedoras ya que aumentan los conocimientos de su capital humano en relación al *core* de la empresa.

Asimismo, según Nowel, C (2015) la empresa debe facilitar a los colaboradores los medios para actualizarse; publicaciones, documentos básicos, cursos, seminarios, congresos, entre otros. Por lo cual es conveniente que toda la información la instruya una persona responsable del enriquecimiento del mismo, este responsable debe conocer lo que la empresa desee lograr para poder llegar al cumplimiento de la misma. (p.2)

Así como expresa la autora, las diferentes actividades como los seminarios van a permitir que cada colaborador tenga conocimiento de lo que espera lograr la empresa de tal forma que ese colaborador esté actualizado y la organización en conjunto vaya hacia un mismo horizonte.

De acuerdo a Solano, S (2017): “La empresa que se preocupa por mantener informado a los trabajadores de todos los sucesos en la misma, así también de brindarles todas las herramientas necesarias para realizar sus trabajos” (p.18)

Concerniente a lo expresado por la autora se puede determinar que aquella organización que mantiene en constante aprendizaje a sus trabajadores va a encontrar en ellos una mayor motivación ya que saben cuál es el rumbo de la empresa así también mejorar el trabajo en equipo.

1.2.2.2 Eventos Internacionales

Para asegurar la internacionalización de una PYME es necesario, establecer que herramientas o estrategias que podrían emplear para obtener un crecimiento en la organización, como es el caso de eventos internacionales.

Asimismo según Bogotá Emprende (s.f) “son espacios comerciales donde los empresarios tienen la oportunidad de exhibir y comercializar sus productos y servicios, así como conseguir contactos potenciales como compradores, conocer la competencia, las tendencias de los mercados; así como nuevos productos, todo ellos en breve tiempo”. (p.1)

Con lo dado a conocer por Bogotá Emprende, los eventos internacionales son una gran plataforma para que una organización se dé a conocer en el mercado y a los grupos de interés de la misma, con mayor razón si la empresa recién está empezando en su internacionalización.

Cabe indicar que este tipo de estrategias permitirán una mayor red de contactos. De acuerdo a Tabares, S (2012), sostiene que “Bajo la formación de redes interorganizativas, las empresas logran establecer relaciones sociales e informáticas con socios extranjeros en distintas partes del mundo; este tipo de conexiones suelen ser de carácter informático, aunque usualmente se fortalece tremendamente con la asistencia a ferias y eventos internacionales”

Concerniente a lo expresado por la autora, al asistir una pyme a una feria o evento internacional, va a incrementar su red de contactos de tal manera que sus clientes potenciales y su red de información aumenten.

Por otro lado, los eventos internacionales pueden utilizarse para promocionar productos, servicios o incluso una ciudad, como lo expresa Cáceres, D (2018): “Las modalidades más empleadas para impulsar campañas de atracción de inversiones son por un lado la realización de grandes eventos y actividades internacionales” (p.49)

Es decir, que los eventos internacionales van a ser la estrategia mayormente utilizada para impulsar la promoción de algún factor específico, pero para que se dé correctamente es necesario que se tenga el conocimiento adecuado.

Igualmente, Zapata, O (2015) da a conocer que la realización de eventos internacionales ha sido una de las estrategias más exitosas en el proceso de internacionalización de la ciudad, tan solo para el año 2014 se

programaron 90 eventos de gran magnitud en Medellín con un presupuesto de 11.000 millones de pesos. (p.61)

En relación a lo argumentado por el autor, la estrategia de internacionalización que tiene mayores beneficios es la asistencia a eventos o ferias internacionales y mucho más aplicado para una PYME, conjuntamente un crecimiento empresarial de la PYME, pudiendo ser aplicado por la organización ForestSoil para que tenga el mercado mayor conocimiento de los servicios brindados, además de poder ampliar su red de contactos.

1.2.2.3 Misiones Internacionales

La participación en eventos internacionales, las misiones internacionales o comerciales, forman una estrategia a implementar en un plan de internacionalización.

De la misma forma Espejo, A (2018) expresa en su presentación que la Misión Internacional “es un evento comercial organizado por una institución pública o empresa especializada, donde se mantienen reuniones entre compradores y vendedores, normalmente de carácter prospectivo y que permite visitar un país o ser visitado para conocer más a fondo sobre los productos/servicios de la empresa” (p.7)

Es decir, para que una organización lleve a cabo una misión internacional es necesario que tenga ciertos factores listos, de tal forma que se puedan realizar reuniones estratégicas con clientes potenciales.

Igualmente, conforme a Silva, Y, Torres, A y Valadez, J (2015) las modalidades de apoyo económico varían de acuerdo el destino de los recursos o servicios solicitados y pueden ser de aportación de las empresas e incluyen conceptos como pago de piso de exhibición, envío de muestras, campañas promocionales y pagos de boletos de avión para participación en misiones y exposiciones internacionales, así como capacitación en temas de comercio exterior, diagnóstico de potencial exportador, investigación de mercados, planes de negocio de exportación y desarrollo de diseño de la imagen del producto y/o servicio a exportar.

Lo expresado por los autores da a conocer que las misiones internacionales van a ser una estrategia en la cual se necesitará cierta inversión para poder generar

beneficios sustanciales para la organización, atrayendo de esta manera una mayor cantidad de clientes y también poder analizar el destino donde se planea realizar la misión internacional o comercial.

Asimismo, de acuerdo a Paulet, E (2015): “Lo que se necesita para exportar a los mercados internacionales en la fase de conocer el mundo son: hábitos de consumo, tendencias, canales de distribución, formas de negociar, protocolos y participar en ferias y misiones”.

Con lo expuesto por el autor, las misiones internacionales van a ser una de las estrategias iniciales para la internacionalización para conocer a qué país se va a centrar la internacionalización, cabe indicar que dicha misión internacional debe ir acompañada de una investigación sobre qué país es el potencial para realizar dicha misión.

1.2.3 Crecimiento Empresarial

En relación al crecimiento empresarial puede entenderse como el avance de una organización beneficiándola en diferentes aspectos.

De acuerdo a Terán, M (2015): “El crecimiento empresarial es el obtenido por el control de actividades operativas e innovación de los cambios internos y externos como la tecnología, marketing, buen servicio, estrategias de venta y al medio ambiente; llevadas a cabo por el recurso humano de la empresa, mediante estrategias planteadas por los gerentes, para dar cumplimiento a los objetivos propuestos.

La autora quiere dar a conocer que el crecimiento empresarial es el resultado de diferentes acciones por parte de la empresa que van a ser planteadas con anterioridad y con un solo propósito: el crecimiento de la organización.

Asimismo, para determinar el crecimiento de una organización es necesario ver si tanto los aspectos internos como externos se están desarrollando de la mejor manera. Según Núñez, N (2017), recalca que los factores del Crecimiento empresarial son: factores Internos (método para analizar las fortalezas y debilidades de la organización identificando las capacidades directivas, capacidad competitiva, capacidades financieras, capacidades técnicas o tecnológicas y capacidades del talento humano), factores externos (pueden dividirse en las siguientes categorías: Fuerzas económicas, fuerzas sociales, culturales, demográficas y ambientales, fuerzas políticas y fuerzas tecnológicas).

Esto quiere decir que es necesario que se realice un planeamiento estratégico en la organización en función de sus factores internos y externos, asegurando que la organización sea competitiva y por consiguiente tenga un crecimiento.

Concuerda de igual forma, Navas, W (2017) determina que “el éxito de la implementación de la estrategia, dependerá por un parte de factores de tipo interno, tales como la forma de operar del empresario en su entorno, las propias capacidades del empresario y los recursos humanos de la empresa, y por otra, de factores externos, como la evolución del ciclo económico la posición de la competencia y las oscilaciones de la demanda, mirando desde el punto de vista empresarial se debe implementar una estrategia para el logro del crecimiento de las PYME”.

En relación a lo determinado por el autor Navas expresa que, para que la pyme pueda lograr el éxito y la competitividad, es necesario implementar una estrategia junto con los factores internos y externos de tal manera que ambos factores se complementen para conseguir ese crecimiento empresarial.

De la misma forma Burgos, M y Herrera, J (2018) expresan la existencia de: “Una perspectiva basada en la motivación ayuda a entender la manera precisa en la que actúan los directivos o empresarios de la organización y como enfrentan los riesgos e incertidumbre en la toma de decisiones en lo que concierne al crecimiento, entretanto existen otros directivos que con igual o mayor recurso no desarrollan una conducta más emprendedora”.

Acorde a lo expresado por el autor se asevera que es clave que una organización tome en cuenta el entorno de tal manera que esta contribuya al aumento en su competitividad y su crecimiento.

1.2.3.1 Factores Administrativos

En relación a los factores administrativos, de acuerdo a Avolio, B, Mesones, A y Roca, E (s.f): “Entre los factores que más destacan, se identificaron: falta de una visión a largo plazo, planeamiento y conocimiento de mercados” (p.77)

Con lo sostenido por los autores, los factores administrativos van a ser aquellos aspectos implementados para lograr un objetivo a largo o corto plazo, siendo de importancia, tener establecido el planeamiento de la organización además de conocer a los diferentes mercados que tienen cierta relación con la organización

de tal forma que se establezcan mecanismos que beneficien a la organización entre los demás mercados.

De la misma forma, Varela, J y Méndez, J (2017) dan a conocer que: “para motivar la innovación en las PYME, se deben orientar sus objetivos de forma estratégica y a largo plazo (...) además el análisis de mercados debe estar bien definido dado que permite a las compañías identificar fácilmente a los clientes”.(p.46)

Como ha indicado el autor, para que se logre una motivación en innovación, toda la PYME debe enfocar sus objetivos en una sola dirección garantizando el éxito de la planificación planteada por la organización.

1.2.3.2 Factores Internos

El crecimiento en una empresa tiene relación con el equipo humano que va a contar la organización para implementar los planes establecidos. Concerniente sobre qué factores se consideran, Mejía, M y Suarez, S (2017) dan a conocer uno de los factores resaltantes de una organización, como se muestra en la siguiente cita: ” La mano de obra, las empresas deben tener empleados adecuados según las necesidades de la empresa, su actividad económica y expectativa sobre la realización de sus tareas”

Como lo indican los autores, uno de los factores resaltantes de mayor importancia es el capital humano que debe estar acorde con las necesidades y lo planificado por la organización, asegurando un correcto crecimiento empresarial.

Asimismo, Jiménez, L, Montero, J y Parody, K (2015) expresan que los factores internos determinantes para el crecimiento empresarial son: “Factor 1. Capacidad tecnológica y productiva y Factor 2. Calidad en los Recursos Humanos “

Con lo expresado por los autores, los factores internos van a ser aquellos que tengan una relación directa con el desarrollo de la empresa, considerando desde recursos humanos hasta la tecnología utilizada.

1.2.3.4 Factores Externos

Los factores externos en una organización pueden entenderse como aquellos puntos que se encuentran fuera de la organización, pero aun así tienen cierta influencia en ella,

Según Nadal, S y Minondo, A(2019) “El análisis del entorno cuenta con metodologías que ayudan a identificar las variables que repercuten en la organización con el fin de tomar decisiones rápidas y lo más objetivas posibles que permiten: Detectar a tiempo las oportunidades y amenazas que el entorno presenta para su supervivencia y desarrollo, identificar los cambios necesarios para mejorar su relación con el entorno, innovar y reforzar estrategias y factores propios que generan un valor diferencial.”(p.2)

Los autores consideran que para tener un mayor conocimiento de los factores externos se tiene que hacer un análisis del entorno para así contar con la certeza de qué factores tienen influencia en la organización.

De la misma manera, Cruz, M y Segura, F (2015) manifiesta que: “El factor externo puede ser un desencadenante del cambio. Las modificaciones en el entorno representan oportunidades y amenazas con respecto a las cuales las empresas pueden diseñar estrategias de adaptación”

En relación a lo manifestado por Cruz y Segura, al realizar un previo análisis de entorno externo de la organización, se pueden llegar a identificar las oportunidades y amenazas con el fin de que se establezcan estrategias.

1.3 Definición de términos básicos

➤ Capital Humano

Hace referencia a los recursos que tiene una empresa, de sus competencias que derivan en una mejora general de la producción, esto viene dado al viejo concepto que colocaba al capital humano como factor de producción y no haciendo énfasis en la formación del mismo.

➤ Cliente

Persona que compra en una tienda, o que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa. Siendo este muy valorado en cualquier organización o empresa.

- **Competencia**
Situación de empresas que rivalizan en un mercado ofreciendo a los futuros clientes, un mismo producto o servicio.
- **Competitividad**
Es la capacidad de las empresas de un país dado para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado internacional en medio de la competencia con empresas de otros países.
- **Servicios Ecosistémicos**
Procesos a través de los cuales la naturaleza produce resultados beneficiosos para los humanos y el resto de especies del planeta.
- **Especificaciones**
Hace referencia a mencionar algo concreto, aclarar una información que se ha facilitado con anterioridad, dando una explicación detallada.
- **Estrategia**
Es el conjunto de acciones que se implementaran en un contexto determinado con el objetivo de lograr el fin propuesto.
- **Exportable**
Hace referencia a aquel producto o servicio que puede ser exportado.
- **Exportación**
Es la acción y efecto de exportar, en este sentido, es la actividad comercial que consiste en vender productos y servicios a otro país.
- **Factores**
Se usa para referirse al elemento o al condicionante que contribuye a la producción o el logro de un resultado.

➤ **Financiamiento**

Es el acto de hacer uso de recursos económicos para cancelar obligaciones o pagar bienes, servicios o algún tipo de activo particular.

➤ **Globalización**

Es un proceso histórico de integración mundial en los ámbitos político, económico, social, cultural y tecnológico, que ha convertido al mundo en un lugar cada vez más interconectado, en una aldea global.

➤ **Gremios**

Es aquella corporación profesional formada por artesanos y comerciantes de una misma profesión u oficio.

➤ **IGV**

Es un impuesto que grava todas las fases del ciclo de producción y distribución, está orientado a ser asumido por el consumidor final, encontrándose normalmente en el precio de compra de los productos que adquiere.

➤ **Implementación**

Constituye la realización de determinados procesos y estructuras en un sistema. Representa así la capa más baja en el proceso de paso de una capa abstracta a una capa más concreta.

➤ **Internacionalización de empresa**

Es el resultado de la adopción de una serie de estrategias en las que se consideran tanto los recursos y capacidades de la empresa como las oportunidades y amenazas del entorno.

➤ **Marketing**

Es un conjunto de técnicas y métodos con el fin de desenvolver las ventas, comprendiendo el análisis del mercado y los consumidores.

➤ Medio Ambiente

Es el espacio en el que se desarrolla la vida de los seres vivos y que permite la interacción de los mismos. Sin embargo este sistema no solo está conformado por seres vivos, sino también por elementos abióticos y por elementos artificiales.

➤ Mercadería

Se denomina a cualquier tipo de producto, bien, servicio, que es plausible de ser comprado y vendido.

➤ Mercado

Es el lugar destinado por la sociedad en el que vendedores y compradores se reúnen para tener una relación comercial, para esto, se requiere un bien o servicio que comercializar, un pago hecho en dinero y el interés para realizar la transacción.

➤ MINCETUR

Es el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo la cual garantiza el cumplimiento de los requisitos del Sistema de Gestión de la Calidad, y el mejoramiento continuo de los procesos administrativos y de gestión en la ejecución de la Política de Comercio Exterior y Turismo, de acuerdo con los estándares internacionales de calidad.

➤ MYPE

Se entienden como la Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es la unidad constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

➤ Obstáculos

Hace referencia al impedimento, dificultad, inconveniente que no permite la realización de algo.

➤ Organización

Se entiende como la forma como se dispone un sistema para lograr los resultados deseados, siendo un convenio sistemático entre personas para lograr algún propósito específico.

➤ Potencial

Hace referencia a la fuerza o potencia de la que se puede disponer.

➤ Promoción

Es una utilidad que las empresas emplean para dar a conocer sus productos, a manera de información cuando un agente de comunicación promociona algo, es con el fin que a la persona que se le está promocionando, reciba una gratificación por parte de este y tenga la voluntad de adquirirlo por el precio que se le oferta.

➤ PROMPERU

Es un Organismo Técnico Especializado adscrito al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, encargado de la promoción del Perú en materia de exportaciones, turismo e imagen.

➤ Recurso

Hace mención al aprovechamiento o a la satisfacción brindada por un medio o adquisición. Además, es el medio o proceso de cualquier índole que, a falta de necesidad, funciona para conseguir lo que se quiere o pretende. También hace alusión a acción y efecto de recurrir.

➤ Requerimientos

Puede definirse como un atributo necesario dentro de un sistema, que puede representar una capacidad, una característica o un factor de calidad del sistema de tal manera que le sea útil a los clientes o a los usuarios finales.

➤ Servicios

Son un conjunto de acciones las cuales son realizadas para servir a alguien, algo o alguna causa. Los servicios son funciones ejercidas por las

personas hacia otras personas con la finalidad de que estas cumplan con la satisfacción de recibirlos.

➤ **Transfronterizo**

Se refiere a que opera por encima de las fronteras. Hace referencia al Comercio Transfronterizo.

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas

Como se explicó anteriormente, el problema principal de esta investigación es: ¿Existe relación entre exportación de servicios ambientales y el crecimiento de la MYPE ForestSoil?, por lo tanto, en el presente trabajo se considera como hipótesis principal, que la exportación de servicios ambientales se relaciona positivamente en el crecimiento empresarial de la MYPE ForestSoil, de tal manera que la organización con los tantos años de experiencia que tiene pueda incursionar y ser reconocida en el mercado internacional.

Por otro lado, una de las hipótesis derivadas que es considerada, es la participación en seminarios del sector por parte de la MYPE ForestSoil con cierto énfasis sobre el conocimiento sobre el sector ambiental y comercio exterior.

Cabe indicar, la organización no ha llegado a percatarse que, al realizar este tipo de servicios, que son consultorías ambientales, de alguna manera u otra está contribuyendo con la preservación de la biodiversidad del Perú, siendo la empresa ForestSoil responsable socialmente.

Igualmente, al enunciar las posibles hipótesis concernientes al trabajo de investigación, se espera más adelante sustentar dichas hipótesis de tal manera que la empresa ForestSoil pueda interiorizarlas en la organización.

2.1.1 Hipótesis General

La exportación de servicios ambientales se relaciona positivamente en el crecimiento de la MYPE ForestSoil.

2.1.2 Hipótesis Específicas

- ❖ La participación en seminarios del sector como parte de la exportación de servicios se relaciona con los factores administrativos de la empresa ForestSoil.

