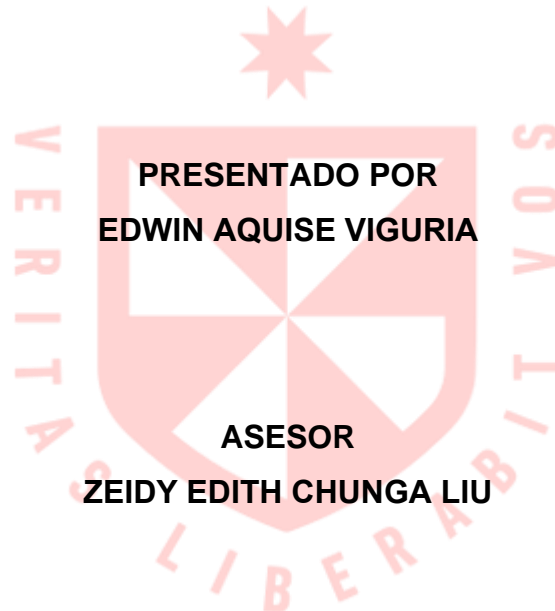


FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**INFLUENCIA DE LA ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA,  
EL CAPITAL SOCIAL Y LA ORIENTACIÓN  
EXPORTADORA EN LA OFERTA EXPORTABLE DE LOS  
PRODUCTORES DE PALTA DE EXPORTACIÓN DEL  
DISTRITO DE CHINCHEROS REGIÓN APURÍMAC, 2023**



TESIS  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN  
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

LIMA – PERÚ  
2024



**CC BY-NC-ND**

**Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

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



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

**TESIS**

**INFLUENCIA DE LA ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA, EL  
CAPITAL SOCIAL Y LA ORIENTACIÓN EXPORTADORA EN LA  
OFERTA EXPORTABLE DE LOS PRODUCTORES DE PALTA DE  
EXPORTACIÓN DEL DISTRITO DE CHINCHEROS REGIÓN  
APURÍMAC, 2023**

**PARA OPTAR**

**EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRESENTADO POR**

**EDWIN AQUISE VIGURIA**

**ASESORA**

**DRA. ZEIDY EDITH CHUNGA LIU**

**LIMA, PERÚ**

**2024**

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo a mis padres Edwin Aquise y Nancy Viguria, quienes han sido mi soporte y apoyo incondicional porque siempre serán mi ejemplo a seguir, a ellos debo la vida y les agradezco infinitamente por estar siempre a mi lado.

A mis hermanos Ronald Mateo y Emicel Paola, a quienes les considero mis compañeros de vida y a toda mi familia que son lo más valioso.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, por darme vida, salud y haberme permitido llegar a este día, deseando que siempre me ilumine en cada paso de la vida.

Agradezco a toda mi familia, quienes son el pilar que me acompaña y lo más valioso que Dios me ha dado, en especial a mis padres porque siempre me han brindado todo su apoyo y están conmigo en las buenas y malas, les estoy profundamente agradecido.

Agradezco a mi honorable Asesora, Dra. Zeidy Edith Chunga Liu, por sus sabios consejos y todo el apoyo durante este tiempo de estudio, incluso teniendo asesorías que sobrepasan las horas designadas, totalmente agradecido.

A la Universidad de San Martín de Porres, por ser la institución que me acogió y formo profesionalmente.


A los productores del Distrito de Chincheros quienes estuvieron asequibles a brindarme parte de su tiempo y contribuir con el desarrollo de la investigación.

## DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

Declaro solemnemente que el documento que enseguida presento es fruto de mi propio trabajo, y hasta donde estoy enterado no contiene material previamente publicado o escrito por otra persona, excepto aquellos materiales o ideas que por ser de otras personas les he dado el debido reconocimiento y los he citado debidamente en la bibliografía o referencias.

Declaro además que tampoco contiene material que haya sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro grado o diploma de alguna universidad o institución.

Nombre: Edwin Aqise Viguria

Firma: 

Fecha: marzo 2024

## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD .....	iv
ÍNDICE DE TABLAS .....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	ix
RESUMEN .....	x
ABSTRACT .....	xi
RESUMEN DE REPORTE DE SIMILITUD .....	xii
CONSTANCIA REVISIÓN ANTIPLAGIO .....	xiii
INTRODUCCIÓN .....	xiv
CAPÍTULO I: MARCO TEORICO.....	1
1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION .....	1
1.1.1. Antecedentes nacionales.....	1
1.1.2. Antecedentes Internacionales.....	5
1.2. BASES TEORICAS.....	9
1.2.1. Teoría de recursos y capacidades .....	9
1.2.2. Teoría de capacidades dinámicas .....	13
1.2.3. Teoría de Orientación estratégica.....	17
1.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS .....	26
1.3.1. Orientación emprendedora .....	26
1.3.2. Capital social .....	26

1.3.3. Orientación exportadora .....	27
1.3.4. Oferta exportable .....	28
<b>CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES .....</b>	<b>36</b>
2.1. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS PRINCIPAL Y DERIVADAS .....	36
2.2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	36
<b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>42</b>
3.1. DISEÑO METODOLÓGICO .....	42
3.2. DISEÑO MUESTRAL .....	43
3.3. POBLACIÓN .....	43
3.4. MUESTRA .....	44
3.5. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	45
3.6. DESCRIPCIÓN DEL INSTRUMENTO .....	46
3.7. ASPECTOS ÉTICOS .....	47
3.8. TÉCNICAS ESTADÍSTICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN .....	47
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....</b>	<b>48</b>
4.1. PRUEBA DE CONFIABILIDAD Y VALIDEZ .....	48
4.2. ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA.....	49
4.3. DESCRIPCIÓN DE VARIABLES.....	52
4.4. PRUEBAS DE NORMALIDAD DE LOS DATOS .....	52
4.5. ANÁLISIS DE CORRELACIÓN DE LAS VARIABLES.....	57



4.6. CONTRASTE DE HIPÓTESIS .....	58
4.7. RESUMEN DE LAS HIPÓTESIS.....	62
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN .....	<b>64</b>
CONCLUSIONES .....	<b>71</b>
RECOMENDACIONES .....	<b>73</b>
REFERENCIAS .....	<b>75</b>
ANEXOS.....	<b>84</b>
ANEXO 1 Cuestionario utilizado .....	84
ANEXO 2 Matriz de consistencia .....	86
ANEXO 3 Formato de validación expertos.....	88
ANEXO 4 Solicitud para obtención del número de productores de palta.....	97
ANEXO 5 Carta de respuesta con información de productores.....	98
ANEXO 6 Cronograma .....	99

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variable, definición operacional e indicadores de medición.....	40
Tabla 2 Fiabilidad y validez de las variables de estudio .....	49
Tabla 3 Distribución de la muestra por género .....	50
Tabla 4 Distribución de la muestra por producción exclusiva de palta.....	51
Tabla 5 Descriptivos de las variables de estudio.....	52
Tabla 6 Prueba de normalidad de las variables de estudio .....	53
Tabla 7 Correlaciones de Spearman entre las variables .....	58
Tabla 8 Prueba de normalidad de los residuos estandarizados .....	59
Tabla 9 Regresión lineal sobre Orientación exportadora.....	60
Tabla 10 Prueba de normalidad de los residuos estandarizados .....	61
Tabla 11 Regresión lineal sobre Oferta exportable .....	62
Tabla 12 Coeficientes Path y valoración de las hipótesis .....	63

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Distribución de la muestra por propiedad de los terrenos.....	51
Figura 2 Histograma de la variable Orientación emprendedora.....	54
Figura 3 Histograma de la variable Capital social.....	55
Figura 4 Histograma de la variable Orientación exportadora.....	56
Figura 5 Histograma de la variable Oferta exportable .....	57

## RESUMEN

La investigación, tiene como objetivo general: determinar la influencia de la orientación emprendedora, el capital social y la orientación exportadora en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023. Metodológicamente es una investigación cuantitativa, explicativa, con diseño de campo no experimental, se consideraron 148 encuestas validadas y sometidas a la prueba de fiabilidad, las cuales fueron aplicadas a productores de palta de exportación ubicados en el distrito de Chincheros; se hizo análisis estadístico de regresión lineal y la comprobación de hipótesis a través del software SPSS 22, por lo que sustentando en los valores estadísticos que son significativos, los resultados concluyen que orientación emprendedora no tiene influencia significativa en la orientación exportadora, pero sí influye significativa y positivamente en la oferta exportable, el capital social influye significativa y positivamente en la orientación exportadora y en oferta exportable y la orientación exportadora influye significativa y positivamente en la oferta exportable. Hallazgos adicionales indican que la asunción de riesgos influye negativa y significativamente sobre la oferta exportable. En función a los resultados obtenidos se aporta a la teoría de recursos y capacidades de la empresa y a la de orientaciones estratégicas de la empresa, ya que se demuestra la influencia y relaciones en el desempeño de la empresa, en este caso en la oferta exportable.

Palabras claves: Orientación emprendedora, capital social, orientación exportadora, oferta exportable, productores, palta de exportación

## **ABSTRACT**

The general objective of the research is to determine the influence of entrepreneurial orientation, social Capital and export orientation on the exportable supply of avocado producers in the district of Chincheros, Apurimac region, 2023. Methodologically, it is a quantitative, explanatory research, with a non-experimental field design, 148 validated surveys were considered and submitted to the reliability test, which were applied to export avocado producers located in the district of Chincheros; Statistical analysis of linear regression and hypothesis testing was done through SPSS 22 software, so that based on the statistical values that are significant, the results conclude that Entrepreneurial orientation does not have a significant influence on export orientation, but it does have a significant and positive influence on exportable supply, social capital has a significant and positive influence on export orientation and exportable supply, and export orientation has a significant and positive influence on exportable supply. Additional findings indicate that risk assumption has a negative and significant influence on the exportable supply. based on the results obtained, we contribute to the theory of resources and capabilities of the firm and to the theory of strategic orientations of the firm, since we demonstrate the influence and relationships in the performance of the firm, in this case in the Exportable Supply.

Key words: Entrepreneurial orientation, Social Capital, Export orientation, Exportable supply, producers, export avocado.

# RESUMEN DE REPORTE DE SIMILITUD



## RESUMEN DE REPORTE TURNITÍN

ESTUDIANTE: EDWIN AQUISE VIGURIA (7 MARZO, 2024)

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

TESIS FINAL - EDWIN AQUISE VIGURIA 0  
6-03-2024.pdf

RECUESTO DE PALABRAS

20247 Words

RECUESTO DE CARACTERES

117334 Characters

RECUESTO DE PÁGINAS

105 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

2.7MB

FECHA DE ENTREGA

Mar 7, 2024 6:17 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Mar 7, 2024 6:18 PM GMT-5

### ● 10% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 10% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 6% Base de datos de trabajos entregados
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

### ● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)
- Bloques de texto excluidos manualmente

REVISADO POR: DRA. BARBARA ISABEL PONCE PONCE

# CONSTANCIA REVISIÓN ANTIPLAGIO



OFICINA DE GRADOS Y TÍTULOS

## CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO TURNITIN

FECHA	NOMBRE DEL DOCENTE	CORREO DEL DOCENTE
7/03/2024	ZEIDY EDITH CHUNGA LIU	<a href="mailto:zchungal@usmp.pe">zchungal@usmp.pe</a>

NOMBRE DEL TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
"INFLUENCIA DE LA ORIENTACION EMPRENDEDORA, EL CAPITAL SOCIAL Y LA ORIENTACION EXPORTADORA EN LA OFERTA EXPORTABLE DE LOS PRODUCTORES DE PALTA DE EXPORTACION DEL DISTRITO DE CHINCHEROS REGIÓN APURÍMAC, 2023".

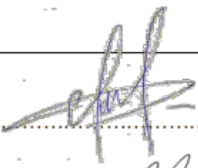
NOMBRE DEL ASESORADO(A)	ESCUELA PROFESIONAL
EDWIN AQUISE VIGURIA	ESCUELA DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

### RESULTADO:

10% (EXCLUYENDO CITAS Y BIBLIOGRAFÍA)
---------------------------------------

### CONCLUSIÓN:

LA TESIS SE ENCUENTRA APTA PARA CONTINUAR CON EL SIGUIENTE TRÁMITE. EL PORCENTAJE DE SIMILITUD ES DE 10%
--

ZEIDY EDITH CHUNGA LIU  
NOMBRE Y FIRMA DEL ASESOR ..... 

DNI: 09540506

EDWIN AQUISE VIGURIA  
NOMBRE Y FIRMA DEL ASESORADO ..... 

DNI: 76009292

REVISADO POR: DRA. BARBARA ISABEL PONCE PONCE



## INTRODUCCIÓN

La situación que viven los pequeños agricultores del Perú, donde Dudenhoefer (2018, marzo 26) indica que a medida que desarrollan mayor producción, los agricultores anhelan mejores mercados, esto ha generado que algunos reduzcan el nivel de pobreza, pero sin dejar de lado a millones que no corren con el mismo beneficio, además señala que los resultados del sector agrícola son mixtos, por las diferencias que presentan las zonas costeras y montañosas.

Respecto a la situación de la palta, el milagro de la palta y los pequeños agricultores (2020, octubre 01) señala que la agroexportación peruana va en alza pese a las crisis que afectan al país, es así que una gran cantidad de productores de palta a nivel nacional, están considerando la producción y comercialización de palta como principal actividad económica para el ingreso familiar, a raíz de ello, en las diferentes regiones del país se viene incrementando en grandes cantidades el sembrío para posterior venta al mercado local o internacional, lo que se refleja en las toneladas de exportación.

Aguacate (palta) peruano proyecta 13% más de exportaciones (2023, febrero 21) donde señala que el Perú se vio afectado radicalmente en los últimos tiempos por las crisis que afectaron diferentes sectores como el de la agricultura, pese a ello, la palta siguió su línea de producción, logrando alcanzar la madurez de los árboles en un total de 60 mil hectáreas a nivel nacional para así conseguir una proyección de hasta un 13% al alza en comparación del 2022. Reflejando que en los últimos años se vio el incremento de compradores internacionales, donde la palta se vuelve un pilar en de la exportación peruana, ya que es constante y permanente.



Malas prácticas de algunos exportadores de palta ponen en riesgo al país ante posible cierre de mercados (2023, abril 19) señala que los pequeños productores y agricultores desconocen los lineamientos y exigencias que plantean los diferentes mercados internacionales es por ello que se tienden a incurrir en las malas prácticas, ello afecta a los precios y al cierre de puertas de algunos mercados internacionales, puesto que los cuidados que se debe otorgar a la palta son necesarios, además de hacer la documentación y trámite adecuado ante las autoridades del SENASA, ya que en los últimos tiempos se vio el incremento de empresas y productores informales porque pretenden acelerar el envío, generando que muchos pequeños productores se encuentran desinformados de la realidad exportadora y sometidos a lo que les ofrecen, limitando sus ganancias y sin opciones de crecimiento para explorar en el mercado internacional.

Asimismo, la problemática reciente de la palta fue vista en el mercado chileno, que estuvo cerca a cerrar sus puertas al mercado peruano, debido a que se halló mosca de la fruta, lo que podría ser un problema de origen productor o acopiador a falta de desconocimiento u omisión de pasos en el proceso exportador (Carhuallanqui 2023, junio 17).

El interés por querer emprender es relevante en los últimos tiempos, el emprendimiento tiene punto de partida en la búsqueda de la necesidad y la capacidad de reconocer una oportunidad más allá de lo previsto inicialmente por los agricultores, además, sus nuevas ideas repercuten en las acciones de los diversos compradores locales o internacionales y en el éxito de la economía local. Por lo que surge la necesidad de ahondar en un análisis más centrado sobre los problemas que tienen los agricultores para exportar, con el fin de que

se pueda ayudar a aquellos pequeños emprendedores o personas que quieran tener negocio propio, a tener un conocimiento más amplio y aclarar sus dudas e inquietudes para poder realizar la exportación (Fernández, 2021).

En relación a las pequeñas empresas, es más complicado poder comercializar en el mercado internacional a raíz de diferentes factores que influyen en ello, tales como el desconocimiento de los procesos y procedimientos necesarios, capacidad limitada de recursos, además, la falta de orientación estratégica, poniendo en escenario el factor empresa y a comparación de los agricultores que pretenden realizar sus exportaciones se les vuelve más complicado aun, al no poder contar con aquellas fuentes de apoyo y orientación a fin de no ser dependientes (Álvarez, 2023).

A través de este estudio, se busca identificar como influyen las orientaciones estratégicas y el capital social en la oferta exportable de los agricultores de palta de exportación, del distrito de Chincheros de la región Apurímac.

El problema general es planteado de la siguiente manera, ¿Cómo influye la orientación emprendedora, el capital social, y la orientación exportadora en la Oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, ¿2023?

Que trae consigo, los siguientes problemas específicos:

- ¿Cómo influye la orientación emprendedora en la orientación exportadora de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023?

- ¿Cómo influye la orientación emprendedora en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023?
- ¿Cómo influye el capital social en la orientación exportadora de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023?
- ¿Cómo influye el capital social en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023?
- ¿Cómo influye la orientación exportadora en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023?

El objetivo general es el siguiente, determinar la influencia de la orientación emprendedora, el capital social y la orientación exportadora, en la Oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.

Lo que conlleva a los siguientes objetivos específicos:

- Determinar la influencia de la Orientación Emprendedora en la Orientación exportadora de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.
- Determinar la influencia de la orientación emprendedora en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.

- Determinar la influencia del capital social en la orientación exportadora de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.
- Determinar la influencia del capital social en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.
- Determinar la influencia de la orientación exportadora en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.

La justificación de la investigación, es de suma importancia puesto que aportará nuevos conocimientos en base a las orientaciones estratégicas que puedan influir en la oferta exportable, ya que la creciente demanda de países importadores se refleja en uno de los productos bandera, la palta de exportación, la cual cuenta con bastante acogida en los últimos tiempos, frente a ello la orientación estratégica adoptada va a enfocar todos los aspectos necesarios para que el producto pueda satisfacer la necesidad, llevando a cabo los procesos por cuenta propia.

Por otro lado, los principales beneficiados con esta investigación en el ámbito práctico son aquellos agricultores pequeños y medianos productores de palta de exportación de la provincia de Chincheros ubicados dentro de la región Apurímac, puesto que les ayudará a conocer aquellas orientaciones estratégicas y capital social que son importantes para aumentar la oferta exportable.

La viabilidad de la investigación, del presente trabajo refleja que es viable, ya que cumple con aquellos aspectos fundamentales con los que se necesita contar para el desarrollo del trabajo.

Respecto a los recursos financieros se plantea un presupuesto asignado a aquellos gastos que se incurren durante la investigación, se tendrá que realizar el viaje a aquella provincia cuyos gastos involucran movilidad, alojamiento, viáticos, etc. pero, ello no sería problema porque se cuenta con los recursos que contempla dichos gastos y costos durante el desarrollo de la presente investigación.

Por otro lado, se cuenta con los recursos materiales y tecnológicos que requiere la investigación, en su mayoría es al momento de la aplicación del instrumento y además de los recursos humanos suficientes y con disponibilidad para poder efectuar en el tiempo establecido y de la buena disposición de los agricultores productores de palta de exportación de la provincia en mención.

Las limitaciones del estudio comprenden principalmente: Limitación económica, los recursos económicos para el desarrollo de la investigación corren a cuenta del investigador, por lo que se enfocó en un distrito en específico que ha servido como muestra poblacional.

Limitación ambiental, el distrito que se pretende investigar tiene temporada de lluvias y en algunos casos climas extremos, por lo que se tendrá que hacer una adecuada selección de tiempo para el momento de realizar la investigación.

Aunque los resultados han salido válidos, la investigación hubiese podido abarcar más distritos ya que en cada uno de ellos se puede apreciar una realidad diferente y más compleja.