- ❖ La participación en eventos internacionales de la MYPE ForestSoil contribuyen a mejorar sus factores internos.
- ❖ Las misiones internacionales de la MYPE ForestSoil contribuyen a mejorar sus factores externos.

2.2 Variables y definición operacional

Se establecen dos variables en el presente trabajo de investigación: la exportación de servicios y el crecimiento empresarial. Las dimensiones de la primera, son: Seminarios del sector, participación en eventos internacionales y Misiones Internacionales.

Cabe resaltar que las técnicas para la obtención de información van a ser las encuestas, entrevista y observación.

En relación a la operacionalización de las variables, los indicadores en la dimensión de Seminarios del sector considerados, son: Nivel de conocimiento sobre Comercio Exterior y Nivel de Entendimiento sobre los Servicios Ambientales. En la dimensión participación en eventos internacionales se tomó en cuenta: Nivel de conocimiento sobre estrategias de internacionalización, establecimiento de red de contactos y nivel de participación en eventos internacionales. Por último en misiones internacionales incluye en indicadores: Nivel de inversión para misiones internacionales, estudio de mercado de destino y Nivel de percepción de misiones internacionales

De igual forma, respecto a la segunda variable que es el crecimiento empresarial en este caso de la empresa ForestSoil, siendo la primera dimensión de esta segunda variable los factores Administrativos se consideró :Planificación de seminarios, estrategias establecidas y Planificación orientada al comercio exterior .Concerniente a la segunda dimensión son Factores Internos se tomó en cuenta los siguientes indicadores: Recursos humanos enfocados en los objetivos de la MYPE ,conocimiento del mercado y Capacidad tecnológica y en la última

dimensión son Factores Externos es parte los indicadores :Relación con su gama de clientes ,Análisis de competencia y Nivel tecnológico

Cada una de estas variables han sido analizadas previamente para después establecer las diferentes preguntas que van a ser aquellas utilizadas para la recolección de información.

Por último, se espera que, con la operacionalización de las variables, se refuerce la correcta recolección de información y de esta manera la investigación se vaya desarrollando de forma óptima.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

En relación del diseño metodológico de la investigación se toma en cuenta diversos puntos como son el enfoque, nivel, tipo y diseño, de tal forma que se tenga conocimiento del procedimiento del trabajo de investigación. Dentro de ese marco el trabajo de investigación utilizará el diseño No experimental Transeccional Descriptivo ya que no se realizará la manipulación de las variables de estudio donde se observa los fenómenos tal y como suceden asimismo según Sampieri ,H ,Fernández ,C y Baptista ,M (2014) “Los Diseños no experimentales transeccionales descriptivos indagan la incidencia de las modalidades, categorías o niveles de una o más variables en una población son puramente descriptiva” Es decir que en la presente investigación se dará a conocer la situación específica ahora que tiene la organización ForestSoil. Concerniente al nivel de investigación que se dispuso es aplicada ya que esta se caracteriza por permitir hacer uso de los conocimientos previamente adquiridos, donde se busca solucionar un problema en específico, en ese sentido Hernández, R ,Fernández, C y Baptista P (2014) manifiesta que “La investigación puede cumplir dos propósitos fundamentales :a)producir conocimiento y teorías(investigación básica) y b) Resolver problemas prácticos(investigación aplicada)” Con lo sustentado por autor se corroboró que la investigación es del tipo aplicada donde los resultados de la misma serán implementados de tal modo que cumpla con las posibles soluciones al problema de investigación. De la misma forma el alcance de la investigación fue Descriptivo Simple, de acuerdo a Vara-Horna, A (2012) “Descriptivo Simple recogen datos más o menos limitados, les interesan más las variables que describen grupos que individuos.” Se amoldó de esa manera al problema principal que se plantea en la investigación. Igualmente se usó un enfoque de investigación cuantitativo que conforme Monje, C (2011) expresa que “El método cuantitativo es más estructurado y controlados y general incluyen en el uso de algún instrumento formal que permite obtener la misma información de cada sujeto.” siendo la mejor manera de finalizar, probar y refutar una hipótesis, además de ser útil para comprobar los resultados obtenidos del instrumento específico que se realizó. Teniendo en consideración las opiniones del personal de ForestSoil esperando

que el proceso de recolección de información se dé eficientemente donde se pueda tener una propuesta de acción frente al problema de investigación

3.2 Diseño muestral

El presente trabajo de investigación se establecería criterios de exclusión o inclusión relevante con la meta de que se pueda hallar información clara y precisa, realizando selección de la muestra la cual será estudiada facilitando las respuestas a las preguntas de forma que se pueda verificar los resultados dentro del ámbito de la hipótesis y determinar quiénes serán parte del estudio.

Por su parte, de acuerdo a Vara, A (2012) consigna que “Si la población es pequeña y se puede acceder a ella sin restricciones, entonces mejor trabajar con toda; en este caso; ya no necesitas muestreo”.

En relación a lo consignado por el autor la presente investigación trabajará con toda la población por su tamaño reducido que estará integrado por los trabajadores de la empresa ForestSoil que se singularizan por prestar servicios de estudios ambientales para organizaciones internacionales. También cabe resaltar que la muestra se va dividir en dos grupos: encuesta y entrevista a profundidad.

3.2.1 Encuesta que se realizó a los trabajadores

a) Población

En relación a la población objetivo de la recolección de información a realizarse serán aquellos profesionales que hayan prestado servicios de asesoría ambiental

En referencia a los criterios de inclusión y exclusión para establecer la delimitación poblacional son los siguientes:

- Sexo: Masculino y femenino
- Edad: Entre 21 a 60 años
- Profesión: Indistinto (profesionales que participen en prestación de servicios ambientales)
- Que hayan sido partícipes de importantes contratos de servicios ambientales
- Que sean personal permanente en ForestSoil

- Tengan conocimiento sobre los potenciales clientes de la organización

b) Muestra

La muestra concerniente a la población establecida se tomará en cuenta tanto el marco muestral, técnica de muestreo, tamaño de muestra y como se realizará dicha recolección de información.

Por su parte la encuesta que se desarrollara, se tendrán en cuenta los puntos expresados a continuación:

- Marco Muestral: Profesionales que hayan participado en la prestación de servicios ambientales a organizaciones internacionales.
- Técnica de muestreo: Muestra no probabilístico
- Tamaño de muestra: La muestra seleccionada asciende a 36 personas las cuales se les desarrollara la encuesta.
- Ejecución: Se ejecutará la encuesta a los profesionales que hayan prestado servicios ambientales a organizaciones internacionales. Asimismo, la encuesta se realizará en las oficinas de ForestSoil de tal manera que la muestra en su totalidad culmine las encuestas establecidas.

3.2.2 Entrevista a Profundidad

a) Población

Cabe indicar que se realizará una entrevista a profundidad a la gerente general de ForestSoil, por lo tanto, la población objetivo estará conformada por una sola persona que está a cargo de toda la organización.

En relación a los criterios de inclusión y exclusión son los siguientes aspectos lo cuales se considerarán:

- Sexo: Masculino o Femenino
- Edad: Indistinto
- Profesión: Indistinto (profesión relacionado al core de la empresa)

- Que sea actualmente el gerente general
- Cuento con experiencia en el rubro.

b) Muestra

En referencia a la entrevista a profundidad que se realizaría a la gerente general de ForestSoil se produciría esta entrevista en su oficina previa coordinación.

Asimismo, los factores de la muestra a considerar son los siguientes:

- Marco Muestral: Profesional que se encuentre a cargo de toda la organización en el puesto de gerencia general.
- Técnica de muestreo: Muestra no probabilístico
- Tamaño de muestra: La muestra seleccionada asciende a 1 persona ya que será la única que tiene conocimiento de todos los procesos de la organización.
- Ejecución: Se ejecutará la entrevista a profundidad al gerente general teniendo experiencia en servicios ambientales a organizaciones internacionales. En esta situación la encuesta se realizará en la oficina de ForestSoil de tal manera que la persona entrevistada se siente a gusto expresando la información certera y eficaz.

El total de la muestra de estudio es de 37 personas siendo igual a la población por el tamaño de la misma, se les realizará a 36 colaboradores encuestas estructurada y 1 entrevista a profundidad como se especifica en la Tabla 1, la cual es cantidad suficiente para poder lograr información resaltante y precisa para el trabajo de investigación sin tener la necesidad de repetir respuestas.

Tabla 1. Población y Muestra

SINTESIS DE POBLACIÓN Y MUESTRA		
Muestra N°1	N° personas 36 personas	Aspectos Específicos 36 profesionales que han participado en la prestación de servicios ambientales a empresas internacionales.
Muestra N°2	1 persona	Gerente general de ForestSoil teniendo pleno conocimiento del funcionamiento de la empresa.
TOTAL –PERSONAS	37 personas para la recolección de información	

Fuente: Propia

3.3 Técnicas de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos se realizaron a través de dos instrumentos que son encuestas cerradas por medio de un cuestionario de tipo Likert, complementado con una entrevista a profundidad mediante una guía de entrevista con el objetivo de obtener la información referente a las actividades o estrategias que la organización ForestSoil emplea para poder realizar correctamente sus servicios ambientales en el comercio exterior.

Enfatizando en puntos esenciales que han sido primordiales para la recolección de datos que permitió acceder a los objetivos establecidos al comienzo de la investigación.

En relación al tamaño de muestra se tomó la totalidad de la población como se explicó anteriormente, en cuanto al porcentaje de confianza que se estableció fue el de 95% teniendo un nivel de significancia de 5%, de la misma forma la validez de estos instrumentos fue comprobado por docentes con años de experiencia en administración de negocios internacionales

a) Técnicas de recolección de datos:

La recolección de datos se empleó dos técnicas, la encuesta realizada al personal de ForestSoil y la entrevista a profundidad a la gerente general de la empresa.

Respecto a la encuesta, se brindó un cuestionario con preguntas cerradas de manera que la persona entrevistada pudo elegir de manera rápida una de las alternativas establecidas siendo dirigida a todo el personal de ForestSoil que ha sido participe de la prestación de servicios ambientales que brinda la organización.

De igual manera la entrevista a profundidad se efectuó por medio de una guía de entrevista en la cual la integraron preguntas abiertas en relación al problema de investigación adecuados para el gerente general que fue la entrevistada siendo la meta obtener la información adecuada para contribuir a la hipótesis.

b) Instrumentos de recolección de datos:

Los instrumentos de recolección de datos que se expresan en el cuadro de más adelante son los instrumentos que se utilizó para obtener la información necesaria para el presente trabajo de investigación, siendo específicamente un cuestionario con diferentes preguntas que van ayudar a evaluar las hipótesis propuestas y una guía de entrevista con preguntas más directas a la persona entrevistada.

Tabla 2 : Técnica / Instrumento de recolección de datos

Técnicas de recolección de datos	Instrumentos de recolección de datos
La encuesta	Cuestionario
La entrevista en profundidad	Guía de entrevista

Conjuntamente, en alusión a la encuesta desarrollada a través de un cuestionario al personal de ForestSoil, el cual es conformado por los siguientes puntos:

- Conocimiento sobre Comercio Exterior
- Conocimiento acerca de Servicios Ambientales
- Participación en Seminarios
- Planificación orientada al comercio exterior
- Nivel de participación en eventos internacionales
- Capacidad tecnológica

Igualmente, la entrevista a profundidad contó con una guía de entrevista con preguntas abiertas de tal manera que la persona pudo expandirse en sus respuestas. Cabe resaltar que las respuestas serán importantes debido a que la persona entrevistada es la responsable de toda la organización siendo esencial tener conocimiento de su punto de vista en relación a la internacionalización óptima de ForestSoil.

Integrando en la guía de entrevista criterios mostrados a continuación:

- Capacidad financiera para poder realizar una promoción internacional.
- Gestión de la empresa enfocada a la internacionalización.
- Falta de personal capacitado en internacionalización de servicios.
- Nivel de conocimiento sobre el manual de legislación ambiental
- Nivel de participación de la organización en eventos internacionales anualmente
- La organización cuenta con estrategias de internacionalización

3.3.1 Confiabilidad del instrumento

Análisis de Coeficiente de Cronbach del Instrumento

Todas las Variables

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,971	,971	54

Tabla 3
Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Los miembros de la organización conocen temas de comercio exterior	177,67	640,229	,563	.	,970
La organización ForestSoil realiza exportación de servicios ambientales	177,19	638,161	,649	.	,970
El comercio exterior beneficia a las organizaciones	176,44	650,711	,419	.	,971
Los miembros de la organización conocen en su totalidad el proceso de los servicios ambientales	176,64	637,780	,620	.	,970
La organización ForestSoil da a conocer los servicios ambientales que brinda a sus colaboradores	177,00	626,343	,765	.	,970

El conocimiento sobre los servicios que brinda ForestSoil como servicios ambientales contribuye a la organización	176,44	649,683	,480	.	,970
Los miembros de la organización ForestSoil asisten a seminarios del sector	177,25	638,936	,605	.	,970
La organización ForestSoil brinda la oportunidad de asistir a seminarios a sus colaboradores	177,94	648,968	,306	.	,971
El asistir a seminarios del sector beneficia a la pyme	176,50	640,257	,602	.	,970
ForestSoil Los colaboradores tienen el conocimiento sobre cuáles son las estrategias de internacionalización	177,28	644,606	,532	.	,970
Es positivo que la organización ForestSoil tenga conocimiento sobre las estrategias de internacionalización	176,64	636,523	,741	.	,970

El establecer estrategias de internacionalización beneficia a la pyme ForestSoil	176,64	646,694	,532	.	,970
La empresa ForestSoil tiene una amplia red de contactos	176,81	637,190	,729	.	,970
La pyme ForestSoil utiliza estrategias para ampliar su red de contactos	177,19	635,361	,688	.	,970
Es beneficioso que la organización tenga una amplia red de contactos	176,56	644,540	,605	.	,970
La empresa ForestSoil tiene una participación activa en eventos internacionales	177,14	632,752	,751	.	,970
Es factible que la organización ForestSoil participe en eventos internacionales	176,64	622,694	,849	.	,969
El asistir a eventos internacionales contribuye a la pyme ForestSoil	176,28	636,321	,749	.	,970

La empresa ForestSoil tiene los recursos económicos suficientes para llevar a cabo estrategias de internacionalización	176,69	639,247	,667	.	,970
La pyme ForestSoil es capaz de realizar misiones internacionales	176,61	633,959	,710	.	,970
La organización ForestSoil tiene la inversión adecuada para realizar misiones internacionales	176,78	642,806	,610	.	,970
Es fundamental que al internacionalizarse se debe conocer el mercado de destino	176,44	645,225	,617	.	,970
Las misiones internacionales para realizarse se necesitan un encargado especialista	176,78	658,406	,168	.	,971
Es más certero realizar un estudio de mercado de destino al tener una percepción subjetiva del país de destino	176,61	643,902	,580	.	,970

Los colaboradores tiene el conocimiento sobre las misiones internacionales	177,44	644,368	,602	.	,970
La organización ForestSoil al realizar misiones internacionales la beneficiaria	176,86	649,609	,462	.	,970
Las misiones internacionales son necesarias para la internacionalización de la mype ForestSoil	176,89	651,130	,494	.	,970
La planificación de ForestSoil toman en cuenta los seminarios	177,42	651,107	,445	.	,970
La organización ForestSoil comunica sobre seminarios o capacitaciones a los colaboradores	177,44	638,540	,629	.	,970
Al planificarse seminarios del sector los colaboradores tendrán mayor conocimiento sobre los servicios ambientales	176,58	645,793	,531	.	,970
La mype ForestSoil cumple con lo establecido en su planificación	176,83	630,143	,749	.	,970

Los colaboradores tienen conocimiento de las estrategias establecidas por la Organización ForestSoil	177,25	631,450	,782	.	,969
La organización ForestSoil motiva constantemente a sus colaboradores sobre las estrategias que han establecido	177,25	632,421	,730	.	,970
Actualmente la organización ForestSoil cumple con su planificación	176,83	633,686	,788	.	,969
La planificación planteada por la mype ForestSoil se orienta al comercio exterior	177,42	640,021	,740	.	,970
Es beneficioso que la empresa ForestSoil tome en cuenta en su planificación su intención de internacionalizars e	176,28	636,149	,753	.	,970
Los colaboradores tienen conocimiento sobre los objetivos actuales de la mype ForestSoil	177,11	644,216	,699	.	,970

La organización ForestSoil realiza actividades que ayudan a interiorizar los objetivos de la misma	177,50	633,286	,714	.	,970
El cumplimiento de los objetivos de la organización ForestSoil depende sus recursos humanos	175,97	643,456	,496	.	,970
Los colaboradores tienen conocimientos sobre el sector medioambiental	176,42	634,764	,699	.	,970
La organización ForestSoil debe realizar un estudio de mercado para tener certeza el país de destino de las exportaciones de destino	176,67	641,886	,714	.	,970
Una organización que evalúa el sector que se encuentra le permite establecer mejores estrategias	176,33	641,600	,692	.	,970
Las herramientas de la organización ForestSoil son de alta tecnología	177,33	644,571	,605	.	,970

La organización ForestSoil renueva sus herramientas de servicios ambientales acorde a la tecnología actual	177,31	645,875	,677	.	,970
La tecnología en los servicios ambientales son primordiales	176,11	641,530	,645	.	,970
La mype ForestSoil tiene una amplia red de clientes	176,64	638,980	,755	.	,970
La organización ForestSoil mantiene una relacion estrecha con sus clientes	176,81	648,675	,514	.	,970
Los clientes de la mype ForestSoil se sienten satisfechos con el servicio brindado	176,83	650,886	,535	.	,970
La mype ForestSoil realiza análisis de su competencia	177,44	636,025	,721	.	,970
El análisis de la competencia ayuda a las pequeñas y medianas empresas a establecer estrategias	176,31	649,133	,483	.	,970