Esta investigación trae consigo como hipótesis general: La orientación emprendedora, el capital social y la orientación exportadora influyen en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023, del mismo modo la presente investigación es de enfoque Cuantitativo, de tipo aplicada, con diseño no experimental de corte transversal con una población de 589 agricultores y muestra recolectada de 148 agricultores de palta de exportación.

La presente investigación tiene estructura de la siguiente manera, en el Capítulo I se aborda el Marco teórico de la tesis, el cual comprende los antecedentes internacionales y nacionales que se enfocaron en las hipótesis de la investigación, las bases teóricas que se refieren a las teorías que enmarcan la investigación y la definición de los términos básicos. En el Capítulo II de Hipótesis y variables, se permite desprender la formulación de hipótesis y expone la operacionalización de las variables. En el Capítulo III la Metodología, que tiene como contenido al diseño metodológico, diseño muestral, aquellas técnicas de recolección de datos y las técnicas estadísticas que sirven para procesar la información que se efectúa. Por otro lado, en el capítulo IV se resalta los resultados que fueron obtenidos y corroborados con las hipótesis, para que posterior a ello, se concluya con el Capítulo V, donde se presenta la discusión de los resultados, por último, se exponen las conclusiones y recomendaciones y se presentan las fuentes de información y anexos de la presente investigación.

## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

### **1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION**

#### **1.1.1. Antecedentes nacionales**

Mundaca (2021) para las mype de la Región Lambayeque, la investigación intenta determinar la asociación entre los factores de orientación empresarial, capital social, cultura organizacional, orientación al mercado, capacidad de innovación y competitividad. En este estudio participaron 868 mype que asisten al Centro de Desarrollo Empresarial de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

Para este estudio se utilizaron ocho encuestas: una sobre competitividad empresarial, otra sobre datos sociodemográficos, así también sobre capacidad de innovación producto, proceso y marketing, también sobre orientación empresarial de la empresa, asimismo sobre orientación al mercado, incluso sobre cultura organizativa, igualmente sobre capital social organizativo interno y externo, y otra sobre los valores del empresario en la industria. Con un tamaño muestral de 346 empresas consolidadas con más de 3,5 años de antigüedad, se utilizó un diseño no experimental de método hipotético deductivo.

El instrumento del cuestionario se elaboró adecuadamente y fue desarrollado con el programa SPSS 25, y los resultados mostraron que el Capital Social de la empresa influye en su orientación al mercado, tal y como expresa la ecuación  $Y = 0,285 + 0,876 X$ , con una correlación de 0,750 \*\* y un  $R^2$  de 0,767. En esta investigación, la orientación emprendedora de la empresa influye en el capital social organizacional, puesto que a través del estudio y análisis efectuado se puede concluir en dichos resultados, asimismo, se hace mención a que el

capital social organizacional de la empresa influye en la capacidad de innovación de la empresa, que da a entender que aquel nivel que otorga el capital social tiene influencia directa para innovar constantemente, de la misma manera, el capital social organizacional de la empresa influye en la cultura organizacional de la empresa, que una vez más la relación es directa y significativa, por último, el capital social organizacional de la empresa influye en la orientación al mercado, por lo que se concluye que el capital social está directamente asociado y relacionado con aquellos factores que van de la mano.

Oliveros y Small (2020) realizaron un estudio con el objetivo principal de identificar la conexión entre la orientación al mercado y el desempeño en el año 2019 de las empresas peruanas exportadoras de cacao en grano. Participaron 71 reducidas y microempresas exportadoras de cacao en grano del Perú, con un enfoque cuantitativo de tipo correlacional, no experimental de corte transversal. El instrumento del cuestionario, que consistió en 14 ítems de escala tipo Likert, fue aprobado por jueces expertos. Los resultados mostraron que, efectivamente, la orientación al mercado está relacionada con el desempeño de las empresas exportadoras, con una correlación de Spearman de  $r = 0,287$ ; valor  $p. = 0,015 < 0,05$ . Y según las conclusiones indican que existe una correlación entre la orientación al mercado y los resultados de exportación. Esto implica que la mejora de la orientación al mercado conducirá a un aumento de los resultados de exportación de las organizaciones exportadoras. Del mismo modo, la orientación al cliente y la cuantía de las exportaciones están relacionadas; la mejora de la orientación al cliente se traducirá en un aumento de la cuantía de las exportaciones de las empresas exportadoras, por último, otro aspecto que influye en el rendimiento internacional de las empresas exportadoras es la



orientación a la competencia. Si la orientación a la competencia mejora, los resultados de exportación también mejorarán significativamente para esas mismas organizaciones exportadoras. Los resultados de exportación de las empresas exportadoras también están correlacionados con la coordinación interfuncional; es decir, los resultados de exportación de las mismas empresas exportadoras tienden a crecer con una mayor coordinación interfuncional.

Gasco (2023) realizó un estudio con el objetivo principal de examinar los efectos de la capacidad para establecer redes, la orientación al mercado y la orientación empresarial en el rendimiento de las reducidas e intermedias organizaciones del sector agrícola. Con la participación de las pyme peruanas exportadoras de bienes a través de una muestra de 70 empresas, se realizó un estudio prospectivo correlacional aplicado. En él se incluyeron series multi atributo referidas a las distintas variables descritas en el modelo propuesto, las cuales fueron estructuradas y sometidas a un análisis PLS-SEM. La orientación al mercado y la orientación empresarial de las organizaciones exportadoras de productos agrícolas influyen positivamente en sus resultados a escala internacional.

Los resultados también muestran que la orientación empresarial internacional tiene un impacto directo en el rendimiento internacional, así como un efecto indirecto a través de las capacidades de creación de redes. arrojando valores de  $B= 0,134$  y  $t= 2,750$ , que indican una influencia significativa, lo que confirma que la orientación empresarial internacional tiene un efecto positivo y significativo en la orientación al mercado internacional de las pyme del sector agrario. El mismo autor también señala que las empresas peruanas deberían poner en marcha procedimientos que mejoren la formación de los miembros y

ocupaciones, fomentando el desarrollo de habilidades interpersonales entre los directivos de las pyme, por lo que les facilita la conexión con redes empresariales internacionales y eliminen las barreras para acceder a nuevos mercados internacionales.

El objetivo principal de la investigación de Santana, Malca y Sánchez (2023) fue conocer el vínculo entre la asociatividad y el potencial exportador de las compañías productoras de atuendos de vestir a base de alpaca de la región Junín. Las 11 empresas productoras con estatus activo en el portal de la SUNAT fueron objeto de un censo mediante un instrumento de cuestionario, y los datos fueron procesados con el software SPSS 25. La investigación se realizó utilizando el enfoque cuantitativo correlacional de diseño no experimental aplicado. La conclusión es que la asociatividad tiene una relación directa y significativa con el potencial exportador de las empresas de elaboración de indumentaria y atuendos de vestir, como demuestra el valor p de (0,000) y el coeficiente de correlación de 0,883.

En otras palabras, la asociatividad se relaciona favorable y significativamente con las capacidades de exportación, lo que, a su vez, influye en el crecimiento de la oferta exportable de las empresas. Esto se debe a que las empresas colaborarán con otras empresas del mismo sector, lo que les permitirá seguir optimizando los resultados a mayor escala. Además, destacan que las pequeñas empresas pueden mantener sus operaciones mediante la formación y los conocimientos relativos a la capacidad de exportación.

El objetivo principal de la investigación de Ponte (2021) fue examinar cómo la orientación al mercado influyó en el desempeño de las compañías de origen peruano que son dedicados a la comercialización de espárragos frescos

o refrigerados en el mercado internacional durante el 2020. El estudio utilizó una perspectiva cuantitativa, de modelo correlacional y bosquejo transversal no experimental, con un cuestionario estructurado y validado de escala tipo Likert, compuesto por 14 preguntas, que fue administrado a una muestra de 73 gerentes o administradores. Los datos se tabularon y se accedió a la base de datos mediante el programa SPSS 22. Por lo tanto, los resultados obtenidos indican que la orientación al mercado repercute en el desempeño de las compañías de origen peruano que son dedicados a la comercialización de espárragos frescos o refrigerados en el mercado extranjero (el coeficiente de correlación de Spearman de la orientación al mercado es  $r = 0.673$ ;  $p\_valor = 0.000 < 0.05$ ).

Adicionalmente, la orientación interfuncional tiene un impacto en el desempeño de las empresas exportadoras (el coeficiente de correlación de Spearman de la orientación interfuncional es  $r = 0.473$ ;  $p\_valor = 0.000 < 0.05$ ), demostrando esta influencia junto con la orientación al competidor y al cliente, que también influyen significativamente en el desempeño exportador. En consecuencia, el rendimiento de las exportaciones tiende al alza en la medida en que las compañías dedicadas a la venta en el mercado extranjero puedan tomar medidas para recopilar, evaluar y aplicar información sobre las tendencias actuales y futuras del sector.

### **1.1.2. Antecedentes Internacionales**

Campoverde (2018) llevó a cabo un estudio con el propósito de identificar cómo la orientación empresarial y la capacidad de absorción afectan a los resultados financieros y estratégicos de exportación de las pyme ecuatorianas. De este modo, podrán comprender mejor el impacto del comportamiento emprendedor internacional y la gestión del conocimiento obtenido de fuentes

visibles en la capacidad de las pyme para alcanzar mayores niveles de desempeño exportador. Para ello, intentan plantear un modelo basado en el enfoque progresivo de la gestión estratégica, que muestra cómo la actitud emprendedora y la capacidad de absorción de las pyme afectan a sus resultados financieros y estratégicos de exportación.