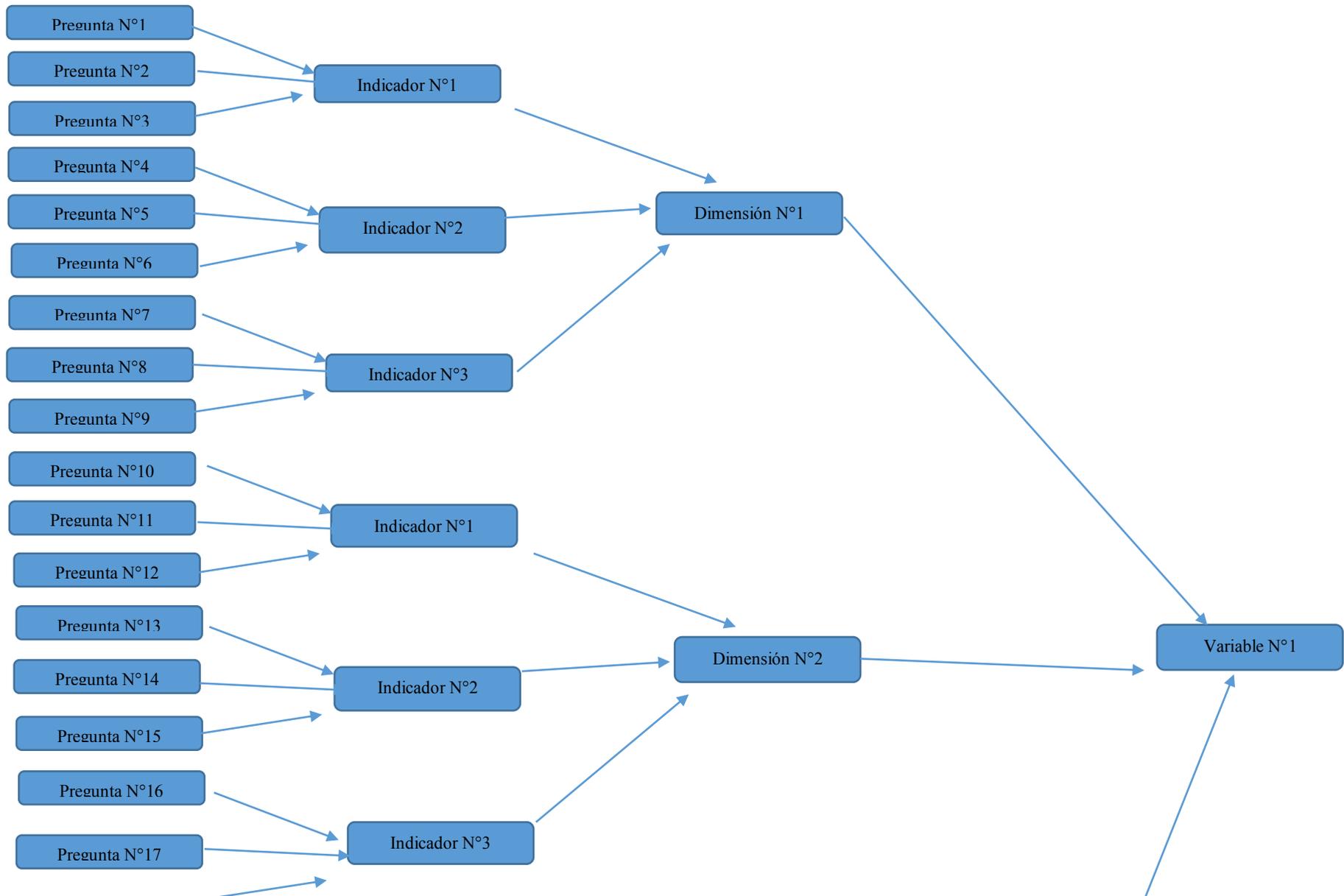
La mype ForestSoil al conocer su competencia innova en sus actividades de exportación de servicios	177,28	647,806	,634	.	,970
Las herramientas de la organización ForestSoil deben ir acorde al nivel tecnológico del mercado	175,94	653,711	,386	.	,971
El proveedor de herramientas de servicios ambientales de la mype ForestSoil va acuerdo a la tecnología actual	177,64	651,437	,458	.	,970
Un factor determinante para el cliente extranjero es la tecnología de la organización	176,00	659,486	,176	.	,971

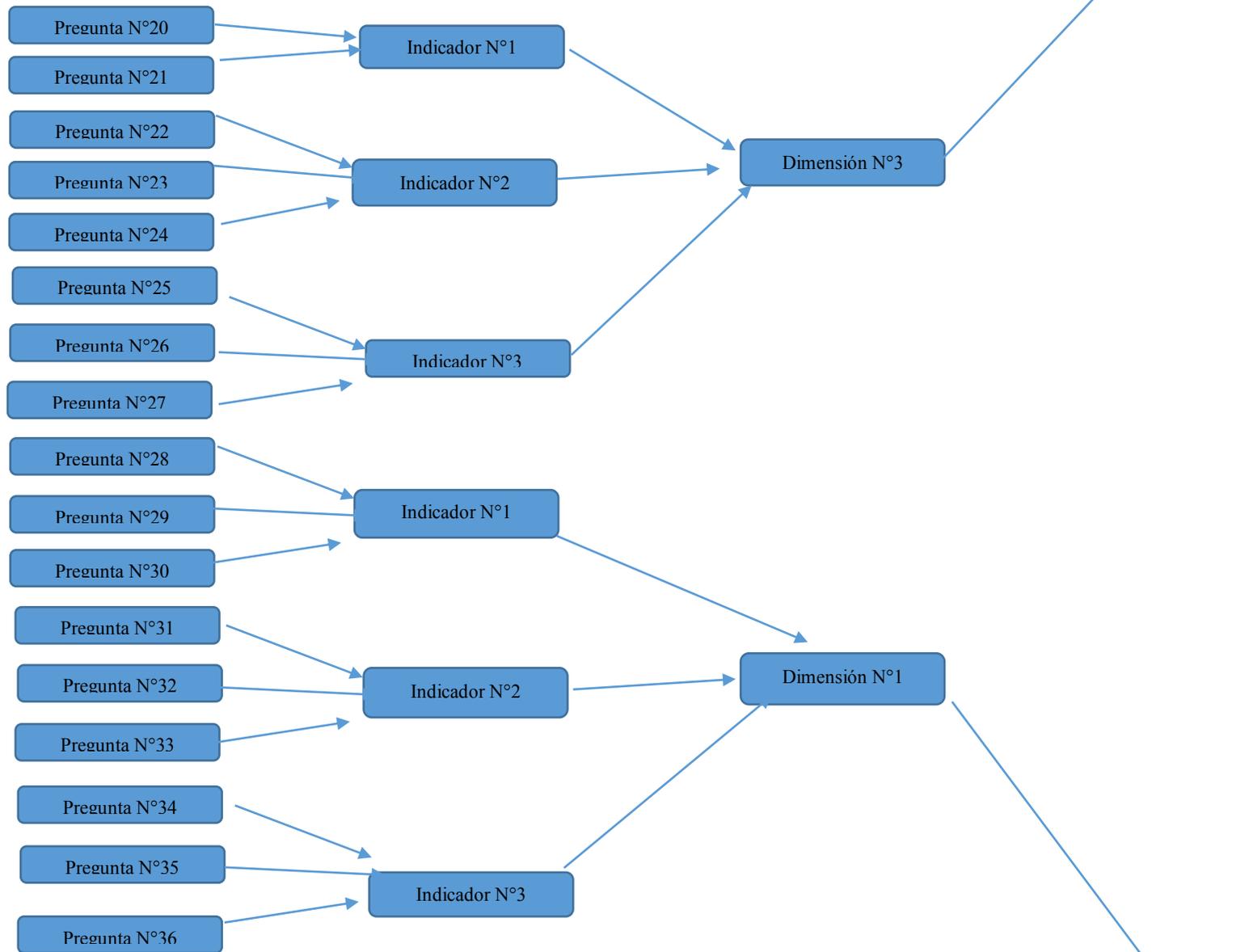
Fuente: Propia

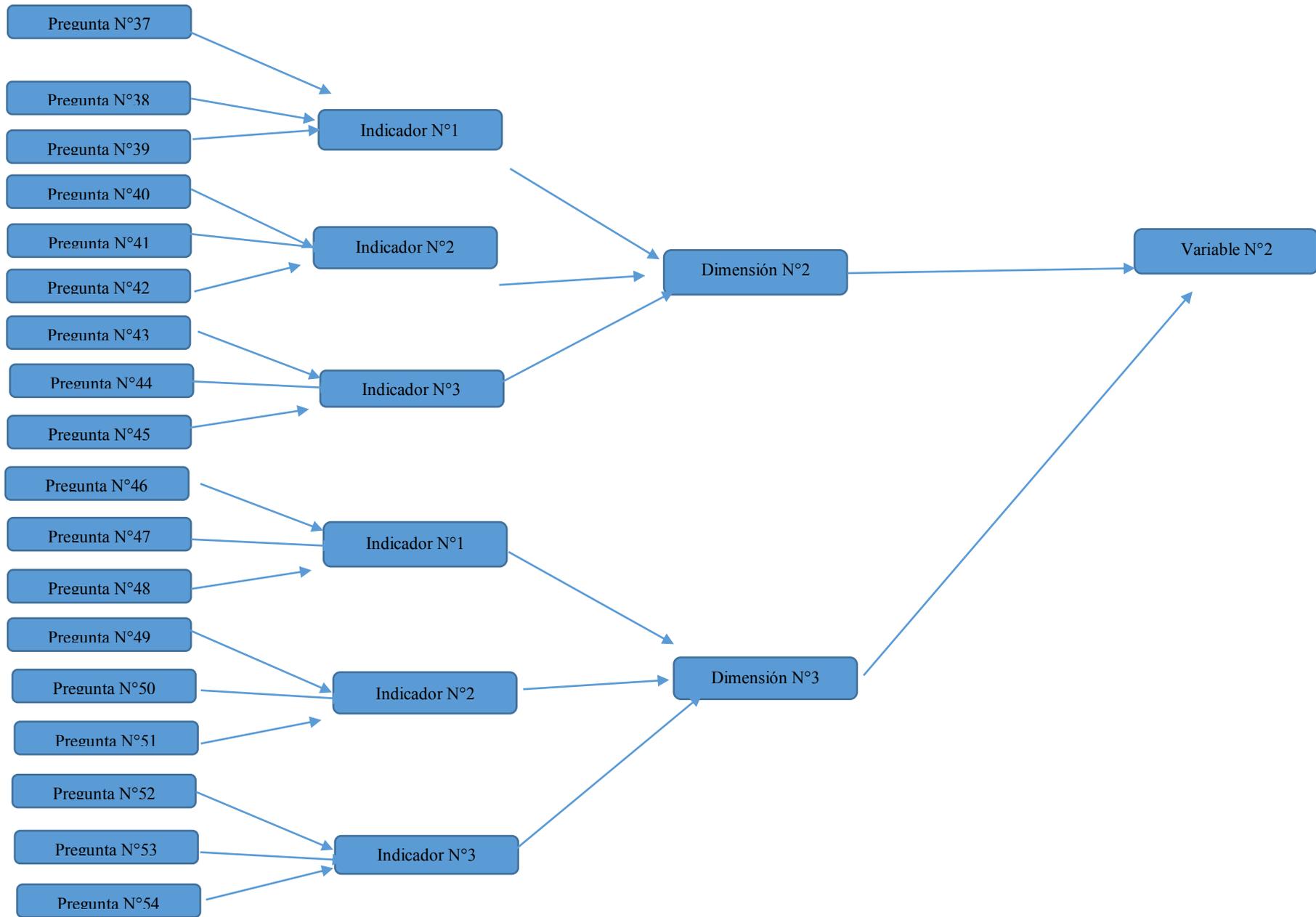
En relación a los resultados de la prueba del Alfa de Cronbach la cual nos indica el nivel de confiabilidad del instrumento de acuerdo a Sampieri, H, Fernández, C y Baptista, M (2014). "Las alfa de Cronbach varían, pero todas mayores a 0.65 que es el mínimo para que sea un instrumento confiable.". Esto quiere decir que al haber obtenido un resultado 0.975 el instrumento es totalmente confiable.

Construcción de la Escala Promedio

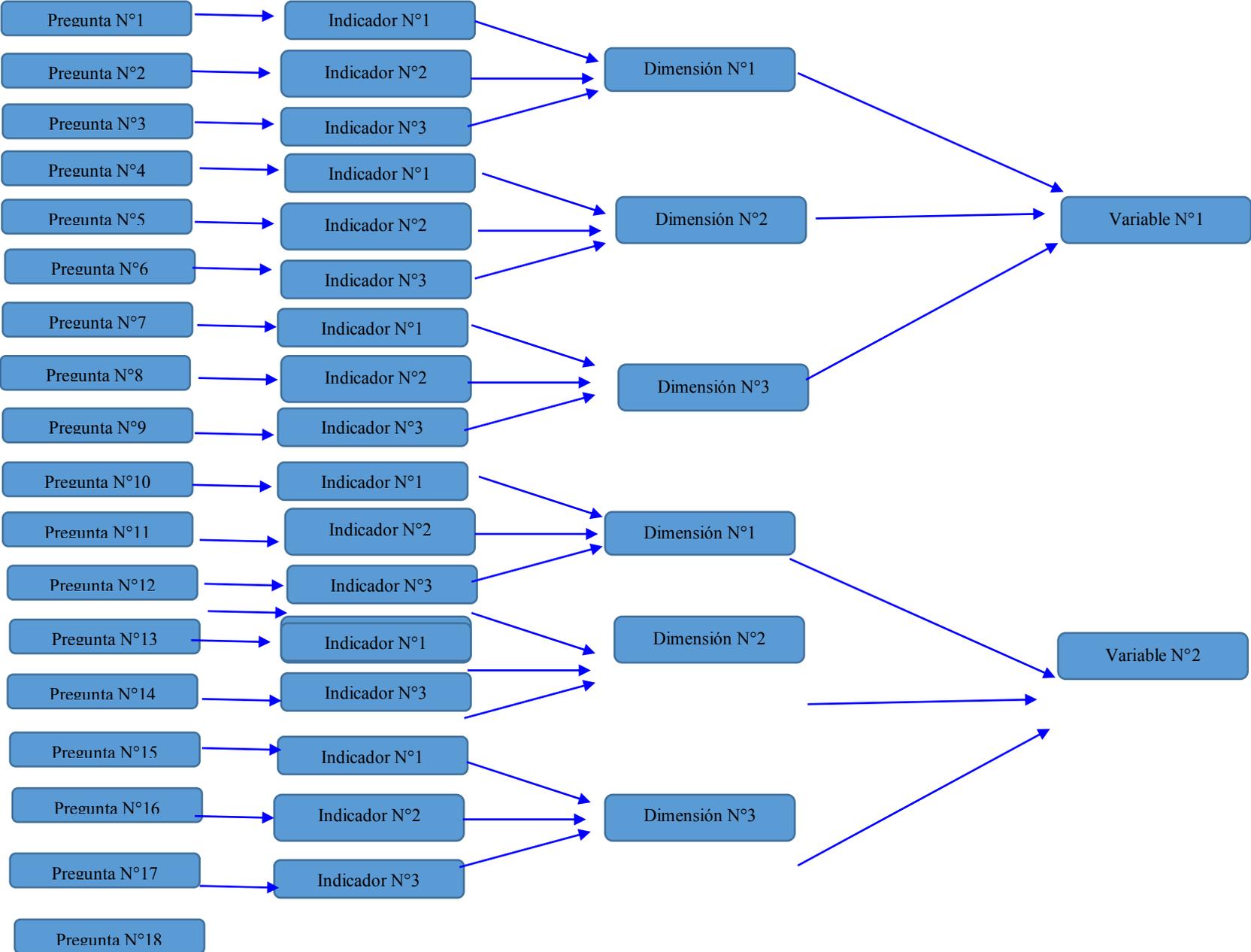
Hace referencia al procedimiento de ir agrupando la información a través de una escala promedio la cual se presenta a continuación, considerando las preguntas realizadas, los indicadores y las dimensiones de la investigación.







En la presente investigación se realizó una entrevista a profundidad la cual se va cuantificar de tal forma que se pueda determinar el grado de correlación entre ambas variables.



3.3.2 Validez del instrumento

Validez de Contenido

Tabla 4
VALIDACION DE EXPERTOS

EXPERTOS	ENCUESTA		GUIA DE ENTREVISTA	
	Puntaje	%	Puntaje	%
1.Mg. Ramos Matta, Pedro	713	66%	250	69%
2.Mg. Ramírez Malpica , Augusto	1080	100%	360	100%
3.Mg. Ruiz Chávez ,Pilar	1060	98.15%	360	100%
PROMEDIO	951	88%	323	90%

Fuente: Propia

Como se puede analizar el presente cuadro todos los expertos validaron los instrumentos que se iban a desarrollar al personal de la empresa ForestSoil, dando seguridad de que dichos instrumentos van a medir aquellas variables que se quieren investigar.

3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Luego de haber realizado la recolección de información se usó diversos métodos para procesar la información. Primeramente, se llevó a cabo la encuesta a los trabajadores, luego se realizó la entrevista profundidad al gerente general.

Además, se explica cómo se procedió a realizar la encuesta a los colaboradores de ForestSoil:

- a. Como instrumento se realizó un cuestionario estructurado siendo conformado por 54 preguntas.
- b. Se les explicó detenidamente a los encuestados el motivo de la investigación conjuntamente con los objetivos planteados.

- c. Se entregó las encuestas en las oficinas correspondientes de cada trabajador.
- d. La encuesta fue resultado por el personal en un máximo de 6 minutos.
- e. La recolección de datos se desarrolló por la investigadora.
- f. Se examinó las encuestas si es que han sido llenadas correctamente.
- g. Se procedió a realizar la tabulación de la información.
- h. Se elaboraron gráficos estadísticos mostrando los porcentajes de los resultados alcanzados.
- i. Los resultados de las encuestas se compararon con las hipótesis propuestas anteriormente.

El procedimiento de la realización de la entrevista a profundidad fue el siguiente:

- a. Se formuló una entrevista a profundidad como instrumento de medición para el gerente de general de la empresa.
- b. Se conversó previamente con el gerente general para disponer un poco de su tiempo para la realización de la entrevista.
- c. La entrevista se llevó a cabo en un máximo de 15 minutos.
- d. Se contó con apuntes, datos estadísticos, noticias, actualización, etc. para asegurar la entrevista.
- e. La entrevista fue grabada haciendo uso de una grabadora de voz para luego verificar la información recogida.
- f. Se trasladó la información del entrevistado en un documento.

- g. Se procedió a analizar la información de modo que se pueda categorizar las respuestas brindadas.
- h. Se desarrolló resúmenes y comentarios por cada pregunta teniendo en cuenta su respuesta, con énfasis en las más resaltantes.
- i. Los resultados fueron comparados con las hipótesis propuestas.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 Resultados de la investigación

4.1.1. Descripción de la muestra

Características de la muestra

Muestra: Está compuesta por los colaboradores de la empresa ForestSoil, haciendo uso de los instrumentos de recolección de datos, entrevista y encuestas.

Tabla 5
MUESTRA

	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	
	ENCUESTA	ENTREVISTA
Población Objetivo	<p>En relación a la población objetivo de la recolección de información a realizarse serán aquellos colaboradores de la pyme ForestSoil.</p> <p>En referencia a los criterios de inclusión y exclusión para establecer la delimitación poblacional son los siguientes: Sexo: Masculino y femenino</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Edad: Entre 21 a 60 años ✓ Profesión: Indistinto (profesionales que participen en prestación de servicios ambientales) ✓ Que hayan sido participes de importantes contratos de servicios ambientales ✓ Que sean personal permanente en ForestSoil ✓ Tengan conocimiento sobre los potenciales clientes de la 	<p>Concerniente a la población objetivo se realizó el presente instrumento al gerente general de la organización ForestSoil, por lo mismo se establecieron algunos criterios generales en relación al puesto gerencial que posee.</p> <p>En relación a los criterios de inclusión y exclusión son los siguientes aspectos lo cuales se considerarán:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Sexo: Masculino o femenino ✓ Edad: Indistinto ✓ Profesión: Indistinto (profesión relacionado al core de la empresa) ✓ Que sea actualmente el gerente general ✓ Cuento con experiencia en el rubro.

	organización	
Marco Muestral	Profesionales que hayan participado en la prestación de servicios ambientales a organizaciones internacionales.	Profesional que se encuentre a cargo de toda la organización en el puesto de gerencia general.
Técnica de Muestreo	Muestra no probabilístico	Muestra no probabilístico
Tamaño de la muestra	La muestra seleccionada asciende a 36 personas las cuales se les desarrollará la encuesta.	La muestra seleccionada asciende a 1 persona, ya que es la única que tiene conocimiento de todos los procesos de la organización
Ejecución	Se ejecutará la encuesta a los colaboradores de la organización ForestSoil. Asimismo la encuesta se realizara en las oficinas de ForestSoil de tal manera que la muestra en su totalidad culmine las encuestas establecidas.	Se ejecutará la entrevista a profundidad al gerente general teniendo experiencia en servicios ambientales a organizaciones internacionales. En esta situación la encuesta se realizará en la oficina de ForestSoil de tal manera que la persona entrevistada se siente a gusto expresando la información certera y eficaz.

Fuente: Propia

4.1.2. Análisis Descriptivo Simple

Análisis de la Investigación

En relación del diseño metodológico del plan de investigación se tomará en cuenta diversos puntos como son el enfoque, nivel, tipo y diseño, de tal forma que se tenga conocimiento del procedimiento del trabajo de investigación. Dentro de ese marco el trabajo de investigación utilizará el diseño será No experimental debido a que no se realizará la manipulación de las variables de estudio donde se observa los fenómenos tal y como son. Concerniente al nivel de investigación que se va a disponer es aplicada la cual se caracteriza por permitir hacer uso de los conocimientos anteriormente adquiridos donde su objetivo es solucionar un problema determinado.

Por otro lado, el alcance de la investigación será Descriptivo Simple, ya que se va a analizar o describir los grupos más que las variables. Igualmente se usará un diseño de investigación cuantitativo siendo útil para comprobar los resultados obtenidos de la investigación realizada. Teniendo consideración las opiniones del personal de ForestSoil esperando que el proceso de recolección de información se dé eficientemente donde se pueda tener una propuesta de acción frente al problema de investigación.

Cabe indicar que la técnica de análisis de datos a emplear es el Coeficiente de Spearman, ya que esta técnica va hacer posible poder determinar el grado de relación entre las dos variables anteriormente mencionadas.

Por último, la prueba de hipótesis para determinar la normalidad a desarrollarse será de Prueba de Shapiro ya que el tamaño de la muestra con la que se cuenta es reducido, menor a 50, la cual tiene como objetivo determinar si rechaza o se acepta la hipótesis nula.

Análisis de Resultados de la Entrevista a Profundidad

- * Instrumentos: Entrevista
- * Variable 1 y Variable 2: Exportación de Servicios Ambientales y Crecimiento Empresarial

Resumen de la información de la entrevista al Gerente General

Tabla 6

ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Nombre	Gladys López Rivadeneyra
Institución	ForestSoil
Cargo	Gerente General
Experiencia en el Cargo	22 años
Años de experiencia	44 años
¿Cómo valoraría el conocimiento que tiene el personal de ForestSoil sobre comercio exterior?	Tenemos conocimiento en líneas generales y términos de referencia para el comercio exterior, pero en forma general y no sectorizada en las actividades que elaboramos.
¿Cómo valora el conocimiento del personal acerca de los servicios ambientales?	Contamos con amplio conocimiento en todo el ámbito de servicios medioambientales además de contar con personal experto en el área.
¿Cómo calificaría la participación de la mype ForestSoil en seminarios?	Calificaría como una oportunidad para nosotros para dar a conocer nuestros servicios a más posibles clientes.
¿Cómo valoraría la implementación de estrategias de internacionalización en la mype ForestSoil?	Las valoro como pasos que nos van ayudar a que se desarrolle la internacionalización de mejor manera.
¿Cómo valora los contactos empresariales de la empresa ForestSoil?	Nosotros consideramos a nuestros contactos como aquellos nexos que nos van a permitir dar un mejor servicio, además de aumentar de esa forma la imagen de nuestra empresa.

<p>¿Cómo considera la participación de la organización ForestSoil en eventos internacionales?</p>	<p>Hemos tenido cierta participación en eventos nacionales y uno internacional pero no con la misma frecuencia que la hace nuestra competencia.</p>
<p>¿Cómo describiría el nivel de inversión de la mype ForestSoil para realizar misiones internacionales?</p>	<p>Actualmente la organización si se podría planificar para llevar a cabo una misión internacional si así se requiriera.</p>
<p>¿Considera importante el hacer un estudio de mercado de destino al internacionalizarse?</p>	<p>No hay exigencia de los clientes para saber el mercado de destino, sin embargo, actualmente los potenciales clientes se encuentran establecidos en diferentes países.</p>
<p>¿Considera una estrategia de internacionalización adecuada realizar misiones internacionales?</p>	<p>No tenemos un amplio conocimiento en comercio exterior pero si fuera adecuada para la organización realizarlas estaríamos de acuerdo.</p>
<p>¿Considera beneficioso para los colaboradores ser parte de seminarios del sector?</p>	<p>Si tratamos de capacitar a nuestros colaboradores y que ellos también asistan a seminarios para que se encuentren empapados del core de la empresa.</p>
<p>¿Cómo calificaría el control de las estrategias establecidas en la organización?</p>	<p>El directorio tiene un control mensual y semanal de todas las estrategias y proyectos que tenemos en marcha.</p>
<p>¿La organización ha considerado en su planificación su intención de internacionalización?</p>	<p>Por ahora queremos tener mayor información acerca de la probable internacionalización de ForestSoil para luego incorporarla en la próxima planificación.</p>
<p>¿Cómo valora la comunicación con el</p>	<p>Nosotros como organización ponemos</p>

<p>personal sobre los objetivos de la MYPE ForestSoil?</p> <p>¿Considera que la organización ForestSoil tiene un conocimiento constante del mercado que se enfoca?</p> <p>¿Cómo calificaría la capacidad tecnológica en los servicios ambientales que brinda la organización ForestSoil?</p> <p>¿Cómo valora la relación que tiene la mype ForestSoil con cada uno de sus clientes?</p> <p>¿Cómo valoraría el análisis que realiza la organización ForestSoil de su competencia?</p> <p>¿Cómo considera el nivel tecnológico de la mype ForestSoil?</p>	<p>esfuerzos para que la comunicación con nuestros colaboradores sea transversal, además de ir comunicando ciertos aspectos de la organización.</p> <p>Contamos con cierta limitancia es la falta de conocimiento de normas y el conocimiento del mercado para ser competitivos y determinar los servicios que se podrían realizar.</p> <p>La capacidad tecnológica que contamos va acorde a las normativas además de tratar que sea la adecuada para brindar un buen servicio.</p> <p>La relación con nuestros clientes es la más estrecha siempre tratando de tener una comunicación constante a través de un seguimiento.</p> <p>Hoy en día nos falta un mejor análisis de la competencia.</p> <p>Considero que el nivel tecnológico de los instrumentos utilizados para el desarrollo de actividades a nivel internacional está definidos por normativas vigentes en diferentes naciones.</p>
---	---

Fuente: Propia

En relación al análisis de datos que se realizó a la entrevista otorgada por la gerente general de la empresa ForestSoil, se ha podido identificar categorías específicas a través de la técnica de categorización, las cuales hizo referencia a las siguientes:

- Calidad de los instrumentos de servicio ambiental de ForestSoil
- Factores internos de la pyme ForestSoil
- Factores externos de la organización ForestSoil
- Participación en eventos internacionales
- Participación de los colaboradores en Seminarios del Sector

Asimismo se realizó un análisis detenido de la información recopilada mediante la entrevista a profundidad en donde se pudo establecer que si bien es cierto la gerente general de la empresa ForestSoil tiene muchos años de experiencia en el puesto, tiene un conocimiento amplio en lo que se refiere a la prestación de servicios ambientales ya que conoce que el establecimiento de los instrumentos utilizados en las mediciones ambientales va de acuerdo a normativas internacionales, pero no la organización no da la debida importancia a la relación con sus clientes en los cuales no tratan de afianzar o fidelizar dicha relación con sus clientes de manera concreta, el cual es un punto muy importante para motivar un crecimiento empresarial en la organización.

Además, no han considerado los recursos financieros necesarios para que se desarrolle una promoción internacional, es decir, que la promoción de sus servicios internacionalmente no estaba entre sus planes organizacionales. De la misma manera la organización tiene cierto conocimiento de comercio exterior en general, pero no han considerado que el rubro de comercio exterior pueda ser implementado a la organización o al core de la empresa, es decir que la organización tiene un desconocimiento de que los servicios ambientales pueden ser exportados de la misma forma que un bien.

Consiguientemente, la gerente general dio a conocer que el área de la organización que falta mejorar para que contribuya en gran parte al crecimiento empresarial de la ForestSoil, es el área de Marketing, ya que como comentaba la gerente general en algunas de las reuniones que se realizaron, el área de marketing de la empresa tiene un solo personal que solo se encarga de dicha área algunos días a la semana, lo cual hace que ese punto tan importante hoy en

día en las empresas juegue en contra de la organización, retrasando el crecimiento potencial que tiene ForestSoil. Conjuntamente con la posible capacitación que les brinda a sus colaboradores, pero no la suficiente para que su capital humano sea competitivo para una internacionalización.

Cabe indicar, que la organización tampoco tiene un área dedicada explícitamente en la exportación de servicios que la organización realiza ya que no tienen conocimiento que al prestar servicios a empresas internacionales ya están exportando sus servicios.

Fiabilidad del Instrumento (Encuesta)

En este subtema se va analizar el grado de confiabilidad que posee el instrumento realizado que fueron las encuestas. Asimismo, cabe resaltar que el método más adecuado para la presente investigación es el Coeficiente de Cronbach ya que solo se desarrolló una sola medición haciendo posible determinar la consistencia interna de los ítems y el instrumento en general.

En el caso para el coeficiente de Cronbach se codificó en cada ítem de acuerdo a la escala de Likert donde los valores fueron:

- 1 = Totalmente en Desacuerdo
- 2= En Desacuerdo
- 3= Neutral
- 4=De Acuerdo
- 5=Totalmente De Acuerdo

K	54
Sum. Valor	32
VT	659

Sección 1	1.02
Sección 2	0.95

	0.97
--	------



Considerando los criterios requeridos en la fórmula de coeficiente Cronbach, se pudo obtener un coeficiente de 0.97, lo que quiere decir que los ítems realizados apuntan todos a la misma dirección ya que se acerca bastante al 1, asimismo de la existencia de una correlación fuerte habiendo menos indicios de error en la medición y brindando la seguridad de que el instrumento produzca resultados coherentes y concisos.

Fiabilidad de Constructo

La fiabilidad de constructo de la presente investigación se ha empleado el coeficiente Alfa de Cronbach la cual ha sido realizada anteriormente para determinar la fiabilidad del instrumento ya que el coeficiente de Cronbach da a conocer que tan relacionados están las variables y la medida de este coeficiente da por entendido que los ítems miden un mismo constructo. Siendo el coeficiente de Cronbach de este instrumento de 0.97 es decir tiene una correlación fuerte y adecuada ya que se acerca al límite que es 1.

Análisis Exploratorio de los Datos

La presente investigación desarrollara un análisis exploratorio de datos a través del diagrama de cajas para que sea posible identificar si existen datos

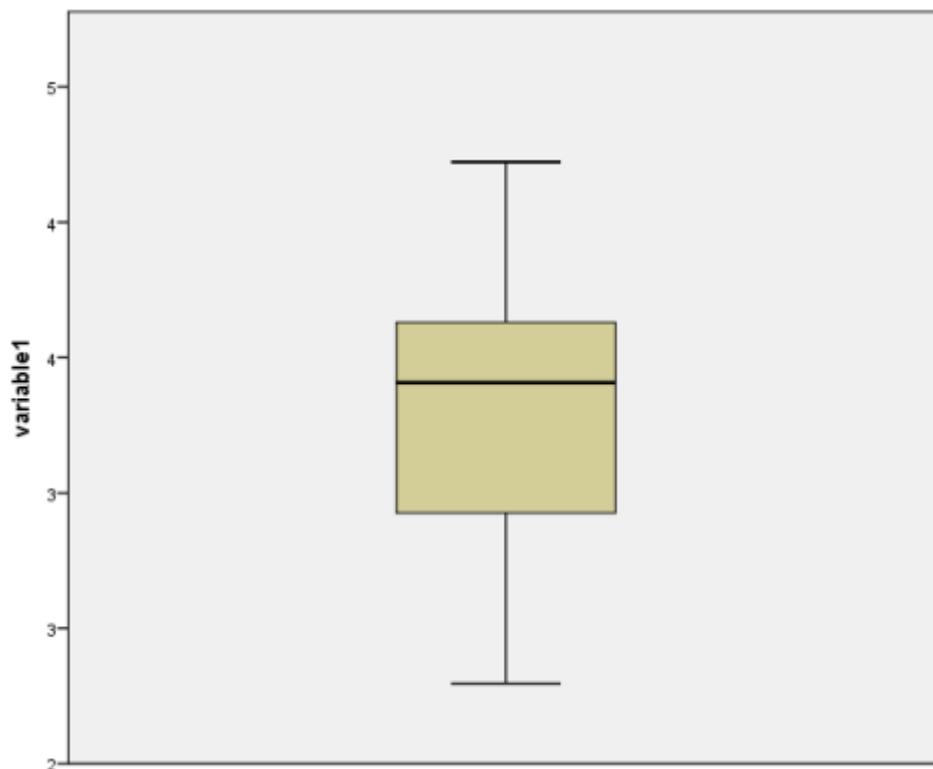
discordantes, siendo el correcto para el alcance de la investigación que es descriptivo.

Tabla 7
ANÁLISIS- DIAGRAMA DE CAJAS
Resumen de procesamiento de casos

Estadísticos		
variable1		
N	Válido	36
	Perdidos	0
Mínimo		2
Máximo		4
Percentiles	25	2,91
	50	3,41
	75	3,65

Fuente: Propia

FIGURA 3
Diagrama de cajas – Variable 1



Elaboración: Propia

Como se puede observar en el diagrama de cajas correspondiente a las dimensiones de la variable 1 que son: Seminarios del sector, Participación en eventos internacionales y misiones internacionales respectivamente.

En lo concerniente a la dimensión 1 que es la participación de los colaboradores de la organización ForestSoil en seminarios del sector se puede analizar que hay cierta asistencia a los seminarios según lo expresado por la gerente.

Se puede analizar de la misma forma que la dimensión 2, Participación en eventos internacionales ha existido cierta presencia internacionalmente, pero la organización no ha estado enfocada a ese mercado internacional.

Cabe indicar también que la dimensión 3, Misiones Internacionales, consideran adecuado la realización de misiones internacionales si consideran necesario para la internacionalización, además de que los colaboradores tienen un mínimo de conocimiento sobre comercio exterior.

En relación a toda la variable 1, se puede determinar al observar el gráfico de cajas que la escala promedio para la variable 1 fue la escala 3 Neutral.

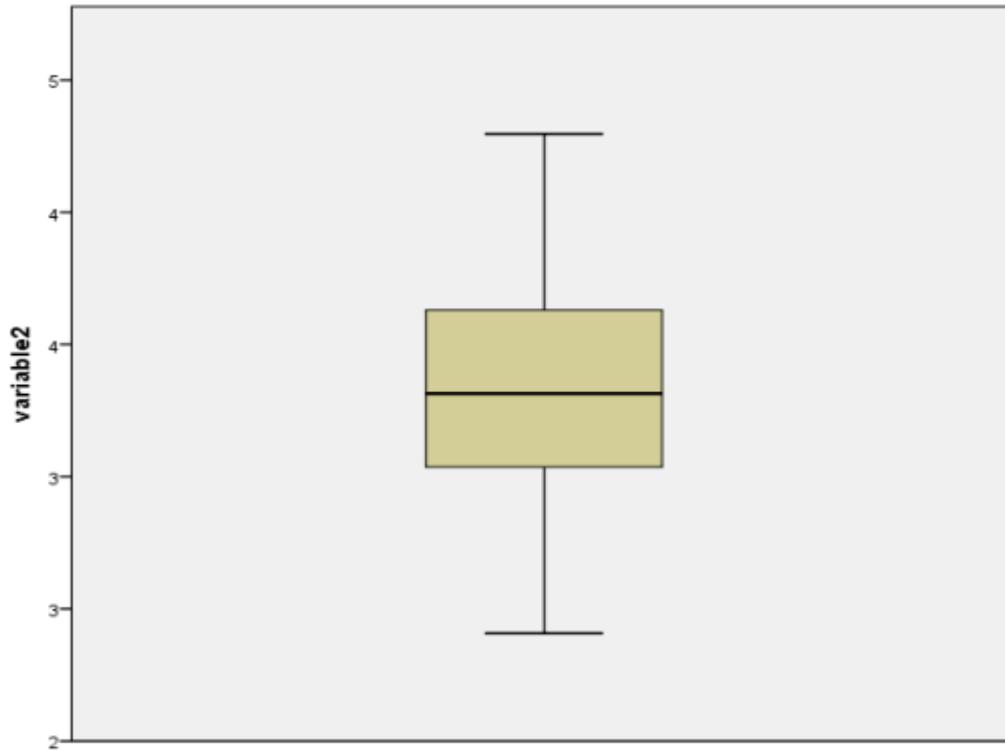
Tabla 8

**ANÁLISIS- DIAGRAMA DE CAJAS
Resumen de procesamiento de casos**

Estadísticos		
variable2		
N	Válido	36
	Perdidos	0
Mínimo		2
Máximo		4
Percentiles	25	3,04
	50	3,31
	75	3,63

Fuente: Propia

FIGURA 4
Diagrama de cajas – Variable 2



Como se puede observar en el diagrama de cajas correspondiente a las dimensiones de la variable 2 que son: factores administrativos, factores internos y factores externos.