Asimismo, la investigación realizada por dicho autor fue bajo el enfoque cuantitativo y paradigma deductivo, a través de un diseño no experimental de corte transversal de tipo correlacional, empleando cuestionarios elaborados en otras investigaciones para luego ser validado y aplicado solo a 200 empresas exportadoras de Ecuador formales registradas con actividades permanentes y continuas de exportación y tener por lo menos 10 a 250 empleados con nivel de confianza de 95% y de error de 5.6%, de la misma forma los resultados obtenidos en base al  $R^2$  del modelo fue 0.125 para el desempeño estratégico exportador y 0.152 para desempeño financiero exportado y tener un conocimiento suficiente de los mercados internacionales es un requisito, a la vez, necesario e insuficiente para reconocer y aprovechar las nuevas oportunidades que se reflejan en el mercado mundial, según la perspectiva de gestión estratégica de recursos y capacidades.

También se hace hincapié en cómo las organizaciones de alto rendimiento que se diferencian mediante el desarrollo de capacidades dinámicas de gestión y explotación de bienes pueden, en última instancia, lograr ventajas competitivas duraderas. Sin embargo, se ha demostrado que la orientación empresarial y la capacidad de absorción tienen un impacto importante y favorable en que las pyme de Ecuador alcancen altos niveles de éxito financiero y estratégico en la exportación. Por último, aquellas empresas ecuatorianas que han demostrado

unos buenos resultados financieros de exportación no tienen previsto ofrecer artículos novedosos a los mercados extranjeros. Esto se debe a que sus exportaciones se caracterizan por artículos estandarizados, de bajo valor y de naturaleza simplificada.

En la investigación de Espinoza (2020) el objetivo del estudio fue investigar la posible correlación positiva entre el enfoque empresarial, las capacidades dinámicas y la innovación, así como su papel como variables que influyen en el desempeño de las chicas e intermedias empresas manufactureras de Sonora. Para este objetivo se empleó una investigación cuantitativa de diseño no experimental de corte transversal con alcance explicativo, utilizando el instrumento de cuestionario, así también, se utilizó una encuesta autodirigida para primero efectuar el estudio piloto en 97 empresas manufactureras de diversos campos. Posteriormente, participó una muestra de 250 propietarios o directivos de empresas.

Los resultados mostraron que las variables de orientación empresarial y gestión del conocimiento tienen un poder explicativo de  $\beta$  0,35\*\*\* y pueden explicar el rendimiento con un  $R^2$  de 0,514. Comparativamente, sugiere que las pyme con una orientación empresarial más fuerte y, al mismo tiempo, unas gestiones del conocimiento más adecuada son capaces de superar a otras empresas que no se esfuerzan por tener una orientación empresarial más fuerte y que no ejecutan una gestión adecuada basada en su conocimiento.

En consecuencia, existe una fuerte correlación positiva entre el aprendizaje organizativo, la creatividad y la orientación empresarial en las organizaciones manufactureras de Sonora. Asimismo, existe una correlación

fuerte y positiva entre el rendimiento empresarial y la gestión del conocimiento y la orientación empresarial

Martínez (2015) en su investigación tuvo como objetivo analizar el rol que juegan las redes y la Orientación emprendedora en las nuevas empresas internacionales y en los resultados de estas. La obtención de datos e información de la presente investigación fue a través de encuestas de tipo Likert de 5 puntos, la muestra fue obtenida mediante un proceso exhaustivo de criterios de selección, tales como la antigüedad, facturación internacional, empresas que trabajen en red y entre otros, llegando así al total de 200 empresas que cumplen con los criterios de la presente investigación para posteriormente aplicar el instrumento a los gerentes. En la cuarta hipótesis que subraya que la orientación empresarial de la red ayuda a las nuevas organizaciones internacionales a lanzar proyectos, ser creativas y, a la larga, ser capaces de admitir riesgos que no asumirían por sí solas se pone de manifiesto en los resultados obtenidos a partir de las hipótesis planteadas.

También destaca su capacidad para adaptarse rápidamente a los cambios, lo que permite aprovechar cada día nuevas oportunidades y ascender o adelantarse a la competencia. Se acepta  $T 3,535^*$ , además, tener  $B 0.827$ , ya que tiene una influencia sustancial. Por último, queda claro que, a medida que las nuevas empresas se construyen sobre una base de cambio continuo, se produce una aceleración significativa provocada por todos los elementos sociales, incluida la capacidad de competir en los mercados mundiales

Cabrera y Olivares (2012) son investigadores cuyo objetivo principal era examinar si determinados recursos de capital humano, social y financiero repercute a la rapidez con que las empresas familiares establecen sus mercados

de exportación. Para realizar el análisis en función de cada variable de estudio, la base de datos de esta investigación se extrajo de una encuesta anual efectuada por el Ministerio de Ciencia y Tecnología.

Además, se aplicaron filtros para determinar si la empresa realizaba o no exportaciones con capital extranjero. Finalmente, 585 empresas familiares fueron objeto de esta investigación, utilizando el paquete econométrico SAS versión 8.0 como parte del proceso LIFEREG. Los resultados dejan entrever que ninguna variable relacionada con el capital humano tiene un impacto estadísticamente significativo, por lo que se centran en las variables relacionadas con el capital social, los acuerdos del minoritario o mayoritario, y pretenden destacarlas con las colaboraciones desarrolladas por la empresa ya que tienen consecuencia altamente significativa en el ingreso de la etapa previa como en la del periodo avanzado y conclusivo del procedimiento del exportador. En consecuencia, proponen que lo más importante sería ayudar a establecer una sólida red de conexiones que pudiera ofrecer la información y la seguridad necesarias para incorporarse al entorno mundial.

## **1.2. BASES TEÓRICAS**

### **1.2.1. Teoría de recursos y capacidades**

Partiendo de la idea que prevalece en los autores clásicos como Bourdieu (1980), Coleman (1988), Putnam (1993), el capital social y el conjunto de recursos de una empresa, como materiales, financieros, conocimientos, información, conexiones e influencia, se movilizan a través de diversas relaciones entre sus miembros y facilitan y fomentan la colaboración, así como brindan beneficios a la empresa generando ganancias. Los participantes de la

empresa actúan dentro del marco de un conjunto de reglas y otros factores como confianza, valores y objetivos compartidos.

La Teoría de Recursos y Capacidades (TRC) gira en torno a dos ideas principales que señala Barney (1991):

- Las empresas son inherentemente heterogéneas y, por lo tanto,
- Pueden desarrollar una ventaja competitiva sostenible sólo si tienen recursos únicos disponibles y combinados que no están disponibles para sus competidores.

Un recurso, por otro lado, debe tener cuatro características para ayudar a crear una ventaja competitiva. (Barney, 1991):

- Debe ser valioso porque permite aprovechar oportunidades o prevenir amenazas en el entorno de la empresa.
- Debe ser poco común entre los competidores actuales y potenciales de la empresa.
- No debería ser totalmente replicable.
- No debería haber sustitutos estratégicamente equivalentes.

Para ser claros, la TRC sostiene que, aunque disponer de diversos recursos como las conexiones sociales, es importante para incrementar una superioridad competitiva, pero no es suficiente en sí mismo porque, para aprovechar plenamente su potencial, es necesario ser capaz de reconocerlo en primer lugar.



## **El capital social desde el punto de vista de la teoría de los recursos y las capacidades**

Además de destacar las características de un capital, la TRC investiga las condiciones que conducen al desarrollo de talentos únicos e intransferibles que proporcionan superioridades competitivas a largo plazo.

Esto es así porque los vínculos interpersonales son la base del capital social. Un concepto que promueve y facilita el acceso a una amplia gama de recursos, destacando la dedicación, la confianza, el liderazgo, la creatividad, la experiencia y los conocimientos de los participantes dentro de las normas sociales que conforman estas conexiones de rendimiento a lo largo de la socialización (Less et al., 2015).

Así, según autores clásicos y contemporáneos, establecer relaciones con otras personas o grupos e intercambiar y compartir recursos aumenta la probabilidad de que las personas u organizaciones cumplan sus objetivos a tiempo.

### **Capital social como recurso intangible**

Según Wernerfelt (1984) un recurso es cualquier elemento, real o inmaterial, que pueda reconocerse como punto fuerte de una empresa. Los requerimientos intangibles son aquellos que forman parte de los procesos sociales, organizativos y productivos de la organización pero que no pueden observarse inmediatamente. Los recursos tangibles son todo aquello que puede documentarse como propiedad de la empresa.

En referencia a esto último, Overall (2015) sostiene que la competitividad de las organizaciones modernas se basa en los recursos intangibles. Además,

al estar vinculados al conocimiento y a las relaciones sociales dos elementos fundamentalmente complejos, el capital humano y los recursos asociados a su gestión son los más difíciles de replicar en este contexto.

### **Capital social y relación con las capacidades de la empresa**

Castanias y Helfat (2001) muestran que el recurso impalpable es parte del capital social que se desarrolla a través de los vínculos interpersonales; sin embargo, aún no está claro qué impulsa estos vínculos, es exponer, qué inspira a las personas o a los grupos a crear lazos de solidaridad, confianza, amistad e intercambio de recursos. No obstante, es una verdad que las personas necesitan hacer uso de algunas de las capacidades que les ofrece su capital humano, como los conocimientos, la experiencia y las habilidades, para obtener y desarrollar capital social. Se requieren unas habilidades para utilizar y optimizar los recursos que conforman el capital social, del mismo modo que se requieren otras habilidades para obtener y preservar dichos recursos. Ello representa que disponer de recursos por sí solo no es suficiente, sino que hay que utilizarlos de forma distintiva e innovadora. Para ello, la empresa tiene que ser capaz de construir habilidades únicas que permitan desarrollar y aplicar estrategias dominantes y exitosas en un medio en invariable cambio.

Para ello, conviene incluir el enfoque de las "capacidades dinámicas" de Teece, Pisano y Shuen (1997), ya que complementa la TRC de Barney (1991) donde tiene en cuenta el hecho de que el entorno se mueve velozmente y que las sociedades necesitan adaptarse desarrollando capacidades dinámicas basadas en procesos, competencias y recursos previamente establecidos. La capacidad de añadir, sustraer o modificar la base de recursos de una empresa

es, por tanto, la definición de capacidades dinámicas basada en estos componentes.

En resumen, después de obtener el capital social, los líderes y sus colegas necesitan utilizar sus habilidades, conocimientos y experiencia para utilizarlo de forma que se fomente el desarrollo de habilidades adicionales que faciliten la movilización de recursos en busca de nuevas posibilidades de negocio.

### **1.2.2. Teoría de capacidades dinámicas**

Eisenhardt y Martin (2000) indican que las capacidades dinámicas surgen de la necesidad de autenticidad e identidad, las que se encuentran impulsadas por el proceso de aprendizaje organizacional, es por ello que las capacidades deben buscar adaptarse frente al entorno dinámico para crear conocimiento que les permite crear valor y ventajas en relación a otras organizaciones, permitiendo hacerse más competitivas y dependientes de su desempeño, teniendo en cuenta los recursos disponibles, para dar una respuesta eficaz y decisiva a los desafíos que plantea el mercado, llegando a ser un vínculo importante para las organizaciones, asimismo, constituye subconjuntos de habilidades o denominadas capacidades que permiten a una organización crear nuevos productos y procesos en relación al mercado cambiante y también las capacidades dinámicas son desarrolladas debido a la integración, reconstrucción y formación de todos los recursos de la institución a través de un enfoque contingente.

Winter (2003) menciona que las habilidades influyen de forma más precisa en la modificación de capacidades tradicionales, siempre teniendo en referencia la necesidad de los consumidores y también teniendo en cuenta los cambios

constantes del mercado puesto que cada elemento cambiante va llegar a incidir en el entorno, además las capacidades dinámicas se hacen más convincentes en referencia a los mercados altamente volátiles, campo del comercio internacional, puesto que muestra una integración de países y la existencia de mercados volátiles.

Wang y Ahmed (2007) refieren a través de los años que las empresas buscan nuevas estrategias organizativas y modelos de negocio, integrando, innovando, remodelando y haciendo un uso racional de sus recursos y capacidades para gestionar y crecer de manera óptima para responder al ecosistema en constante cambio, para garantizar la sostenibilidad.

### **Capital social**

Coleman (2001) señala que la finalidad del capital es permitir la acción del grupo. Dicho de otro modo, se trata de un conjunto de entidades únicas que comparten dos características y no de una entidad única:

- Tienen un componente de estructura social.
- Permiten comportamientos particulares de los infractores individuos o actores corporativos dentro del marco.

Según Putnam (2001), el capital social se basa en aspectos de la organización social como las reglas, la familiaridad y los lineamientos que promueven la coordinación y la asistencia en beneficio de todas las partes implicadas. La inversión en capital humano y material produce mayores beneficios cuando va acompañada de capital social. Putnam vincula el capital social a la lectura de periódicos, la afiliación a clubes y la participación en elecciones, pero también al sentido del deber cívico que impregna una sociedad.

Putnam afirma que una red de compromiso cívico crea sólidas normas de correspondencia entre sus miembros, se ve reforzada por el compañerismo, que acabará llegando a individuos ajenos al conjunto y surte efecto cuando se minimizan los costes de avenencia y los órganos del conjunto actúan en diligencias que en principio no estaban destinadas a la red.

Arriagada y Miranda (2003) señalan que con el pasar del tiempo se hace más complejo el hecho de poder hacerlo más práctico, ya que va a depender mucho de la participación y opinión de la sociedad que es el punto de partida para que enfoque a todos los órganos de la sociedad, es considerado de diferentes perspectivas tanto en países potencias como en países vecinos puesto que cada uno de ellos pretende hacerlo desde su alcance. Es así como remarca que conceptualizar al capital social tiene algunas limitantes porque frente a ello surgen variedad de interrogantes. Por lo tanto, en algunas definiciones hace hincapié a que el capital social es referente a aquella agrupación o asociatividad que va a permitir la unión con la búsqueda del mismo fin y objetivo en común.

Cabrera (2012) plantea que un punto fundamental en el capital social es la inclusión de la familia porque sienten que eso genera mayor confianza, por lo que se busca agregarlos al círculo. Claro que también ello se puede realizar con un grupo de personas o empresas que vayan con el camino similar o igual, pues, al final los resultados serán equivalentes para todos, ya que estarán dispuestos a afrontar posibles atentados y con conocimientos fortalecidos para encontrar con facilidad la oportunidad de crecer.

Por ello, la unión es beneficiosa y permite seguir expandiéndose nacional e internacionalmente siendo notable que la agrupación y/o unión va a permitir

que la red de contactos se vuelva más influyente, al permitir que el intercambio de contactos pueda beneficiar a todos por igual, incluso generando que más personas puedan sumarse, al ver la realidad de cómo se está encaminando esa idea.

Peláez (2011) busca centrarlo como red, por lo que para ello no simplemente es pertenecer a ese grupo de personas, sino se debe tener en cuenta que aquellos miembros deben poseer similares o iguales objetivos, y para poder encaminar hacia ese resultado es importante que existan personas que dirijan a ese grupo de personas y los encamine, ya que muchas personas pueden tomarlo de forma personal y ello conlleva a que algunos pretendan sentir incomodidad o sentir envidia por alguno que quizás resalte en mayor proporción, entendiéndose que el capital social es un beneficio en común, siendo grupalmente viene a ser igualitario para todo el grupo de personas, pero a diferencia que sea de forma individual va ser notable que uno destaque más frente a otro. De la misma forma es importante recalcar que aquel vínculo que exista entre el grupo de personas se refleja entrelazado y fortalece la relación al igual que puede restringir algunas cosas.

Fernández (2021) menciona que el capital social se encuentra vinculado directamente para llegar a descubrir un emprendimiento, ya que al entrelazar ideas de un grupo se puede concretar una mejor oportunidad a presente o futuro. Porque todo ello permite que las ideas puedan ser reforzadas y juzgadas, lo que hace ver a los emprendedores que pueden tener alguna falencia puedan subsanarla. Se puede apreciar desde diferentes perspectivas, es así como el Capital social se define como la totalidad de aportes que genera una persona en

particular, o caso contrario un conjunto de personas, con la finalidad de que la relación sea mutua y concisa.

Agregando a lo anterior, y en base a muchos estudios que ya fueron efectuados, se hace síntesis a que el Capital social tiene bastante relevancia, gracias a la colecta de ideas se vuelve más sólida y concreta, además, permitir que se innove y mejore cada vez en mayor proporción, volviéndose la idea exitosa y dando a entender que la información compilada es la suficientemente verídica para permitir alcanzar el éxito empresarial y crecimiento constante y parejo en el mundo de los negocios y emprendimiento.

### **1.2.3. Teoría de Orientación estratégica**

Hult y Ketchen (2001) indican que la orientación estratégica se encuentra centrada en la agresividad, ya que busca un enfoque multifacético que se determina por niveles de análisis, defensa, futuro riesgo y la proactividad estratégica, lo cual permite argumentar que la administración estratégica de una empresa, parte con el objetivo de la creación de ventajas competitivas concluyendo que en base a la estrategia se derivan lineamientos o políticas de asignación de recursos en base las metas que se plantea la empresa, teniendo como soporte los puntos fuertes y función de las características que contiene cinco políticas funcionales.

Del mismo modo, desde la perspectiva de la teoría de recursos y capacidades, la orientación estratégica es considerada una habilidad empresarial importante, esto resalta puesto que el enfoque estratégico tiende a ser un recurso raro, valioso y difícil de imitar, lo que permite a la empresa contar con una fuente de ventaja competitiva. Asimismo, se menciona que dentro de la

literatura destacan tres movimientos estratégicos, orientación al mercado, orientación emprendedora y orientación al aprendizaje, lo cual tiene impacto significativo en los resultados de la organización

Barney (1991) señala que la teoría de recursos y capacidades se encuentra enfocada en la heterogeneidad y la inmovilidad de los recursos, por lo que determina que ello sea una fuente de ventaja competitiva para generar un desempeño superior, es así como la orientación estratégica ha sido utilizada para hacer énfasis a una estrategia competitiva, ajuste estratégico, necesidad estratégica, desafío estratégico o como alternativa, lo que permite contar con diferentes categorías como las ofensivas, dinámicas, riesgosas y entre otras para hacer alusión a las iniciativas estratégicas.

Day (1994) señala que la orientación estratégica se clasifica en activos y capacidades, siendo el primero aquellos recursos tangibles que se acumulan en la empresa con el pasar del tiempo, tales como el prestigio o la imagen de la marca, el segundo son las habilidades intangibles que son más difíciles de cuantificar puesto que son las habilidades relacionadas a operaciones y actividades de la organización enfocada a determinar los resultados.

### **Orientación emprendedora**

Hernández (2014) respecto a la orientación emprendedora, señala que muchos autores la catalogan en formatos similares con direcciones y rumbos que encaminan hacia el mismo fin, es así como se encuentra ligado a teorías enfocadas a como las personas llegan a tomar las decisiones a presente o futuro, puesto que todo ello guarda relación en los procesos, procedimiento y/o diferentes actividades que realizan con la finalidad de encaminar la actividad que



pretendan realizar. Además, se hace mención de que los procesos deben estar entrelazados adecuadamente y ser coherentes para de esa manera percibir una adecuada actitud emprendedora.

Gálvez, Reyes y Rodríguez (2018) indicaron que la orientación emprendedora se centra en la dirección para la toma de decisiones por lo que se debe estar compuesto y estructurado óptimamente, además, contar con mecanismos y facilidades que permitan hacer y explotar correctamente los recursos, en ello se puede topar con diferentes obstáculos que son manejables y eliminados gracias al desarrollo de procedimientos que tienden a contar con los mismos objetivos, ello ayudará a abrir nuevos horizontes para poder fomentar y establecer nuevos proyectos con visión emprendedora. Se vive en un mundo muy competitivo, donde las ideas de nuevos emprendimientos surgen en el momento menos esperado, fomentando nuevas ideas en la que se plantea dos escenarios distintos, uno en el que las personas tienden a asumir los riesgos que trae consigo y otra en la que se mantienen en la misma idea, sin pensar diferente y siguiente con lo tradicional.