En lo concerniente a la dimensión 1 que son los factores administrativos, el directorio de la organización tiene cierta disposición en enfocar la planificación al comercio exterior, además de comunicar las estrategias que emplean con cierta frecuencia a sus colaboradores.

Asimismo, en relación a la dimensión 2, factores internos de la organización los colaboradores sienten que la organización no realiza actividades para interiorizar los objetivos de la organización además de promover la asistencia a seminarios del sector.

Concerniente a la dimensión 3, factores externos, la organización ForestSoil trata de que la relación con sus clientes se mantenga de alguna manera, además de tener un nivel tecnológico promedio de las herramientas de la pyme.

En cuanto a toda la variable 2, se puede asegurar al verificar el gráfico de cajas que la escala promedio para la variable 2 fue la escala 3 Neutral.

Prueba de Normalidad

La prueba de normalidad se ha realizado a través del gráfico Q-Q el cual nos permite identificar si los valores presentes tienen una distribución normal. Se ha desarrollado esta prueba de la variable Exportación de Servicios Ambientales y la variable Crecimiento Empresarial.

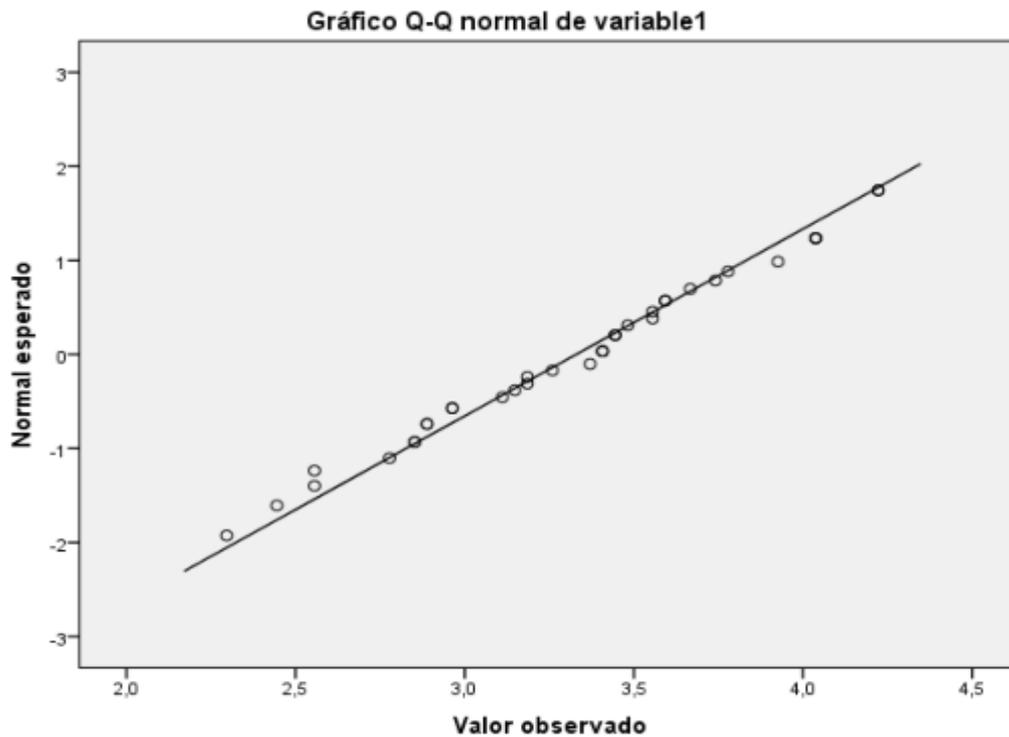
Tabla 9
ANÁLISIS DE NORMALIDAD
Resumen de procesamiento de casos

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístic	gl	Sig.	Estadístic	gl	Sig.
	o			o		
variable1	,090	36	,200*	,978	36	,668
variable2	,069	36	,200*	,977	36	,653

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

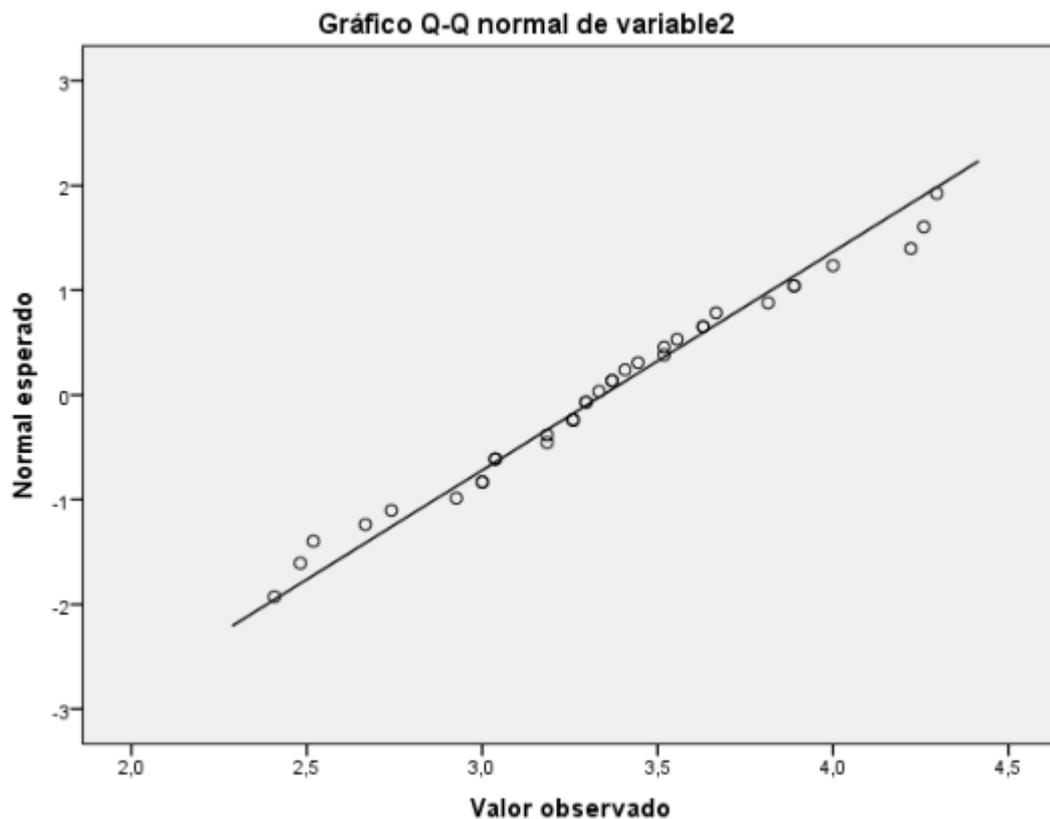
FIGURA 5
Análisis de Normalidad



Elaboración: Propia

En relación al análisis de normalidad realizado a la variable 1 se puede ver que la mayoría de los datos están cerca de la normalidad, los cuales deben ser que tienen opiniones parecidas concernientes a la variable 1 Exportación de servicios ambientales.

FIGURA 6
Análisis de Normalidad



Elaboración: Propia

Concerniente al análisis de normalidad realizado a la variable 2 se puede ver que la mayor cantidad de los datos están cerca de la línea de normalidad, los cuales deben ser que tienen respuestas parecidas en relación a la variable 2 Crecimiento Empresarial.

4.1.3. Verificación de los objetivos o contrastación de las hipótesis

4.1.3.1. Subtítulo derivado del objetivo o hipótesis específica 1

- La participación en seminarios del sector como parte de la exportación de servicios se relaciona con los factores administrativos de la MYPE ForestSoil.

Tabla 10

		seminarios	admin
seminarios	Correlación de Pearson	1	,818**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	36	36
admin	Correlación de Pearson	,818**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	36	36

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

Fuente: Propia

La hipótesis específica 1, como se ha venido desarrollando a través de la Correlación de Pearson, siendo el resultado una muy buena correlación (0.81) entre una de las dimensiones seminarios del sector y la variable de factores administrativos.

Primer Objetivo Específico

- Determinar en qué medida la participación en seminarios del sector como parte de la exportación de servicios se relaciona con los factores.

Concerniente a la hipótesis específica se puede determinar que la participación en seminarios del sector tiene una muy buena correlación con la variable de factores administrativos, esto quiere decir que el la participación en seminarios del sector, es decir que el personal tenga el conocimiento sobre el sector ambiental es relevante en dicha relación con los factores administrativos donde se incluyen la planificación de seminarios o capacitaciones al personal siendo un beneficio para los colaboradores y para la internacionalización de la organización.

Prueba de Hipótesis

- ❖ Planteamiento de la Hipótesis

$H_0: \rho_s = 0$: No existe correlación entre las variables Seminarios del sector y factores administrativos.

$H_1: \rho_s \neq 0$: Existe correlación entre las variables Seminarios del sector y factores administrativos.

- ❖ Nivel de Significancia = 5%

- ❖ Estadística de Prueba

$$t_{cal} = \frac{r_s}{\sqrt{\frac{1-r_s^2}{n-2}}} = \frac{0.81}{\sqrt{\frac{1-0.81^2}{36-2}}} = 5.85$$

- ❖ Comparar

$t_{cal} = 5.85 > t_{tab(0.975, 34)} = 5.10$ entonces se

Rechaza la hipótesis nula.

- ❖ Conclusión

La asociación entre participación en Seminarios del sector y factores administrativos es estadísticamente significativa ya que el tcal es mayor además de tener un porcentaje cerca al 1.

4.1.3.2. Subtítulo derivado del objetivo o hipótesis específica 2

- La participación en eventos internacionales de la MYPE ForestSoil contribuye a mejorar sus factores internos.

Tabla 11

Correlaciones

		evento	interno
evento	Correlación de Pearson	1	,884**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	36	36
interno	Correlación de Pearson	,884**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	36	36

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

Fuente: Propia

En relación a la hipótesis específica 2, mediante la correlación de Pearson, dando el resultado una muy buena correlación (0.88) entre las dimensiones que son factores administrativos y la variable de participación en eventos internacionales.

Segundo Objetivo Específico

- Determinar en qué medida la participación en eventos internacionales de la MYPE ForestSoil contribuyen a mejorar sus factores internos

Se puede determinar respecto a la segunda hipótesis establecida que los factores internos tienen una muy buena relación con la variable participación en eventos internacionales, es decir que la organización debe enfocarse en reforzar sus factores internos, ya que va a permitir que la empresa se consolide de tal manera que sea atractiva a clientes extranjeros pudiendo mejorar de esta manera su exportación de servicios.

Prueba de Hipótesis

- ❖ Planteamiento de la Hipótesis

$H_0: \rho_s = 0$: No existe correlación entre las variables eventos internacionales y factores internos.

$H_1: \rho_s \neq 0$: Existe correlación entre las variables eventos internacionales y factores internos.

Nivel de Significancia = 5%

- ❖ Estadística de Prueba

$$t_{cal} = \frac{r_s}{\sqrt{\frac{1-r_s^2}{n-2}}} = \frac{0.88}{\sqrt{\frac{1-0.88^2}{36-2}}} = 10.86$$

- ❖ Comparar

$t_{cal} = 10.86 > t_{tab(0.975, 34)} = 10.30$, entonces se

Rechaza la hipótesis nula.

- ❖ Conclusión

La asociación entre la participación en eventos internacionales y factores internos es estadísticamente significativa

4.1.3.3. Subtitulo derivado del objetivo o hipótesis específica 3

- Las misiones internacionales de la MYPE ForestSoil contribuyen a mejorar sus factores externos.

Tabla 12

Correlaciones

		misiones	externo
misiones	Correlación de Pearson	1	,610**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	36	36
externo	Correlación de Pearson	,610**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	36	36

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

Fuente: Propia

En relación a la hipótesis específica 3, mediante la correlación de Pearson, dando el resultado una correlación moderada (0.61) entre las dimensiones que son factores externos y la variable misiones internacionales.

Tercer Objetivo Específico

- Determinar en qué medida las misiones internacionales de la MYPE ForestSoil contribuyen a mejorar sus factores externos

Se puede determinar respecto a la tercera hipótesis establecida que los factores externos tienen una relación moderada con la variable misiones internacionales, se entiende que la organización debe realizar algunas misiones internacionales debido a que va hacer posible que la empresa tenga una mejora en relación a sus factores externos que son parte importante para la internacionalización de la MYPE.

Prueba de Hipótesis

- ❖ Planteamiento de la Hipótesis

$H_0: \rho_s = 0$: No existe correlación entre las variables misiones internacionales y factores externos.

$H_1: \rho_s \neq 0$: Existe correlación entre las variables misiones internacionales y factores externos.

Nivel de Significancia = 5%

- ❖ Estadística de Prueba

$$t_{cal} = \frac{r_s}{\sqrt{\frac{1-r_s^2}{n-2}}} = \frac{0.61}{\sqrt{\frac{1-0.61^2}{36-2}}} = 4.49$$

- ❖ Comparar

$t_{cal} = 4,49 > t_{tab(0.975, 34)} = 3.06$, entonces se

Rechaza la hipótesis nula.

- ❖ Conclusión

La asociación entre las misiones internacionales y factores externos es estadísticamente significativa

4.1.3.3. Subtítulo derivado del objetivo o hipótesis general

- La exportación de servicios ambientales se relaciona positivamente con el crecimiento de la MYPE ForestSoil

Tabla 13

Correlaciones

		variable1	variable2
variable1	Correlación de Pearson	1	,895**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	36	36
variable2	Correlación de Pearson	,895**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	36	36

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

Fuente: Propia

Como se determinó inicialmente, en la presente investigación para la comprobación de los resultados se ha desarrollado la Correlación de Pearson en el cual se ha obtenido una correlación moderada (0.895) entre la exportación de servicios ambientales y el crecimiento empresarial

Objetivo General

- Identificar la relación entre la exportación de servicios ambientales y el crecimiento de la MYPE ForestSoil

En relación a la hipótesis determinada se puede aseverar que la exportación de servicios se relaciona con el crecimiento de la empresa ForestSoil por lo mismo que hay una correlación entre estas variables, de la misma forma se puede decir que la influencia es positiva, ya que en la información recopilada en la entrevista a profundidad se pudo identificar que la organización no le otorga la importancia necesaria a la exportación de servicios al igual que el mejorar el potencial de su personal para su internacionalización.

Prueba de Hipótesis

- ❖ Planteamiento de la Hipótesis

$H_0: \rho_s = 0$: No existe correlación entre las variables exportación de servicios ambientales y crecimiento empresarial.

$H_1: \rho_s \neq 0$: Existe correlación entre las variables exportación de servicios ambientales y crecimiento empresarial.

- ❖ Nivel de Significancia = 5%
- ❖ Estadística de Prueba

$$t_{cal} = \frac{r_s}{\sqrt{\frac{1-r_s^2}{n-2}}} = \frac{0.895}{\sqrt{\frac{1-(0.89)^2}{36-2}}} = 11.47$$

- ❖ Comparar

$t_{cal} = 11.47 > t_{tab(0.975, 34)} = 6.02$, entonces se

Rechaza la hipótesis nula.

- ❖ Conclusión

La asociación entre exportación de servicios ambientales y crecimiento empresarial es estadísticamente significativa.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1. Discusión de resultados

En el presente acápite se presenta la discusión de resultados del análisis realizado para estudiar La exportación de servicios ambientales y su relación con el crecimiento de la empresa ForestSoil, para una muestra no probabilística de 37 colaboradores de la organización para tal fin la discusión de los resultados será explicado en títulos que comprenden las hipótesis específicas (objetivos específicos) y la hipótesis general (objetivo general) formuladas en esta investigación.

Medina, L (2015). “La exportación de servicios presenta oportunidades atractivas, por ello hay que tener presente que la mayor parte del mundo es “competencia” (...) es necesario entonces elaborar estrategias destinadas a potenciar las condiciones favorables para adentrar en la exportación de servicios”.(p.12)

Con esta perspectiva se inicia la discusión de los resultados obtenidos en función de las hipótesis formuladas en esta investigación, haciendo referencia a la exportación de servicios y como este con una buena implementación de estrategias puede traer beneficios como la contribución al crecimiento de la empresa. De la misma forma, como al ampliar su mercado a otros países contando con la experiencia que tiene la empresa ForestSoil va también mejorar la imagen de la organización.

5.1.1. Subtitulo derivado del objetivo o hipótesis específica 1

Hipótesis 1

- La participación en Seminarios del sector como parte de la exportación de servicios influye en los factores administrativos de la empresa ForestSoil.

En cuanto a la hipótesis específica 1 hace relación a la participación en Seminarios del sector ambiental por parte de la empresa ForestSoil y su influencia en los factores administrativos de la organización.

De acuerdo a los resultados concernientes a la Hipótesis 1 se pudo determinar que la mayoría de los colaboradores (44%) consideran que el participar en seminarios del sector beneficia a la MYPE ForestSoil. De la misma manera los colaboradores no han asistido a seminarios del sector haciendo que el personal

de la MYPE ForestSoil no esté con totalmente capacitada para una internacionalización.

Contrastando los resultados obtenidos en la hipótesis N°1 , asemeja a la investigación de Díaz, X, Torres, L y Chacón, R(2018) en su sustentación de “Análisis de los principales factores internos y externos que influyeron en el desempeño positivo de las exportaciones de las Born Global Firms peruanas para la partida 6109.10.00.31 pese al decrecimiento del sector textil peruano” presentada en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas donde los resultados que presentó esta investigación fue que los programas de capacitación orientados a la exportación y seminarios especializados en el sector textil ha contribuido al crecimiento de las exportaciones de las Born Global Firms, de la misma manera de contaron con un fuerte eslabonamiento con proveedores y clientes presenta una ventaja competitiva estableciendo relaciones a largo plazo. Se puede determinar entre ambas investigaciones la importancia de tener al capital humano capacitado en el sector en el que se desempeña la organización beneficiando de esta manera a la exportación de bienes o servicios como es el caso de la MYPE ForestSoil.

5.1.2. Subtitulo derivado del objetivo o hipótesis específica 2

Hipótesis 2

- La participación en eventos internacionales de la MYPE ForestSoil contribuye a mejorar sus factores internos.