Cruz y Quispe (2021) indican que una constante intriga en las empresas y personas que quieren emprender se ve reflejada en la capacidad de la búsqueda de la novedad, que va a tener un enfoque en el descubrimiento del producto y además de donde se pretende comercializar dicho producto, ya que la competencia es amplia y los mercados son altamente competitivos. A través de la orientación emprendedora plantea dimensiones tales como la innovación, asunción de riesgos y la proactividad, que van a permitir tener una estrategia debidamente encaminada para que el bien o servicio sea aceptado por consumidores y grupo de destino. También es indispensable señalar la

capacidad de poner en práctica aquellas técnicas que van de la mano con la orientación, resaltando aquel factor de diferenciación que genera valor agregado para atracción y aceptación.

Martínez (2015) señaló que hay pequeños emprendedores que no suelen asumir riesgos elevados a comparación de los que, si asumen en mayor escala, ya que se encuentran en la búsqueda permanente de nuevas ideas y tendencias a fin de afrontar el mercado cambiante, por ende, la orientación emprendedora se encuentra centrada en la manera de cómo se brinda aquellos conceptos e información concisa de orientación para empresas o personas que van a ser los beneficiados de percibir los resultados.

También es necesario tener en cuenta que para poder ser considerado un emprendedor se debe tener en cuenta que las innovaciones que se pretenda ofrecer van a ser sobresalientes frente a lo que ofrece la competencia, todo ello permite que la empresa pueda estar preparada para afrontar posibles cambios a futuro, ya que eso puede afectar la estructura organizacional al volverse más complicado a raíz de un crecimiento sobresaliente, siempre resaltando que las empresas van a contar con resultados eficientes al tener controlado el grado de riesgo que se pretende aplicar. Por otro lado, se señala que los factores ligados a la orientación emprendedora se complementan a través de la autonomía con la que se puede afrontar una nueva idea internamente dentro de la organización y respetando el punto de vista de los participantes.

García, Ruiz, Parra y Rodrigo (2014) consideraron que la manera en cómo se plantea una adecuada estrategia inicia con permitir la generación de nuevas ideas, todo ello facilita el correcto uso de aquellas herramientas que permiten resaltar lo más importante, para posterior a ello ponerlas en marcha, además,

resalta que la adecuada orientación emprendedora, no solo se encuentra aislada en como son los primeros pasos para la apertura de una nueva empresa, sino al contrario se encuentra enfocada en la búsqueda de nuevas prácticas constantes y permanentes que permiten seguir mejorando y creciendo a través del desarrollo de nuevas estrategias que permiten ser más competitivos, y de la misma manera subraya que la orientación emprendedora va depender mucho de la manera en cómo se innova, como se es productivo y de qué forma se asume los riesgos que todo ello implica, a la vez, los puntos mencionados se van a centrar de diferentes formas y va depender de que tipo de estrategia se encuentre empleando en la exploración de una nueva idea.

Vega, Bautista y Martínez (2020) indican que la variedad de tipos de estrategias se refleja en la forma en como las personas o empresas interactúan, haciendo síntesis en la forma en cómo se va a cambiar algo tradicional por algo mejor donde se deje de lado las deficiencias que se hicieron notar por opinión de terceros o por opiniones propias por parte de los colaboradores, lo cual permite otorgar un valor agregado que deja de lado lo anterior y muestra mayores ventajas competitivas. La orientación emprendedora se complementa al hacer énfasis en cómo se detecta la necesidad de la población o consumidores que va de la mano con factores económicos o sociales lo cual permite enfocar la estrategia correcta para confrontar aquella necesidad y sumar los factores claves del desarrollo óptimo y la mejora continua.

### **Orientación exportadora**

Racela, Chawit y Amonrat (2007), como se citó en Escandón y Hurtado (2014) Mencionan que los estudios de Orientación exportadora pueden clasificarse en tres grupos:

1. El primer grupo se refiere a la identificación de factores que afectan la adopción de la orientación al mercado.
2. El segundo grupo estudia la relación de la orientación al mercado y el rendimiento organizacional.
3. El tercer grupo se centra en el desarrollo del constructo de orientación al mercado (p.432).

Los autores señalan que la clasificación que se asigna tiene bastante relevancia en la orientación al mercado, puesto que es el pilar que conlleva a que el proceso sea direccionado acorde de las necesidades que la población pueda mostrar indirecta o directamente.

Para Escandón y Hurtado (2014), la orientación exportadora la clasifican en diferentes formas, en base a ello se indica que enfoca a que la orientación exportadora tiene punto de partida en cómo se desempeña el exportador y como va a estar orientado al mercado exterior, generando un emparejamiento mutuo respectivamente para generar un rendimiento óptimo. Por lo que señala que un desempeño adecuado y exitoso en el exterior va a ser determinando siempre y cuando se cumpla con aquellos elementos esenciales que conlleva el desarrollo exportador, tales como las redes, innovación, entorno y entre otros que ayudan que las negociaciones internacionales sean en efecto un éxito o no, recomendando que se cumpla adecuadamente con aquellos factores que se encuentran involucrados.

Acevedo, Páramo y Rodríguez (2018) hacen énfasis en el estudio de la cantidad de información con la que se cuenta referente a la cantidad y calidad de producto y al acceso al lugar donde se pretenda establecer. Por otro lado, se

hace mención de que la orientación de mercado se encuentra enfocada directamente en el ámbito local y el exportador pretende salir a buscar nuevos destinos, ampliando la masa de clientes y destinos para posible venta y negociación de los productos que se ofrece.

Consecuentemente, frente a la orientación exportadora, señalan, López y Yeaple (2004), como se citó en Álvarez y López (2004):

la decisión de exportar es la que genera que las firmas tomen decisiones diferentes con respecto a inversiones y tecnologías, lo que explica endógenamente la heterogeneidad de firmas dentro de una misma industria. La intuición en estos modelos es relativamente simple. Las firmas pueden producir distintas variedades de bienes, pero los bienes destinados al mercado internacional (...) son bienes de alta calidad que requieren inversión en nuevas tecnologías. Así, las firmas que producen para el mercado local producen bienes de baja calidad, ocupan una tecnología inferior, por lo tanto, son menos productivas que las firmas que exportan. (p.319-320).

En síntesis, los autores mencionan las exigencias que se tiene en el mercado internacional, muchos países importadores requieren de bienes o servicios que tengan estándares altos en cuanto a calidad, por lo general, se tiene que exportar parte de la mejor producción, ello facilita a que los productos no sean rechazados y los que no cumplen con los estándares son destinados al mercado local.

Estrada y Heijs (2005) señalan que con el pasar del tiempo, se ha ido evolucionando y desarrollando los diferentes factores que generan que las

economías y países potencias sean más comerciales entre ellos, enfocándose principalmente hacia un sector y dentro de ello haciendo el uso adecuado del producto, explotando en su totalidad con la finalidad de hacerlo mucho mejor frente a la competencia, la manera en la que se desarrolla un producto haciendo uso de todas las herramientas necesarias va permitir que el desarrollo exportador sea óptimo y vaya acorde con lo que requerirán países en vías de desarrollo y los países desarrollados, por ende, la tecnología que se ha incrementado y avanzado en los últimos tiempos es un factor clave para agilizar procesos y optimizar la eficiencia y eficacia.

### **Enfoque en el desempeño de la empresa**

Lusthaus et al. (2002) indican que las organizaciones tienen existencia con el fin de lograr objetivos, en base al uso eficiente de todos los recursos con los que cuente, debiendo alcanzar metas y submetas, ello trae como resultado que los objetivos se muevan constantemente, lo que genera que se convierta en obstáculos y frente a ello los directivos también actúan cuando se considera la complejidad, surgiendo diversos métodos de medición que se relacionan a los factores asociados al buen desempeño. Lo que resulta en que cada organización plantea su trabajo y ello debe ser medido a fin de determinar si el trabajo se está haciendo correctamente.

Del mismo modo, Lusthaus y Adrien (1998) señalan que en los últimos años se establece el uso de lo mínimo para que una organización pueda lograr los objetivos establecidos, por lo que se centra en la eficiencia de recursos. Asimismo, establece que una organización logra ser exitosa cuando cumple lo que se establece inicialmente tratando de limitar los recursos, frente a ello las

medidas de desempeño empresarial se vuelve un indicador esencial para la empresa.

### **Oferta exportable**

Vega (2021) señala la proporción en la que se ven influenciadas las oportunidades de demanda constante y contractual, por otro lado, hace referencia a las cantidades de proveedores, la expectativa del producto, el bien que es competitivo que reúne aquellas condiciones y capacidad para que este pueda ser exportado, las características optimas que van de la mano a las exigencias de los demandantes y compradores extranjeros.

Aire (2019) indica que las condiciones que requiere y debe tener un producto, involucrando ámbitos comerciales que implica para poder llegar a ser más competitivos en el mercado internacional, puesto que aquellos rangos establecidos que un producto debe contar son diferentes a los productos locales.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2015) afirma que para el aprovechamiento de comercio internacional es de suma importancia que la oferta exportable ya sea de bienes o servicios, requieran de los más minuciosos estándares de calidad que son establecidos por los compradores internacionales, es por ello que los organismos a nivel internacional recomiendan tener en cuenta la mejora constante frente a la competencia que es cada vez mayor promoviendo parques tecnológicos, innovando y siguiendo con la certificación en base a los diferentes estándares que se debe seguir y con relación a lo citado, uno de los planes de exportación que plantea el ministerio a través de los pilares a futuro es seguir fortaleciendo el crecimiento económico mediante las exportaciones de productos no tradicionales.

### **1.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS**

#### **1.3.1. Orientación emprendedora**

Miller y Friesen (1982, 1983) como se citó en Pastor, Rodríguez y Balbinot, (2018) definen que: “Orientación emprendedora se refiere a la existencia de un comportamiento emprendedor en las empresas lo cual implica que son proactivas en el análisis del ambiente en el que operan, buscando respuestas innovadoras a los retos que enfrentan” (s.p). Partiendo de la premisa que mencionan a los emprendedores, ya que estos están muy presentes en los últimos tiempos, se puede reflejar que las personas naturales suelen concretar algún tipo de negocio con la finalidad de solventar y contar con calidad de vida entre otros objetivos que pueda plantarse cada persona que quiera sobresalir en algún tipo de negocio. Es así como existe una serie de retos y novedades en el día a día, por lo que se tiene que estar dispuesto y preparado para poder afrontar, mostrando nuevas estrategias y lineamientos que permitan analizar a detalle y brindar una salida optima que satisfaga y se encuentre a gusto de la mayoría.

#### **1.3.2. Capital social**

Bourdieu (1980) define el Capital social como la suma de los recursos potenciales o reales que se encuentran asociados a una red continua de relaciones de reconocimiento mutuo más o menos institucionalizadas. Es decir, que capital social serán los recursos socio estructurales que constituyen un activo de capital para el individuo y facilitan ciertas acciones que están adentro de esa estructura.

Del mismo modo Enrique y Rangel (2008) define que el capital social tiende a ser una opción de dirección conceptual que tiende a explicar las causas



del subdesarrollo o desarrollo proponiendo alternativas más allá de las inversiones que comúnmente se realizan, por lo que, aquellos puntos, opiniones o criterios de un grupo de personas quienes forman parte, conlleva a que se tenga como resultado un beneficio positivo o negativo para dicha organización. Es ahí donde se indica que el capital social como conjunto de recursos integrados y disponibles a través de la red de relaciones sociales de un individuo o grupo y otros factores que ayudan a explicar el desempeño económico exitoso de una empresa, región o país.

### **1.3.3. Orientación exportadora**

Escandón y Hurtado (2014). Para poder definir una conceptualización de la orientación exportadora se hace uso de tres pilares esenciales, tales como la manera en cómo se aplica correctamente la inteligencia, la capacidad de difundir que conlleva a la manera en cómo responden frente a ello y la forma de coordinación. Lo que permite que todo ello vaya entrelazado y permita conocer cuál es la respuesta que otorga los compradores o mercado destino para exportación, sin dejar de lado que debe estar agrupado y entrelazo en el círculo de los clientes. Para ello la coordinación cumple un rol esencial porque permite que las actividades que están enfocadas en el mercado internacional sean llevadas a cabo eficaz y eficientemente, permite que las empresas puedan hacer el uso adecuado de todo el conocimiento posible, que permite la apertura de una ruta hacia la salida al mercado internacional, de la mano con las nuevas ideas que facilita conocer a detalle de lo que necesitan y requieren los compradores.

#### **1.3.4. Oferta exportable**

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (s.f.) define que la oferta exportable “es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino. La oferta exportable también tiene que ver con la capacidad económica, financiera y de gestión” (párr. 1). Por ello se puede señalar que la oferta exportable es un pilar fundamental en los negocios internacionales puesto que va a permitir contar con aquellos recursos suficientes para satisfacer la demanda.

Aguirre y Olivares (2020) donde definen que, en efecto, la oferta exportable es algo más que solo asegurar la cantidad, al contrario, es aquello que representa dicha cantidad de un bien que será ofertado a un comprador determinado, y dentro de un período de tiempo establecido y con la fijación de un precio determinado.

## **CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **2.1. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS PRINCIPAL Y DERIVADAS**

#### **Hipótesis general**

La orientación emprendedora, el capital social y la orientación exportadora influyen en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.

#### **Hipótesis específicas**

1. La orientación emprendedora influye en la orientación exportadora de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.
2. La orientación emprendedora influye en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.
3. El capital social influye en la orientación exportadora de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.
4. El capital social influye en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.
5. La orientación exportadora influye en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.

### **2.2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES**

Según Arias (2012), respecto a la operacionalización de las variables, es aquel proceso de cambio en donde el investigador realiza la transformación de

las variables teóricas convirtiéndolas en dimensiones e indicadores que puedan ser observador y medidos, por lo que podrá obtenerse las preguntas, concluyendo que la operacionalización va a consistir en definir las variables en factores que sean medibles.

## **Dimensiones de la variable Orientación emprendedora**

### **Innovación**

Schumpeter (1934, como se citó en Cruz y Quispe, 2021), “quien sostiene que la innovación debe ser promovida por el empresario innovador, quien es capaz de proponer ideas, nuevas formas de producción dentro de la empresa. Debe ser una persona emprendedora a la hora de crear” (p.26-27).

En relación con lo señalado por los autores, la innovación comprende aquel punto de seguir generando y creando nuevas ideas, ya que todo ello permitirá que la organización siga en constante crecimiento y centrarse mejor frente a la competencia que se encuentra en casa ámbito.

Maldonado, Madrid y Martínez (2009, como se citó en Vega, Bautista y Martínez, 2020), “el o los cambios en las organizaciones en búsqueda de la innovación, deberá de ser principalmente: De producto, que se refiere a la introducción de un nuevo o significativamente mejorado producto o servicio en el mercado; innovación de procesos” (p.101).

En síntesis, para poder insertar o mejorar un producto conlleva una serie de procesos que permiten buscar los cambios que se verán reflejados a través de aquellas mejoras positivas.

## **Proactividad**

Alegre y Chiva (2013, como se citó en Morales, 2022), “la Proactividad indica que anticipar y actuar a las necesidades futuras a través de la búsqueda de oportunidades nuevas, por medio de la relación que tiene la organización con el mercado; al tomar y actuar de manera oportunista con iniciativa”. (p.37).

En otras palabras, hacen énfasis a la capacidad de poder estar delante de posibles acontecimientos a futuro, ya que ello permitirá que aquellas dificultades o necesidades que hay en la sociedad puedan ser entendidas eficaz y eficientemente.

Covin y Slevin (1989, como se citó en Cruz y Quispe, 2021), “anticiparse a las diferentes necesidades y exigencias que surgen constantemente en el mercado; es decir, mirar hacia el futuro, creando bienes y prestaciones anticipándonos a lo que hacen los competidores, generando así una ventaja competitiva que nos haga posicionarnos”. (p.31).

Por ello, aquella capacidad de ver los acontecimientos que van a suscitarse permite estar un pie adelante, lo que permite seguir resaltando frente a los competidores.

## **Asunción al riesgo**

Das y Teng (1997, como se citó en Sánchez, 2009). “El rasgo de personalidad que determina la tendencia y disposición del individuo para asumir riesgos. Los individuos con puntuaciones altas en esta dimensión estarán inclinados a comportamientos de alto riesgo; es decir, considerarán las alternativas cuyas consecuencias finales puedan alejarse” (p.43).

Como señalan los autores, la capacidad de asumir los riesgos van a ser determinantes y claves, puesto que al asumir dichos riesgos en mayor proporción tienden a obtener resultados mejores y con mayor beneficio.

Lumpkin y Dess (2001, como se citó en Mancebo, 2016). “además, caracterizan su noción de asumir riesgos afirmando que puede tomar la forma de aventurarse en nuevos mercados, la dedicación de importantes recursos para nuevos conceptos de negocio con resultados inciertos para alcanzar los objetivos de la organización”. (p.228).

En consecuencia, la manera de asumir riesgos comprende desde diferentes ángulos y puntos de vista, porque en un mercado tan competitivo se presentan diferentes formas de interactuar y varias opciones de cambio constante.

### **Dimensiones de la variable Capital Social**

Millán y Gordon (2004) indican las dimensiones importantes del capital social, las cuales tienen referencia respecto a las características de su base organizacional que comprende las direcciones donde se puede obtener capital social, también alude que las dimensiones son elementos fundamentales divididos en las modalidades de asociatividad, tanto interno y externo y la mayor frecuencia del contacto con mayor actividad involucrada.

### **Dimensiones de la variable Orientación Exportadora**

Diamantopoulos y Cadogan (1996) destacan los tres mecanismos de la orientación a la exportación que comprende a la generación inteligente, difusión de vivacidad y la forma de réplica, así como el enfoque que pretende integrar,

que comprende los aparatos de dialogo para llegar a un fin y las actividades antes mencionadas en respuesta a los mercados de exportación.

### **Dimensiones de la variable Oferta Exportable**

Valero, Rodenes y Rueda (2016) indican que se consideran tres dimensiones, las cuales permiten medir la oferta exportable de las empresas que se encuentren considerando actitudes encaminadas a las exportaciones, las cuales tienen punto de partida principalmente en la disponibilidad del producto acompañado de las capacidades económicas y las de gestión de la organización.

En la tabla 1 se presentan cada una de las variables, su definición operacional y aquellos indicadores de los ítems correspondientes que fueron incluidos de forma implícita en el instrumento aplicado que fue un cuestionario que midió las 4 variables unidimensionales.

**Tabla 1**

*Variable, definición operacional e indicadores de medición*

Variable	Definición Operacional	Unidad de medición (indicadores)
Orientación emprendedora	Se refiere al comportamiento emprendedor de una empresa, lo que significa que la empresa analiza activamente su entorno empresarial y busca respuestas innovadoras a los desafíos que enfrenta.	Proactividad Capacidad de innovación Asunción de riesgos
Capital social	Refiere a grupos o asociaciones que permiten alcanzar juntos	Asociatividad Actividades de Capital social

	las mismas metas y objetivos comunes.	
Orientación exportadora	Las operaciones de un exportador y la forma en que abordará los mercados extranjeros, alineados para garantizar un desempeño óptimo.	Actividades de Orientación al mercado internacional
Oferta exportable	El proporcionar la cantidad requerida por un cliente específico o que el producto cumpla con los requisitos del mercado de destino.	Cantidad exportada

---

Nota: *Elaboración propia a partir de las dimensiones indicadas por varios autores.*



## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1. DISEÑO METODOLÓGICO**

Hernández, Fernández y Baptista (2014) con relación al enfoque cuantitativo, los autores señalan que es importante la recopilación de datos puesto que ello permite manifestar la aprobación de la hipótesis y ello, puede realizarse en base a mediciones numéricas o a través del análisis estadístico para tener los patrones y evaluar las teorías, utilizando datos numéricos que se consiguen a través de la aplicación de encuestas para probar las hipótesis lo que permite fundamentar los resultados. También señalan respecto al diseño metodológico haciendo referencia a la estrategia que empleara para obtener los objetivos y resolver el problema de investigación, siendo no experimental ya que se recoge las variables sin ninguna manipulación por parte del investigador.