En relación a la hipótesis específica 2 hace referencia a la participación en eventos internacionales de la organización ForestSoil y si esta contribuye con sus factores internos.

En relación a los resultados obtenidos concerniente a la hipótesis 2 el 50% del personal de ForestSoil expresa que el realizar eventos internacionales va a otorgar beneficios a la MYPE además del 39% de los colaboradores que consideran que la organización tiene la capacidad de ser parte en eventos internacionales.

Entre los resultados determinados en los antecedentes nacionales resalta Coronel, C (2018) en su tesis de licenciatura “Factores de la Competitividad en la Asociación de Productores Agropecuarios Francisco Alvitez Reque, para la

mejora de la cadena productiva del esparrago” Presentada en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Escuela de Economía. La investigación precisa que los factores tanto internos como externos van a tener influencia en la competitividad y crecimiento de la asociación haciendo inferencia en los factores internos de la empresa.

Contrastando los resultados de la hipótesis 2, se asimila a la investigación de Coronel, donde los factores internos tienen una influencia en el crecimiento de la organización, para lo mismo es necesario que la MYPE apueste por su capital humano y más aún si es una organización de servicios.

De igual forma esta investigación se asimila a la de la autora Jiménez, K (2017) en su tesis de licenciatura “Propuestas de estrategias de internacionalización para las empresas del sector lácteo de la ciudad de Sincelejo” en la Universidad Tecnológica de Bolívar teniendo como objetivo principal diseñar estrategias de internacionalización para las empresas del sector lácteo en la ciudad de Sincelejo mediante un análisis de las condiciones de competitividad y acceso a mercados. En los resultados obtenidos de dicha investigación los empresarios entrevistados afirmaron no tener los medios para comunicarse con potenciales compradores internacionales a través de la participación en eventos de comercio internacional, esto incluye no contar con una persona contratada para esta función además de la cierta desinformación de los empresarios.

Entre la presente tesis y la investigación sustentada por Jiménez se puede identificar cierta similitud entre los resultados de ambas, concerniente al desarrollo de eventos internacionales ya que ambas tienen la disposición de llevar a cabo esta estrategia internacional pero no cuenta con el conocimiento o asesoramiento suficiente en la internacionalización de las organizaciones.

En el caso de la organización ForestSoil cuenta con la disposición de los colaboradores para realizar conjuntamente eventos internacionales, pero con la diferencia que de acuerdo a los resultados la mype ForestSoil tiene una gran cantidad de clientes.

5.1.3. Subtitulo derivado del objetivo o hipótesis específica 3

Hipótesis 3

- Las misiones internacionales de la MYPE ForestSoil contribuyen a mejorar sus factores externos.

En relación a la hipótesis específica 3 hace referencia a que las misiones internacionales van a contribuir a mejorar los factores internos de la MYPE ForestSoil.

Concerniente a resultados de la hipótesis 3, los colaboradores tienen una postura neutral en relación a la amplia red de contactos de la organización con un 44 %, de igual forma concerniente al análisis de competencia que realiza ForestSoil, 47% del personal se muestra neutral.

De acuerdo a los resultados determinados en los antecedentes resalta Quispe, P (2017) en su tesis de posgrado “Factores que influyen en el desarrollo de modelos de negocios en empresas de base tecnológica asistidas por una incubadora de negocios, estudio de casos” en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Teniendo como objetivo principal el analizar y describir los factores que influyen en el desarrollo de modelos de negocios en EBT asistidas por una incubadora de negocios ;para contribuir en generar lineamientos que favorezcan su reinversión y evolución iterativa en las empresas ,en esta investigación se aplicó un método de naturaleza cualitativa-descriptiva con caso de estudio múltiple con unidad de análisis correspondiente en donde se analizó el modelo de negocio en 5 empresas de base tecnológica asistida por una incubadora. Asimismo, los resultados obtenidos dan a conocer que los factores externos identificados influyen en los modelos de negocios de las empresas como entes promotores de adaptación y búsqueda de oportunidades, porque determinan las condiciones del ecosistema en el que interactuaran las empresas además de considerar como factor externo preponderante al mercado, el cual demanda soluciones cada vez más sofisticadas que representan retos constantes para las empresas.

Asimismo, los resultados de la investigación de Quispe con la presente tesis se asemejan, ya que ambas consideran que es necesario que la organización conozca las nuevas tendencias del sector y mercado donde se desarrollan es decir tener conocimiento de sus factores externos. En relación a la organización ForestSoil como lo expresó la gerente general no realizan un estudio de mercado

asimismo de la competencia de la organización para identificar oportunidades potenciales.

Igualmente, Duque, L y Camelo, P (2017) en su sustentación de grado denominada “Estrategias de Internacionalización para las PYME del sector textil y confección en Bogotá” en la Universidad de la Salle. Los resultados obtenidos en la investigación se resaltaron que las pymes colombianas valoraban los servicios ofrecidos por ProColombia para la orientación interna, asesoría y financiación para la participación en ferias internacionales y misiones comerciales aun así se su participación es escasa debido a su falta de conocimiento en el proceso de internacionalización.

De la misma forma, se puede identificar cierta similitud la investigación de Duque y Camelo con la presente tesis en sus resultados, ya que ambas concuerdan que es factible desarrollar misiones internacionales, pero en el caso de la investigación de la Universidad de La Salle recomiendan que se tenga un conocimiento del proceso de internacionalización antes de realizar una misión internacional.

5.1.4. Subtitulo derivado del objetivo o hipótesis general

Hipótesis General

- La exportación de servicios ambientales se relaciona positivamente con el crecimiento de la MYPE ForestSoil

En relación a la hipótesis determinada se puede aseverar que la exportación de servicios va influir en el crecimiento de la empresa ForestSoil por lo mismo que hay una correlación entre estas variables.

Igualmente, en relación a los antecedentes nacionales de acuerdo a lo expresado por Milla, L (2016) en su tesis doctoral “Globalización en la Gestión de las pequeñas y medianas empresas (pymes) de confecciones en San Juan de Lurigancho, periodo 2011-2012”, presentada en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Contables. En esta investigación los resultados obtenidos es que la globalización incide positivamente en la gestión de las pequeñas y medianas empresas, a través de ellas se desarrolla los medios de comunicación, tecnología, inversión extranjera y capital humano.

En relación a la hipótesis que ha sido demostrada en la presente tesis, se puede distinguir cierta similitud con la investigación de Milla, las cuales han demostrado que la apertura internacional de una mype va incidir positivamente en la organización. Es decir, que la MYPE ForestSoil al internacionalizarse con toda la información correspondiente y la organización comprometida en su totalidad puede lograr que sea satisfactoria su exportación de servicios.

Por otro lado, Castañeda, E y Mendoza, C (2016) en su tesis de grado “Propuesta de Internacionalización para una Pequeña Empresa de sector de plásticos en Bogotá: Estudio de Caso PLASMOTEC SAS” en la Universidad de La Salle. Los resultados de la investigación son que el proceso de internacionalización no representa un proceso fácil, sin embargo, los esfuerzos requeridos pueden ser recompensados cuando las empresas se focalizan en un proceso gradual de compromiso, lo que implica una búsqueda de información con el fin de adquirir conocimientos previos de las necesidades y expectativas de los mercados metas.

Cabe indicar que la presente tesis se asemeja con la investigación de Castañeda y Mendoza debido a que en el caso de la empresa ForestSoil cuentan con la disposición de la internacionalización de la organización además de tener conocimientos previos del proceso de internacionalización para que se desarrolle de la manera más óptima.

CONCLUSIONES

- La participación en Seminarios del sector como parte de la exportación de servicios influye de manera fuerte en los factores administrativos de la empresa ForestSoil. Año 2019.
- La participación en eventos internacionales de la empresa ForestSoil contribuyen significativamente a mejorar los factores internos de la MYPE ForestSoil. Año 2019.
- Las misiones internacionales contribuyen a los factores externos de la empresa ForestSoil. Año 2019.
- La exportación de servicios se relaciona positivamente con el crecimiento de la empresa ForestSoil. Año 2019.
- La mayoría del personal de la MYPE ForestSoil considera beneficioso que se tome en cuenta en su planificación la internacionalización de los servicios.
- La internacionalización de la empresa ForestSoil va traer beneficios a la organización mejorando su crecimiento.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere que la organización ForestSoil capacite a sus colaboradores mediante seminarios del sector ambiental asegurando su competitividad para una posible internacionalización.
- Se propone que la empresa ForestSoil identifique la información necesaria antes de ser parte de un evento internacional asegurando de esta manera la imagen de la organización incrementando sus clientes.
- Se recomienda que la organización ForestSoil realice un análisis de competencia identificando oportunidades de mejora para su internacionalización.
- Se recomienda que la MYPE ForestSoil innove la tecnología que emplean para brindar sus servicios ambientales.
- Se sugiere que la empresa ForestSoil investigue acerca de los beneficios que otorga el estado a las empresas exportadoras
- Es necesario que la organización ForestSoil fortalezca la relación entre la organización para que todos estén comprometidos con la internacionalización de la empresa.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- ❖ Álvarez, J y González, O (s.f). *La internacionalización de las empresas de servicios en España: Los Factores Explicativos*. p.5
- ❖ Avolio, B ,Mesones, A y Roca, E(s.f). *Factores que limitan el Crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú(MYPES)*.
- ❖ Bogotá Emprende (s.f). *Eventos Internacionales*. Cámara de Comercio de Bogotá.
- ❖ Burgos, M y Herrera, J (2018). *Investigación cualitativa para establecer las Principales Causas que Limitan el Crecimiento de las Pymes*. Universidad de Guayaquil.
- ❖ Burgos, X. y Vigo, F. (2017). *Estrategia de Internacionalización del Mango en la Asociación APEPAYAC de la Provincia de San Miguel con vías de exportación*. Universidad Privada Antonio Guillermo Urrerilo. Perú.
- ❖ Cáceres, D(2018). *Proceso de Internacionalización de Lima Metropolitana desde la perspectiva de la alianza Euro-Latinoamericana de Cooperación entre ciudades (AL-LAs)retos y posibilidades*. Universidad San Ignacio de Loyola.
- ❖ Cámara de Comercio de Lima (2018). *El Impulso del Sector Servicios*. La Cámara.
- ❖ Carranza, A.(2016). *El Biocomercio como estrategia de gestión de la Biodiversidad en Colombia*. Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Recuperado de <http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/3734/1/Carranzalbag%C3%B3nAngieMarjorie2016.pdf>
- ❖ Castañeda, E y Mendoza, C (2016). *Propuesta de Internacionalización para una Pequeña Empresa de sector de plásticos en Bogotá: Estudio de Caso PLASMOTEC SAS*. Universidad de La Salle
- ❖ Castiblanco, S, Castro, O y Gómez, A (2017). *El Sector de Servicios en Colombia: Una Exploración de la Relación entre Innovación e Internacionalización*. Dimensión Empresarial.15(2)p.124.
- ❖ Comisión Nacional Forestal de México l(s.f). *Servicios Ambientales y Cambio Climático*. Recuperado de <http://www.conafor.gob.mx:8080/documentos/docs/24/2727DOSSIER.pdf>

- ❖ Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2017). *El papel de la Economía y el Comercio de Servicios en la Transformación Estructural y el Desarrollo Inclusivo*. Recuperado de https://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/c1mem4d14_es.pdf
- ❖ Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (6 de junio de 2017). *El papel de la Economía y el comercio de servicios en la transformación estructural y el desarrollo inclusivo*. Quinto periodo de sesiones.
- ❖ Coronel, C (2018). *Factores de la Competitividad en la Asociación de Productores Agropecuarios Francisco Alvitez, Reque, para la Mejora de la Cadena Productiva del esparrago*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- ❖ Chamorro, A (s.f). *Seminario, Ciencia ,el Método Científico, la Investigación y sus Fases*. Contenidos del Curso de Seminario. Recuperado de <https://cocatiz.files.wordpress.com/2010/07/libro-de-texto-para-seminario.pdf>
- ❖ Cruz, M y Segura, F (2015). *Factores que inciden en el crecimiento y alto desempeño de las Empresas Gacela*. Revista Pymes, Innovación y Desarrollo.
- ❖ Diario Gestión (20 de noviembre 2018). *CCL: Sector servicios exportó solo el 8.3% de su PBI en 10años*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/ccl-sector-servicios-exporto-8-3-pbi-10-anos-250464>
- ❖ Diario Gestión (02 de octubre 2017). *Promperú: Perú planea fortalecer la exportación de servicios y espera superar los US\$6,760 millones*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/promperu-peru-planea-fortalecer-exportacion-servicios-espera-superar-us-6-760-millones-219936>
- ❖ Díaz, K(2016). *La Normatividad Ambiental y la Sustentabilidad de las empresas públicas en México*. Instituto Politécnico Nacional. México.
- ❖ Diaz, X , Torres, L y Chacon, R(2018). *Análisis de los principales factores internos y externos que influyeron en el desempeño positivo de las exportaciones de las Born Global Firms peruanas para la partida 6109.10.00.31 pese al decrecimiento del sector textil peruano*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

- ❖ Duque, L y Camelo, P (2017). *Estrategias de Internacionalización para las pymes del sector textil y confección en Bogotá*. Universidad de la Salle.
- ❖ Espejo, A (2018). *Taller: Cómo Sacar provecho a las Misiones Comerciales*. Consorcio Zona Franca de Vigo. Recuperado de <http://www.zonafrancavigo.com/red/downloads/pdf/bd3d46137e22aed0763703815a154dff.pdf>
- ❖ Fuentes, L(2016). *Aproximación a los factores determinantes de la competitividad de la empresa de distribución comercial*. Universidad de La Laguna. Santa Cruz de Tenerife:España.
- ❖ Giraldo, E, Osorio, L y Tobón, M (junio del 2015). *Los Servicios Ecosistémicos en el ordenamiento ambiental del Suelo Suburbano del Municipio de Pereira, estudio de caso*. Luna Azul. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/luaz/n40/n40a16.pdf>
- ❖ Gonzales, I (2017). *Comercio Exterior de Servicios. Seminario miércoles del Exportador*. PromPeru. Recuperado de <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=17006F14-0094-4CAC-8821-34A77772F7CB.PDF>
- ❖ Hernandez, R, Fernandez, C y Baptista P (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill.
- ❖ Huertas, J y Pizarro, M (2017). *Factores críticos de éxito para la exportación de servicios de software en el Marco de la Alianza del Pacífico*. Universidad de Ciencias Aplicadas.
- ❖ Jiménez, L, Montero, J y Parody, K (2015). *Análisis de los factores internos de competitividad: caso de las empresas lácteas del Cesar, Colombia*. Revista Ciencias Estratégicas. Recuperado de <https://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciasestrategicas/article/viewFile/7604/6936>
- ❖ Lara, R, Sauer, P y Sterbova, L.(2017) *Comercio Mundial de Bienes y Servicios ambientales. Desempeño y Retos de la Industria Mexicana*. Revista de Economía Institucional, Vol.19, N°37.Mexico.
- ❖ Llerena, C y Yalle, S (2014) *Servicios ecosistémicos en el Perú*. Xilema VOL. 27.

- ❖ López, A, Niembro, A y Ramos, D (Julio, 2017). *La Empresa de Servicios en América Latina: Un estudio exploratorio sobre factores de competitividad internacional, obstáculos y políticas públicas*. Tec Empresarial. Costa Rica
- ❖ Medina, L(2015).*Exportación de servicios de diseño e identidad corporativa desde el Estudio Demaro*. Universidad Nacional de La Plata, Escuela de Postgrado de Marketing Internacional.
- ❖ Mejía, M y Suarez, S (2017). *Factores Internos y externos de las empresas que marcan puntos clave en el conocimiento y lealtad de clientes*. Colegio de estudios Superiores de Administración –CESA. Colombia
- ❖ Milla, L (2016).*La globalización en la gestión de las pequeñas y medianas empresas (pymes)de confecciones en San Juan De Lurigancho, periodo 2011-2012*.Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- ❖ Ministerio de Comercio exterior y Turismo. (s.f) *MINCETUR identifica oportunidades de mercado para la exportación de servicios peruanos a España*. Recuperado de <http://www.mincetur.gob.pe/mincetur-identifica-oportunidades-de-mercado-para-la-exportacion-de-servicios-peruanos-a-espana/>
- ❖ Monje, C (2011). *Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa: Guía Didáctica*. Universidad Surcolombiana. Recuperado de <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- ❖ Nadal, S y Minondo, A (2019). *Entorno Externo de la organización*. Fundación Argibide.
- ❖ Navas, W (2017). *Investigación e Innovación, Factores de crecimiento en las PYMES*. Universidad Técnica de Cotopaxi.
- ❖ Nowell, C(2015).*Capacitación y servicio al cliente*. Universidad Rafael Landívar.
- ❖ Núñez, N. (2017). *Factores que limitan el Crecimiento Empresarial de las Mypes textiles del Centro Comercial Don Carlos del Distrito Trujillo-2017*.Universidad Cesar Vallejo.
- ❖ Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Faunas Silvestres (s.f) *Servicios Ambientales*. Recuperado de <https://www.osinfor.gob.pe/servicios-ambientales/>

- ❖ Paulet, E(2015).*Internacionalización*. Seminario Miércoles del Exportador. PromPeru
- ❖ Pinilla, J (2016).*Innovación e Internacionalización exportadora en las pymes industriales catalanas. El papel de las orientaciones estratégicas*. Universitat Autònoma de Barcelona.España
- ❖ Portal Web Conexión Esan (2 de abril 2018). *Beneficios de una política de regulación Socioambiental*. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/04/beneficios-de-una-politica-de-regulacion-socioambiental/>
- ❖ Preciado, F y Ramírez, L. (2017). *Propuesta de Modelo de Estrategia de Internacionalización para la empresa Estudio Colmenares &Asociados*. Universidad Esan
- ❖ PROMPERU (s.f).*Exportación de Servicios. ¿Cuáles son las modalidades de Exportación de Servicios?* Recuperado de http://www.prompex.gob.pe/servicios/servicios_06/expservicios2.htm
- ❖ Quispe, P (2017) *.Factores que influyen en el desarrollo de modelos de negocios en empresas de base tecnológica asistidas por una incubadora de negocios, estudio de casos*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- ❖ Ramos, S (2017). *La Internacionalización de las PYMES*. Universidad de la Rioja. España
- ❖ Rubio, J y Malca, O (2014). *Obstáculos a la actividad exportadora: Encuesta a las empresas exportadoras del Perú*. Universidad del Pacifico.
- ❖ Saavedra, M(2017). *Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana*. Universidad del Norte. México
- ❖ Sampieri, H, Fernández, C y Baptista ,M(2014).*Metodología de la Investigación*.6ta ed. Mc Graw Hill Education.
- ❖ Sánchez, L (s.f). *Auditorías Ambientales*. Universidade de Sao Paulo. Sao Paulo: Brazil.
- ❖ Sanguinetti, D (2015) *Exportación de Servicios, Marco Tributario*. Ferrero Abogados.
- ❖ Servicios Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (s.f),*Servicios Ecosistémicos*. Perú

- ❖ Silva, Y, Torres, A y Valadez, J (2015).*Evaluación de Resultados del Componente “Internacionalización de Productos y Servicios” del Programa Jalisco Competitivo*. Demoskopica Mexico
- ❖ Solano,S(2017).*Clima Organizacional y desempeño laboral de los trabajadores de la Gerencia Territorial Huallaga Central-Juanjui*. Universidad Cesar Vallejo.
- ❖ Supo, A (2017, Julio 20).*Precisan requisitos para que servicios sean considerados exportaciones*. Diario Gestión, p.15.
- ❖ Tabares, S (2012).*Internacionalización de la pyme latinoamericana: Referente para el éxito empresarial en Colombia*. Revista Ciencias Estratégicas.
- ❖ Terán, M (2015). *Crecimiento Empresarial mediante el mejoramiento del Control de Actividades Operativas en el sector informal de Guayaquil*. Universidad de Guayaquil.
- ❖ Vara-Horna, A (2012). *Desde la Idea hasta la sustentación; Siete pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las Ciencias Empresariales*. Universidad San Martin de Porres.
- ❖ Varela, J y Méndez, J (2017).*Relación entre factores administrativos e Innovación*. Repositorio EAN.
- ❖ Varillas, J (2017, Julio 20). *Precisan requisitos para que servicios sean considerados exportaciones*. Diario Gestión, p.15.
- ❖ Zapata, O (2015). *La Internacionalización de Antioquia en el Marco Institucional*. Universidad Autónoma de Manizales.

ANEXOS

- 1. Matriz de consistencia**
- 2. Matriz de operacionalización de variables**
- 3. Instrumento de recopilación de datos**
- 4. Matriz de Tabulación por Item**
- 5. Resultados de encuestas**

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿Existe relación entre exportación de servicios ambientales y el crecimiento de la MYPE ForestSoil?	Identificar la relación entre la exportación de servicios ambientales y el crecimiento de la MYPE ForestSoil	La exportación de servicios ambientales se relaciona positivamente con el crecimiento de la MYPE ForestSoil	DEPENDIENTE Exportación de Servicios de la MYPE ForestSoil	*Seminarios del sector * Eventos internacionales *Misiones Internacionales	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque: Cuantitativo • Alcance: Descriptivo Correlacional • Tipo: Aplicado • Diseño: No Experimental Transeccional Descriptivo • Unidad de Investigación: Personal de la organización ForestSoil-Distrito La Molina
			INDEPENDIENTE Crecimiento Empresarial	*Factores Administrativos *Factores Internos *Factores externos	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		Indicadores	Fuentes de Información
¿En qué medida la participación en seminarios del sector como parte de la exportación de servicios se relacionan con los factores administrativos de la mype ForestSoil?	Determinar en qué medida la participación en seminarios del sector como parte de la exportación de servicios se relaciona con los factores administrativo de la mype ForestSoil	La participación en seminarios del sector como parte de la exportación de servicios se relaciona con los factores administrativos de la mype ForestSoil.	DEPENDIENTE Seminarios del sector	*Nivel de Conocimiento sobre comercio exterior *Nivel de entendimiento sobre los servicios ambientales *Nivel de participación en seminarios	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Encuestas ❖ Entrevista
			INDEPENDIENTE Factores Administrativos	*Planificación de seminarios *Estrategias establecidas *Planificación orientada al comercio exterior	
¿En qué medida la participación en eventos	Determinar en qué medida la participación en	La participación en eventos internacionales de	DEPENDIENTE Participación en eventos	*Nivel de conocimiento sobre estrategias de internacionalización *Establecimiento de	

internacionales de la mype ForestSoil contribuyen a mejorar sus factores internos ?	eventos internacionales de la mype ForestSoil contribuyen a mejorar sus factores internos	la mype ForestSoil contribuye a mejorar sus factores internos.	internacionales	red de contactos * Nivel de participación en eventos internacionales	
			INDEPENDIENTE Factores Internos	*Recursos Humanos enfocado en los objetivos de la mype *Conocimiento del mercado *Capacidad tecnológica	
¿En qué medida las misiones internacionales de la mype ForestSoil contribuyen a mejorar sus factores externos?	Determinar en qué medida las misiones internacionales de la mype ForestSoil contribuyen a mejorar sus factores externos	Las misiones internacionales de la mype ForestSoil contribuyen a mejorar sus factores externos.	DEPENDIENTE Misiones Internacionales	*Nivel de inversión para misiones internacionales *Estudio de mercado de destino *Nivel de Percepción de misiones internacionales	
			INDEPENDIENTE Factores Externos	*Relación con los clientes *Análisis de competencia *Nivel tecnológico	

ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1. Operacionalización de la variable 1

Variable: Exportación de Servicios de la MYPE ForestSoil		
Definición conceptual: Se refiere al comercio de servicios ambientales que ofrece la MYPE ForestSoil a organizaciones internacionales y las estrategias de internacionalización que ha establecido.		
Instrumento: Cuestionario Estructurado		
Dimensiones (depende de la naturaleza de la variable)	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
Seminarios del Sector	Indicador 1: Nivel de conocimiento sobre comercio exterior	<ul style="list-style-type: none"> * Los miembros de la organización conocen temas de comercio exterior * La organización ForestSoil realiza exportación de servicios ambientales * El comercio exterior beneficia a las organizaciones
	Indicador 2: Nivel de entendimiento sobre servicios ambientales	<ul style="list-style-type: none"> * Los miembros de la organización conocen en su totalidad el proceso de los servicios ambientales * La organización ForestSoil da a conocer los servicios ambientales que brinda a sus colaboradores * El conocimiento sobre los servicios que brinda ForestSoil como servicios ambientales contribuye a la organización
	Indicador 3: Nivel de participación en seminarios	<ul style="list-style-type: none"> * Los miembros de la organización ForestSoil asisten a seminarios del sector * La organización ForestSoil brinda la oportunidad de asistir a seminarios a sus colaboradores * El asistir a seminarios del sector beneficia a la pyme ForestSoil
Eventos Internacionales	Indicador 1: Nivel de conocimiento sobre estrategias de internacionalización	<ul style="list-style-type: none"> * Los colaboradores tienen el conocimiento sobre cuáles son las estrategias de internacionalización

		<ul style="list-style-type: none"> * Es positivo que la organización ForestSoil tenga conocimiento sobre las estrategias de internacionalización * El establecer estrategias de internacionalización beneficia a la pyme ForestSoil
	Indicador 2: Establecimiento de Red de Contactos	<ul style="list-style-type: none"> * La empresa ForestSoil tiene una amplia red de contactos * La pyme ForestSoil utiliza estrategias para ampliar su red de contactos * Es beneficioso que la organización tenga una amplia red de contactos
	Indicador 3: Nivel de participación en eventos internacionales	<ul style="list-style-type: none"> * La empresa ForestSoil tiene una participación activa en eventos internacionales * Es factible que la organización ForestSoil participe en eventos internacionales * El asistir a eventos internacionales contribuye a la mype ForestSoil
Misiones Internacionales	Indicador 1: Nivel de inversión para misiones internacionales	<ul style="list-style-type: none"> * La empresa ForestSoil tiene los recursos económicos suficientes para llevar a cabo estrategias de internacionalización * La pyme ForestSoil es capaz de realizar misiones internacionales * La organización ForestSoil tiene la inversión adecuada para realizar misiones internacionales
	Indicador 2: Estudio de mercado de destino	<ul style="list-style-type: none"> * Es fundamental que al internacionalizarse se debe conocer el mercado de destino * Las misiones

		<p>internacionales para realizarse se necesitan un encargado especialista</p> <ul style="list-style-type: none"> * Es más certero realizar un estudio de mercado de destino al tener una percepción subjetiva del país de destino
	<p>Indicador 3: Nivel de percepción de misiones internacionales</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Los colaboradores tienen el conocimiento sobre las misiones internacionales * La organización ForestSoil al realizar misiones internacionales la beneficiaria * Las misiones internacionales son necesarias para la internacionalización de la mype ForestSoil

Tabla 2. Operacionalización de la variable 2

Variable: Crecimiento Empresarial		
Definición conceptual: Se entiende como el aumento de la organización considerando diferentes factores como los administrativos, internos y externos.		
Instrumento: Cuestionario Estructurado		
Dimensiones (depende de la naturaleza de la variable)	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
Factores administrativos	Indicador 1: Planificación de Seminarios	<ul style="list-style-type: none"> * La planificación de ForestSoil toman en cuenta los seminarios * La organización ForestSoil comunica sobre seminarios o capacitaciones a los colaboradores * Al planificarse seminarios del sector los colaboradores tendrán mayor conocimiento sobre los servicios ambientales
	Indicador 2: Estrategias establecidas en la organización	<ul style="list-style-type: none"> * La mype ForestSoil cumple con lo establecido en su planificación * Los colaboradores tienen conocimiento de las estrategias establecidas por la Organización ForestSoil * La organización ForestSoil motiva constantemente a sus colaboradores sobre las estrategias que han establecido
	Indicador 3: Planificación orientada al comercio exterior	<ul style="list-style-type: none"> * Actualmente la organización ForestSoil cumple con su planificación * La planificación planteada por la mype ForestSoil se orienta al comercio exterior * Es beneficioso que la empresa ForestSoil tome en cuenta en su

		planificación su intención de internacionalizarse
Factores Internos	Indicador 1: Recursos Humanos enfocados en los objetivos de la mype	<ul style="list-style-type: none"> * Los colaboradores tienen conocimiento sobre los objetivos actuales de la mype ForestSoil * La organización ForestSoil realiza actividades que ayudan a interiorizar los objetivos de la misma * El cumplimiento de los objetivos de la organización ForestSoil depende sus recursos humanos
	Indicador 2: Conocimiento del mercado	<ul style="list-style-type: none"> * Los colaboradores tienen conocimiento sobre el sector medioambiental * La organización ForestSoil debe realizar un estudio de mercado para tener certeza el país de destino de las exportaciones de destino * Una organización que evalúa el sector que se encuentra le permite establecer mejores estrategias
	Indicador 3: Capacidad Tecnológica	<ul style="list-style-type: none"> * Las herramientas de la organización ForestSoil son de alta tecnología * La organización ForestSoil renueva sus herramientas de servicios ambientales acorde a la tecnología actual * La tecnología en los servicios ambientales son primordiales
Factores Externos	Indicador 1: Relación con los clientes	<ul style="list-style-type: none"> * La mype ForestSoil tiene una amplia red de clientes * La organización ForestSoil mantiene una relación estrecha con sus clientes * Los clientes de la mype

		ForestSoil se sienten satisfechos con el servicio brindado
	Indicador 2: Análisis de competencia	<ul style="list-style-type: none"> * La mype ForestSoil realiza análisis de su competencia * El análisis de la competencia ayuda a las pequeñas y medianas empresas a establecer estrategias * La mype ForestSoil al conocer su competencia innova en sus actividades de exportación de servicios
	Indicador 3: Nivel tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> * Las herramientas de la organización ForestSoil deben ir acorde al nivel tecnológico del mercado * El proveedor de herramientas de servicios ambientales de la mype ForestSoil va acuerdo a la tecnología actual * Un factor determinante para el cliente extranjero es la tecnología de la organización

ANEXO 3: INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN DE DATOS

MODELO DE INSTRUMENTO- Cuestionario cerrado

INTRODUCCIÓN

La presente encuesta forma parte del trabajo de investigación titulada: “**Exportación de Servicios Ambientales y su relación con el Crecimiento de la MYPE ForestSoil, Año 2019**”.

Por lo que solicito su colaboración, participación. Esta técnica es anónima y la información obtenida es de carácter confidencial y reservado, ya que los resultados serán manejados sólo para la investigación.

De antemano agradezco su valiosa colaboración.

INSTRUCCIONES

Estimado empresario, a continuación, se le presenta 54 preguntas que debe responder.

- Debe marcar con un aspa (X) en la opción que considere correcta y se acerca a su modo de pensar.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

VARIABLE 1: Exportación de Servicios de la Mype ForestSoil

Dimensión 1: Seminarios del Sector

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
1	Los miembros de la organización conocen temas de comercio exterior					
2	La organización ForestSoil realiza exportación de servicios ambientales					
3	El comercio exterior beneficia a las organizaciones					
4	Los miembros de la organización conocen en su totalidad el proceso de los servicios ambientales					
5	La organización ForestSoil va a conocer los servicios ambientales que brinda a sus colaboradores					
6	El conocimiento sobre los servicios que brinda ForestSoil como servicios ambientales contribuye a la organización					
7	Los miembros de la organización ForestSoil asisten a seminarios del sector					
8	La organización ForestSoil brinda la oportunidad de asistir a seminarios a sus colaboradores					
9	El asistir a seminarios del sector beneficia a la pyme ForestSoil					

Dimensión 2: Eventos Internacionales.

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
10	Los colaboradores tienen el conocimiento sobre cuáles son las estrategias de internacionalización					
11	Es positivo que la organización ForestSoil tenga conocimiento sobre las estrategias de internacionalización					
12	El establecer estrategias de internacionalización beneficia a la pyme ForestSoil					
13	La empresa ForestSoil tiene una amplia red de contactos					
14	La pyme ForestSoil utiliza estrategias para ampliar su red de contactos					
15	Es beneficioso que la organización tenga una amplia red de contactos					
16	La empresa ForestSoil tiene una participación activa en eventos internacionales					
17	Es factible que la organización ForestSoil participe en eventos internacionales					
18	El asistir a eventos internacionales contribuye a la pyme ForestSoil					

Dimensión 3: Misiones Internacionales

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
19	La empresa ForestSoil tiene los recursos económicos suficientes para llevar a cabo estrategias de internacionalización					
20	La pyme ForestSoil es capaz de realizar misiones internacionales					
21	La organización ForestSoil tiene la inversión adecuada para realizar misiones internacionales					
22	Es fundamental que al internacionalizarse se debe conocer el mercado de destino					
23	Las misiones internacionales para realizarse se necesitan un encargado especialista					
24	Es más certero realizar un estudio de mercado de destino al tener una percepción subjetiva del país de destino					
25	Los colaboradores tienen el conocimiento sobre las misiones internacionales					
26	La organización ForestSoil al realizar misiones internacionales la beneficiaria					
27	Las misiones internacionales son necesarias para la internacionalización de la pyme ForestSoil					

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

VARIABLE 2. Crecimiento Empresarial

Dimensión 1. Factores administrativos

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
1	La planificación de ForestSoil toman en cuenta los seminarios					
2	La organización ForestSoil comunica sobre seminarios o capacitaciones a los colaboradores					
3	Al planificarse seminarios del sector los colaboradores tendrán mayor conocimiento sobre los servicios ambientales					
4	La mype ForestSoil cumple con lo establecido en su planificación					
5	Los colaboradores tienen conocimiento de las estrategias establecidas por la Organización ForestSoil					
6	La organización ForestSoil motiva constantemente a sus colaboradores sobre las estrategias que han establecido					
7	Actualmente la organización ForestSoil cumple con su planificación					
8	La planificación planteada por la mype ForestSoil se orienta al comercio exterior					
9	Es beneficioso que la empresa ForestSoil tome en cuenta en su planificación su intención de internacionalizarse					

Dimensión 2. Factores Internos.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
10	Los colaboradores tienen conocimiento sobre los objetivos actuales de la mype ForestSoil					
11	La organización ForestSoil realiza actividades que ayudan a interiorizar los objetivos de la misma					

12	El cumplimiento de los objetivos de la organización ForestSoil depende sus recursos humanos					
13	Los colaboradores tienen conocimientos sobre el sector medioambiental					
14	La organización ForestSoil debe realizar un estudio de mercado para tener certeza el país de destino de las exportaciones de destino					
15	Una organización que evalúa el sector que se encuentra le permite establecer mejores estrategias					
16	Las herramientas de la organización ForestSoil son de alta tecnología					
17	La organización ForestSoil renueva sus herramientas de servicios ambientales acorde a la tecnología actual					
18	La tecnología en los servicios ambientales son primordiales					

Dimensión 3. Factores Externos

Nº	ITEMS	1	2	3	4	5
19	La mype ForestSoil tiene una amplia red de clientes					
20	La organización ForestSoil mantiene una relación estrecha con sus clientes					
21	Los clientes de la mype ForestSoil se sienten satisfechos con el servicio brindado					
22	La mype ForestSoil realiza análisis de su competencia					
23	El análisis de la competencia ayuda a las pequeñas y medianas empresas a establecer estrategias					
24	La mype ForestSoil al conocer su competencia innova en sus actividades de exportación de servicios					
25	Las herramientas de la organización ForestSoil deben ir acorde al nivel tecnológico del mercado					
26	El proveedor de herramientas de servicios ambientales de la mype ForestSoil va acuerdo a la tecnología actual					
27	Un factor determinante para el cliente extranjero es la tecnología de la organización					

Muchas gracias

MODELO DE INSTRUMENTO- Entrevista estructurada

INTRODUCCIÓN

La presente entrevista forma parte del trabajo de investigación titulada: “**Exportación de Servicios Ambientales y su relación con el Crecimiento de la MYPE ForestSoil, Año 2019**”.

Por lo que solicito su colaboración, participación. Esta técnica es anónima y la información obtenida es de carácter confidencial y reservado, ya que los resultados serán manejados sólo para la investigación. De antemano agradezco su valiosa colaboración.

INSTRUCCIONES

Estimado empresario, a continuación se le presenta 54 preguntas que debe responder.

1. ¿Cómo valoraría el conocimiento que tiene el personal de ForestSoil sobre comercio exterior?
2. ¿Cómo valora el conocimiento del personal acerca de los servicios ambientales?
3. ¿Cómo calificaría la participación de la mype ForestSoil en seminarios?
4. ¿Cómo valoraría la implementación de estrategias de internacionalización en la mype ForestSoil?
5. ¿Cómo valora los contactos empresariales de la empresa ForestSoil?
6. ¿Cómo considera la participación de la organización ForestSoil en eventos internacionales?
7. ¿Cómo describiría el nivel de inversión de la mype ForestSoil para realizar misiones internacionales?
8. ¿Considera importante el hacer un estudio de mercado de destino al internacionalizarse?
9. Considera una estrategia de internacionalización adecuada realizar misiones internacionales
10. ¿Considera beneficioso para los colaboradores ser parte de seminarios del sector?
11. ¿Cómo calificaría el control de las estrategias establecidas en la organización?
12. ¿La organización ha considerado en su planificación su intención de internacionalización?
13. ¿Cómo valora la comunicación con el personal sobre los objetivos de la myoe ForestSoil?
14. ¿Considera que la organización ForestSoil tiene un conocimiento constante del mercado que se enfoca?
15. ¿Cómo calificaría la capacidad tecnológica en los servicios ambientales que brinda la organización ForestSoil?
16. ¿Cómo valora la relación que tiene la mype ForestSoil con cada uno de sus clientes?
17. ¿Cómo valoraría el análisis que realiza la organización ForestSoil de su competencia?
18. ¿Cómo considera el nivel tecnológico de la mype ForestSoil?

Muchas Gracias

ANEXO 4: MATRIZ DE TABULACIÓN POR CADA ÍTEM

Ejecutados	Seminarios del Sector									Eventos Internacionales								Misiones Internacionales								Factores Administrativos								Factores Internos								Factores Externos														
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36	P37	P38	P39	P40	P41	P42	P43	P44	P45	P46	P47	P48	P49	P50	P51	P52	P53	P54		
1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
2	2	3	4	3	3	4	3	2	3	2	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	4	3	3	2	3	3	4	2	2	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	5	3	5
3	2	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	4	3	2	5	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4		
4	2	3	5	4	4	4	3	3	4	3	5	5	4	3	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	2	5	4	3	3	4	3	4	4	3	5	4	4	4	3	3	5	5	4	4	3	4	3	4	3	4	2	4
5	3	4	4	4	4	4	2	2	4	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	2	4	3	3	2	3	3	4	3	3	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	2	5	3	4	2	5	
6	3	3	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	2	4	3	3	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	2	5	3	4	2	5		
7	2	2	4	4	4	3	4	2	5	2	3	4	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	4	3	3	3	3	2	4	3	2	5	4	4	4	3	3	5	4	4	3	2	4	2	5	3	4	
8	2	3	5	4	3	4	2	3	5	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	2	3	3	2	3	4	4	4	3	4	3	4	3	2	5	4	4	4	3	2	4	3	3	3	2	4	3	4	3	4	
9	2	2	3	4	4	4	2	2	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	3	3	2	3	4	4	3	3	3	4	3	3	5	4	4	4	3	3	5	3	3	3	3	5	3	4	3	5		
10	2	3	4	4	4	4	3	2	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	5	4	3	4	3	3	2	4	3	3	2	3	3	4	3	2	5	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	2	4		
11	2	3	4	3	4	4	3	2	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	5	5	3	4	4	3	2	4	3	2	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4	4	2	3	4	3	3	3	4	3	4	2	4		
12	2	3	4	5	4	4	2	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	2	3	4	2	2	4	3	4	2	2	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	
13	3	4	4	3	3	4	2	2	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4
14	3	4	5	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	2	3	3	2	3	4	2	4	4	3	4	3	2	4	4	3	3	2	4	2	4	2	4	
15	3	3	4	3	3	4	3	2	4	2	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	2	4	3	4	3	2	3	4	3	2	2	3	3	4	3	2	5	4	4	5	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	1	4			
16	2	3	4	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	4	2	3	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	2	3	3	4	2	5	
17	3	3	4	4	3	5	3	4	3	3	4	3	3	2	4	3	3	4	3	4	4	3	3	5	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	5	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	5	3	4		
18	2	3	4	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	4	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	4	2	5	
19	2	3	3	2	2	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	5	3	4	5	3	4	3	3	4	3	3	2	4	3	5	3	4			
20	1	2	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	5	4	5	4	4	3	3	4	2	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	5	5	4	3	3	5	4	3	3	3	4	3	4	3	5		
21	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
22	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	4	3	4	2	2	3	3	2	3	2	4	3	5	2	5			
23	2	2	3	4	3	4	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	4	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	1	2	3	2	2	4	2	3	3	1	2	4	3	3	3	1	3	2	4	2	3		
24	4	4	3	4	5	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	5	3	5	
25	4	5	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	3	3	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	3	3	4	4	3	3	4	5	4	4	3	3				
26	3	1	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	1	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	2	3	3	2	2	3	1	3	2	1	3	3	2	3	2	2	4	3	3	3	2	3	2	4	2	3			
27	4	4	3	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	3	3	5	3	4		
28	2	3	3	2	1	3	2	1	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	2	4	2	5	2	4	
29	4	4	5	5	5	4	5	1	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	5	3	4			
30	2	2	3	3	2	3	1	1	3	1	2	3	2	1	3	1	2	3	2	2	3	3	3	3	1	4	3	2	2	3	3	2	1	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	4			
31	3	4	5	5	5	4	3	1	5	4	3	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	
32	1	2	4	3	2	4	2	1	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	4	2	3	1	4	2	4	2	5		
33	4	3	4	4	3	5	3	1	3	3	4	3	3	2	5	3	4	4	3	5	4	3	3	5	3	4	3	4	3	4	5	5	3	5	4	3	5	3	3	4	3	4	4	3	3	5	4	4	5	3	4	3	5	3	5	
34	1	2	3	4	3	3	4	1	4	4	3	4	2	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	2	3	4	4	3	3	2	4	3	4	3	5	4	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	4	2	4	
35	4	4	4	5	4	3	3	2	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4	5	5	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	5	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	3	4	3	4	5					

ANEXO 5: RESULTADOS DE ENCUESTAS

Análisis de los Resultados de las Encuestas

- * Instrumento: Encuestas
- * Variable 1: Exportación de Servicios Ambientales

1.- Los miembros de la organización conocen temas de comercio exterior

Totalmente en Desacuerdo	3	8%
En Desacuerdo	17	47%
Neutral	10	28%
De Acuerdo	6	17%
Totalmente en De Acuerdo	0	0%

2.- La organización ForestSoil realiza exportación de servicios ambientales

Totalmente en Desacuerdo	0	0%
En Desacuerdo	0	0%
Neutral	13	36%
De Acuerdo	19	53%
Totalmente en De Acuerdo	4	11%

3.- El comercio exterior beneficia a las organizaciones

Totalmente en Desacuerdo	0	0%
En Desacuerdo	3	8%
Neutral	19	53%
De Acuerdo	10	28%
Totalmente en De Acuerdo	4	11%

4.- Los miembros de la organización conocen en su totalidad el proceso de los servicios ambientales

Totalmente en Desacuerdo	0	0%
En Desacuerdo	4	11%
Neutral	13	36%
De Acuerdo	14	39%
Totalmente en De Acuerdo	5	14%

5.- La organización ForestSoil da a conocer los servicios ambientales que brinda a sus colaboradores

Totalmente en Desacuerdo	1	3%
En Desacuerdo	9	25%
Neutral	11	31%
De Acuerdo	12	33%
Totalmente en De Acuerdo	3	8%

6.- El conocimiento sobre los servicios que brinda ForestSoil como servicios ambientales contribuye a la organización

Totalmente en Desacuerdo	0	0%
En Desacuerdo	0	0%
Neutral	13	36%
De Acuerdo	19	53%
Totalmente en De Acuerdo	4	11%

7.- Los miembros de la organización ForestSoil asisten a seminarios del sector

Totalmente De Acuerdo	1	3%
De Acuerdo	8	22%
Neutral	16	44%
En Desacuerdo	10	28%
Totalmente en Desacuerdo	1	3%

8.- La organización ForestSoil brinda la oportunidad de asistir a seminarios a sus colaboradores

Totalmente De Acuerdo	1	3%
De Acuerdo	4	11%
Neutral	6	17%
En Desacuerdo	17	47%
Totalmente en Desacuerdo	8	22%

9.- El asistir a seminarios del sector beneficia a la pyme ForestSoil

Totalmente De Acuerdo	7	19%
De Acuerdo	16	44%

Neutral	12	33%
En Desacuerdo	1	3%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

10.- Los colaboradores tienen el conocimiento sobre cuáles son las estrategias de internacionalización

Totalmente De Acuerdo	0	0%
De Acuerdo	8	22%
Neutral	18	50%
En Desacuerdo	9	25%
Totalmente en Desacuerdo	1	3%

11.- Es positivo que la organización ForestSoil tenga conocimiento sobre las estrategias de internacionalización

Totalmente De Acuerdo	4	11%
De Acuerdo	14	39%
Neutral	16	44%
En Desacuerdo	2	6%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

12.- El establecer estrategias de internacionalización beneficia a la pyme ForestSoil

Totalmente De Acuerdo	3	8%
De Acuerdo	17	47%
Neutral	15	42%
En Desacuerdo	1	3%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

13.- La empresa ForestSoil tiene una amplia red de contactos

Totalmente De Acuerdo	2	6%
De Acuerdo	14	39%
Neutral	16	44%
En Desacuerdo	4	11%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

14.- La pyme ForestSoil utiliza estrategias para ampliar su red de contactos

Totalmente De Acuerdo	2	6%
De Acuerdo	6	17%
Neutral	19	53%
En Desacuerdo	8	22%
Totalmente en Desacuerdo	1	3%

15.- Es beneficioso que la organización tenga una amplia red de contactos

Totalmente De Acuerdo	3	8%
De Acuerdo	18	50%
Neutral	14	39%
En Desacuerdo	1	3%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

16.- La empresa ForestSoil tiene una participación activa en eventos internacionales

Totalmente De Acuerdo	1	3%
De Acuerdo	10	28%
Neutral	16	44%
En Desacuerdo	8	22%
Totalmente en Desacuerdo	1	3%

17.- Es factible que la organización ForestSoil participe en eventos internacionales

Totalmente De Acuerdo	6	17%
De Acuerdo	14	39%
Neutral	11	31%
En Desacuerdo	4	11%
Totalmente en Desacuerdo	1	3%

18.- El asistir a eventos internacionales contribuye a la mype ForestSoil

Totalmente De Acuerdo	8	22%
De Acuerdo	18	50%
Neutral	9	25%
En Desacuerdo	1	3%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

19.- La empresa ForestSoil tiene los recursos económicos suficientes para llevar a cabo estrategias de internacionalización

Totalmente De Acuerdo	3	8%
De Acuerdo	15	42%
Neutral	15	42%
En Desacuerdo	3	8%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

20.- La pyme ForestSoil es capaz de realizar misiones internacionales

Totalmente De Acuerdo	5	14%
De Acuerdo	15	42%
Neutral	12	33%
En Desacuerdo	4	11%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

21.- La organización ForestSoil tiene la inversión adecuada para realizar misiones internacionales

Totalmente De Acuerdo	2	6%
De Acuerdo	14	39%
Neutral	17	47%
En Desacuerdo	3	8%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

22.- Es fundamental que al internacionalizarse se debe conocer el mercado de destino

Totalmente De Acuerdo	4	11%
De Acuerdo	19	53%
Neutral	13	36%
En Desacuerdo	0	0%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

23.- Las misiones internacionales para realizarse se necesitan un encargado especialista

Totalmente De Acuerdo	4	11%
De Acuerdo	10	28%
Neutral	19	53%
En Desacuerdo	3	8%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

24.- Es más certero realizar un estudio de mercado de destino al tener una percepción subjetiva del país de destino

Totalmente De Acuerdo	4	11%
De Acuerdo	14	39%
Neutral	17	47%
En Desacuerdo	1	3%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

25.- Los colaboradores tiene el conocimiento sobre las misiones internacionales

Totalmente De Acuerdo	0	0%
De Acuerdo	4	11%
Neutral	20	56%
En Desacuerdo	11	31%
Totalmente en Desacuerdo	1	3%

26.- La organización ForestSoil al realizar misiones internacionales la beneficiaria

Totalmente De Acuerdo	1	3%
De Acuerdo	13	36%
Neutral	19	53%
En Desacuerdo	3	8%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

27.- Las misiones internacionales son necesarias para la internacionalización de la mype ForestSoil

Totalmente De Acuerdo	0	0%
De Acuerdo	13	36%
Neutral	21	58%
En Desacuerdo	2	6%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

* Variable 2: Crecimiento Empresarial

28.- La planificación de ForestSoil toman en cuenta los seminarios

Totalmente De Acuerdo	0	0%
De Acuerdo	4	11%
Neutral	20	56%
En Desacuerdo	12	33%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

Desacuerdo		
------------	--	--

29.- La organización ForestSoil comunica sobre seminarios o capacitaciones a los colaboradores

Totalmente De Acuerdo	1	3%
De Acuerdo	6	17%
Neutral	12	33%
En Desacuerdo	17	47%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

30.- Al planificarse seminarios del sector los colaboradores tendrán mayor conocimiento sobre los servicios ambientales

Totalmente De Acuerdo	4	11%
De Acuerdo	15	42%
Neutral	16	44%
En Desacuerdo	1	3%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

31.- La mype ForestSoil cumple con lo establecido en su planificación

Totalmente De Acuerdo	4	11%
De Acuerdo	11	31%
Neutral	16	44%
En Desacuerdo	4	11%
Totalmente en Desacuerdo	1	3%

32.- Los colaboradores tienen conocimiento de las estrategias establecidas por la Organización ForestSoil

Totalmente De Acuerdo	2	6%
De Acuerdo	6	17%
Neutral	16	44%
En Desacuerdo	12	33%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

33.- La organización ForestSoil motiva constantemente a sus colaboradores sobre las estrategias que han establecido

Totalmente De Acuerdo	2	6%
De Acuerdo	6	17%

Neutral	17	47%
En Desacuerdo	10	28%
Totalmente en Desacuerdo	1	3%

34.- Actualmente la organización ForestSoil cumple con su planificación

Totalmente De Acuerdo	2	6%
De Acuerdo	13	36%
Neutral	18	50%
En Desacuerdo	2	6%
Totalmente en Desacuerdo	1	3%

35.- La planificación planteada por la mype ForestSoil se orienta al comercio exterior

Totalmente De Acuerdo	0	0%
De Acuerdo	4	11%
Neutral	21	58%
En Desacuerdo	10	28%
Totalmente en Desacuerdo	1	3%

36.- Es beneficioso que la empresa ForestSoil tome en cuenta en su planificación su intención de internacionalizarse

Totalmente De Acuerdo	8	22%
De Acuerdo	18	50%
Neutral	9	25%
En Desacuerdo	1	3%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

37.- Los colaboradores tienen conocimiento sobre los objetivos actuales de la mype ForestSoil

Totalmente De Acuerdo	0	0%
De Acuerdo	8	22%
Neutral	23	64%
En Desacuerdo	5	14%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

38.- La organización ForestSoil realiza actividades que ayudan a interiorizar los objetivos de la misma

Totalmente De Acuerdo	0	0%
De Acuerdo	8	22%
Neutral	11	31%
En Desacuerdo	15	42%
Totalmente en Desacuerdo	2	6%

39.- El cumplimiento de los objetivos de la organización ForestSoil depende sus recursos humanos

Totalmente De Acuerdo	17	47%
De Acuerdo	11	31%
Neutral	7	19%
En Desacuerdo	1	3%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

40.- Los colaboradores tienen conocimientos sobre el sector medioambiental

Totalmente De Acuerdo	7	19%
De Acuerdo	17	47%
Neutral	9	25%
En Desacuerdo	3	8%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

41.- La organización ForestSoil debe realizar un estudio de mercado para tener certeza el país de destino de las exportaciones de destino

Totalmente De Acuerdo	1	3%
De Acuerdo	19	53%
Neutral	14	39%
En Desacuerdo	2	6%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

42.- Una organización que evalúa el sector que se encuentra le permite establecer mejores estrategias

Totalmente De Acuerdo	6	17%
De Acuerdo	19	53%
Neutral	11	31%
En Desacuerdo	0	0%

Totalmente en Desacuerdo	0	0%
--------------------------	---	----

43.- Las herramientas de la organización ForestSoil son de alta tecnología

Totalmente De Acuerdo	0	0%
De Acuerdo	5	14%
Neutral	22	61%
En Desacuerdo	8	22%
Totalmente en Desacuerdo	1	3%

44.- La organización ForestSoil renueva sus herramientas de servicios ambientales acorde a la tecnología actual

Totalmente De Acuerdo	0	0%
De Acuerdo	4	11%
Neutral	24	67%
En Desacuerdo	8	22%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

45.- La tecnología en los servicios ambientales son primordiales

Totalmente De Acuerdo	11	31%
De Acuerdo	17	47%
Neutral	8	22%
En Desacuerdo	0	0%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

46.- La mype ForestSoil tiene una amplia red de clientes

Totalmente De Acuerdo	2	6%
De Acuerdo	18	50%
Neutral	14	39%
En Desacuerdo	2	6%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

47.- La organización ForestSoil mantiene una relación estrecha con sus clientes

Totalmente De Acuerdo	2	6%
De Acuerdo	11	31%
Neutral	22	61%
En Desacuerdo	1	3%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

Desacuerdo		
------------	--	--

48.- Los clientes de la mype ForestSoil se sienten satisfechos con el servicio brindado

Totalmente De Acuerdo	1	3%
De Acuerdo	11	31%
Neutral	24	67%
En Desacuerdo	0	0%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

49.- La mype ForestSoil realiza análisis de su competencia

Totalmente De Acuerdo	0	0%
De Acuerdo	6	17%
Neutral	17	47%
En Desacuerdo	11	31%
Totalmente en Desacuerdo	2	6%

50.- El análisis de la competencia ayuda a las pequeñas y medianas empresas a establecer estrategias

Totalmente De Acuerdo	6	17%
De Acuerdo	20	56%
Neutral	10	28%
En Desacuerdo	0	0%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

51.- La mype ForestSoil al conocer su competencia innova en sus actividades de exportación de servicios

Totalmente De Acuerdo	0	0%
De Acuerdo	4	11%
Neutral	25	69%
En Desacuerdo	7	19%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

52.- Las herramientas de la organización ForestSoil deben ir acorde al nivel tecnológico del mercado

Totalmente De Acuerdo	12	33%
De Acuerdo	21	58%

Neutral	3	8%
En Desacuerdo	0	0%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%

53.- El proveedor de herramientas de servicios ambientales de la mype ForestSoil va acuerdo a la tecnología actual

Totalmente De Acuerdo	0	0%
De Acuerdo	1	3%
Neutral	19	53%
En Desacuerdo	15	42%
Totalmente en Desacuerdo	1	3%

54.- Un factor determinante para el cliente extranjero es la tecnología de la organización

Totalmente De Acuerdo	12	33%
De Acuerdo	19	53%
Neutral	5	14%
En Desacuerdo	0	0%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%