Del mismo modo, el diseño de la investigación está constituido, en base a aquellos datos que se puedan evidenciar, utilizando la recolección de los diferentes datos que sirvan para que la hipótesis sea probada en relación a una medida numérica y una elaboración de análisis estadístico y que todo ello permite indicar aquellos patrones que muestren el comportamiento y probar las teorías, además de ello contiene la rigurosidad en todo el procesos en donde se efectúa la investigación, donde la información recopilada es debidamente estructurada evidenciando claridad en los elementos que se encuentran investigando (Del Canto y Silvia, 2013).

En relación a lo señalado, la presente investigación sobre la orientación emprendedora y capital social de cómo influye en la orientación exportadora y oferta exportable se realiza bajo el enfoque cuantitativo no experimental de corte

transversal y de tipo aplicada, donde permite emplear diferentes técnicas para poder realizar la medición, muestreo y observación, lo que concuerda con las herramientas estadísticas, asimismo, la descripción de un grupo determinado para el correcto análisis enfocado a la identificación y descripción de las variables que fueron escogidas.

### **3.2. DISEÑO MUESTRAL**

La Dirección de Regulación, Planeación, Estandarización y Normalización (2009) indica que son aquellas estrategias y los procesos para llegar a obtener una muestra que es parte de la población objetiva del estudio, lo que debe cumplir con ciertas características que se planteen, lo que servirá para que se asegure la precisión, y se evite errores. Además, señala que es aquella metodología que muestra como efectuar las mediciones de campo que son aplicadas con el instrumento objetivamente y asegurar que los datos hagan ilación estadística.

### **3.3. POBLACIÓN**

En la investigación se utiliza una población que fue conformada por aquellos productores de palta Fuerte ubicados en el distrito de Chincheros que se encuentra dentro de la región Apurímac.

La cantidad de población agrupa a un total de 589 agricultores productores de palta que fueron empadronados durante el 2023 a través de la gerencia de desarrollo económico de la Municipalidad provincial de Chincheros, a su vez, dichos agricultores producen palta en un total de 389.81 hectáreas. Datos que fueron obtenidos por medio de una solicitud a la municipalidad y

replicada a través de una carta facilitando la información requerida, la solicitud y la carta de respuesta se puede observar en el anexo 4 y 5 de esta investigación.

### 3.4. MUESTRA

Hernández, Fernández y Baptista (2014) indican que, para la investigación de tipo cuantitativo, es necesario contar con muestra, que viene a ser una parte representativa de toda la población, considerado como un segundo grupo del que se obtendrá los datos con mayor precisión, ya que posee las características necesarias para continuar con el estudio.

El procedimiento realizado para el cálculo del tamaño de la muestra fue ejecutado a través de una formula estadística utilizada en la investigación de Hernández (2023) donde permite estimar un mejor número de la muestra en base a la población, cuya formula se muestra a continuación:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Definiciones de los elementos de la formula:

n = Tamaño de muestra buscado

N = Tamaño de la población o universo

z = Desviación estándar, parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC), [para un intervalo de confianza de 95 es 1.96]

e = Error de estimación máximo aceptado (0.05)

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

$q = (1 - p) =$  Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

Datos:

$N = 589$

$p = 0,50$

$q = 0,50$

$z = 1,96$

$e = 0,05$

Luego de procesar dichos datos mediante la formula estadística, se obtuvo primeramente una división de 565.68 entre 2.43 respectiva para finalmente otorgar un resultado del tamaño de muestra buscado (n) de un total de 233 productores de palta fuerte que pertenecen a la provincia de Chincheros.

### **3.5. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Hernández, Fernández y Baptista (2014) detallan que al ser una investigación de tipo cuantitativo se puede optar por la técnica de la encuesta, lo que tiene la finalidad de recabar información frente a cada variable de estudio que son de interés para el investigador.

Siendo la técnica de encuesta que fue utilizada en la presente investigación, que fue dirigido a los productores de palta que se encuentran dentro del distrito de Chincheros, aplicando un cuestionario que contiene respuestas en la escala de Likert de cinco puntos, que se encuentra en dirección de demostrar la relación e influencia de las variables. Siendo aplicado de forma

presencial, ubicando a los agricultores en sus respectivos domicilios o terrenos de producción.

### **3.6. DESCRIPCIÓN DEL INSTRUMENTO**

En la investigación de Hernández, Fernández y Baptista (2014) menciona que, para la construcción del instrumento, la opción de tipo Likert que tiene calificaciones puntuadas en base a cinco opciones lo que permite conocer la reacción del sujeto que responde en función a las categorías.

En la presenta investigación se utiliza el instrumento del cuestionario debidamente estructurado, para demostrar la influencia de la orientación emprendedora y capital social a la orientación exportadora y oferta exportable, además de ello dicho instrumento será aplicado a un total de 233 productores de palta ubicados en el distrito de Chincheros, dicho instrumento se divide en dos partes:

La primera se encuentra orientada a recoger información relacionada a la propiedad del terreno, sexo, producción exclusiva de palta, edad, número de hijos y número de hectáreas de producción.

La segunda parte se encuentra orientada al recojo de información sobre las variables unidimensionales, la variable orientación emprendedora van desde la primera pregunta hasta el ítem 08, seguido de la variable capital social que va desde el ítem 09 hasta 16, asimismo la variable Orientación exportadora desde el ítem 17 hasta el 24, por último, la variable oferta exportable desde el ítem 25 hasta el 31. Todas elaboradas en base a la escala tipo Likert de 5 puntos, desde (1) totalmente en desacuerdo, (2) en desacuerdo, (3) ni de acuerdo ni desacuerdo, (4) de acuerdo y (5) totalmente de acuerdo.

### **3.7. ASPECTOS ÉTICOS**

La investigación se encuentra sujeto a todos los principios éticos enfocados principalmente al respeto a las personas en la que se pretende aplicar el instrumento, asegurando la protección de los derechos, puesto que todos los productores serán debidamente informados sobre la investigación para así poder obtener su consentimiento, además de la búsqueda del bien sin infringir ningún aspecto que perjudique a nadie.

### **3.8. TÉCNICAS ESTADÍSTICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

Referente a las técnicas estadísticas que serán utilizadas para la investigación, inicialmente se hizo con el apoyo del programa Microsoft Excel donde se procesó la información a través de una base de datos luego de obtener todos los resultados de las personas encuestadas, seguidamente se hace uso del software SPSS V22 para realizar todos los análisis correspondientes.

## **CAPÍTULO IV: RESULTADOS**

En este capítulo el propósito es presentar el análisis de datos que fueron obtenidos a través del cuestionario aplicado, utilizando el software IBM Spss Statistics 22. En primera instancia se realiza un análisis cuantitativo evaluado a través del Alpha de Cronbach y correlación para cada una de las variables de estudio, aplicado a la muestra de 148 productores aceptable después de realizar la prueba de potencia, asimismo, el análisis de regresión lineal demostrando la significancia de las variables, finalmente, el conocimiento de cada una de las hipótesis planteadas.

### **4.1. PRUEBA DE CONFIABILIDAD Y VALIDEZ**

En la tabla 2, se muestra la confiabilidad y validez de las variables que se han utilizado durante la investigación: orientación emprendedora con 8 ítems, capital social con 8 ítems, orientación exportadora con 8 ítems y oferta exportable con 7 ítems. En el proceso de depuración de las variables, se eliminaron aquellos ítems que no cumplían la puntuación mínima de correlación ítem-test, por lo que quedaron 4 ítems en cada variable. El análisis de confiabilidad se calculó mediante el estadístico Alfa de Cronbach correspondiente al método de consistencia interna, obteniéndose coeficientes de 0.71 en Orientación emprendedora, 0.68 en Capital social, 0.79 en Orientación exportadora y 0.71 en Oferta exportable. En cuanto al análisis factorial, se observó que la varianza total explicada fue superior a 51% en cada variable. Asimismo, se obtuvo las cargas factoriales de los ítems que corresponden a cada variable: Orientación emprendedora (0.62 a 0.82), capital social (0.63 a 0.76), orientación exportadora (0.68 a 0.83) y oferta exportable (0.65 a .080). De esta manera, se obtuvo 4

reactivos finales en cada variable para su correspondiente evaluación con resultados fiables y válidos.

Adicionalmente, se decidió que un ítem perteneciente a la variable Orientación emprendedora, asunción de riesgos, se mediría de manera individual en las correlaciones. Cargaba de manera negativa, pero con efecto importante por lo que se considera que pueda influir y afectar a la orientación emprendedora y oferta exportable.

**Tabla 2**

*Fiabilidad y validez de las variables de estudio*

Variable	N° de ítems	Fiabilidad Alfa de Cronbach	Peso factorial		Varianza total explicada (%)
			Mínimo	Máximo	
Orientación emprendedora	4	0.71	0.62	0.82	55.75%
Capital social	4	0.68	0.63	0.76	51.01%
Orientación exportadora	4	0.79	0.68	0.83	61.47%
Oferta exportable	4	0.71	0.65	0.80	53.70%

#### **4.2. ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA**

Dentro del presente apartado, se presentan los datos demográficos de la muestra recogida, con la intención de proporcionar una adecuada descripción de los sujetos participantes en el estudio, asimismo, se incluyen los datos



descriptivos del análisis de las variables y las pruebas de normalidad correspondientes.

En la tabla 3, se observa la distribución de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros según el género. Del total de 148 encuestados, hay un mayor porcentaje del género femenino (56.8%) en comparación con el masculino (43.2%)

**Tabla 3**

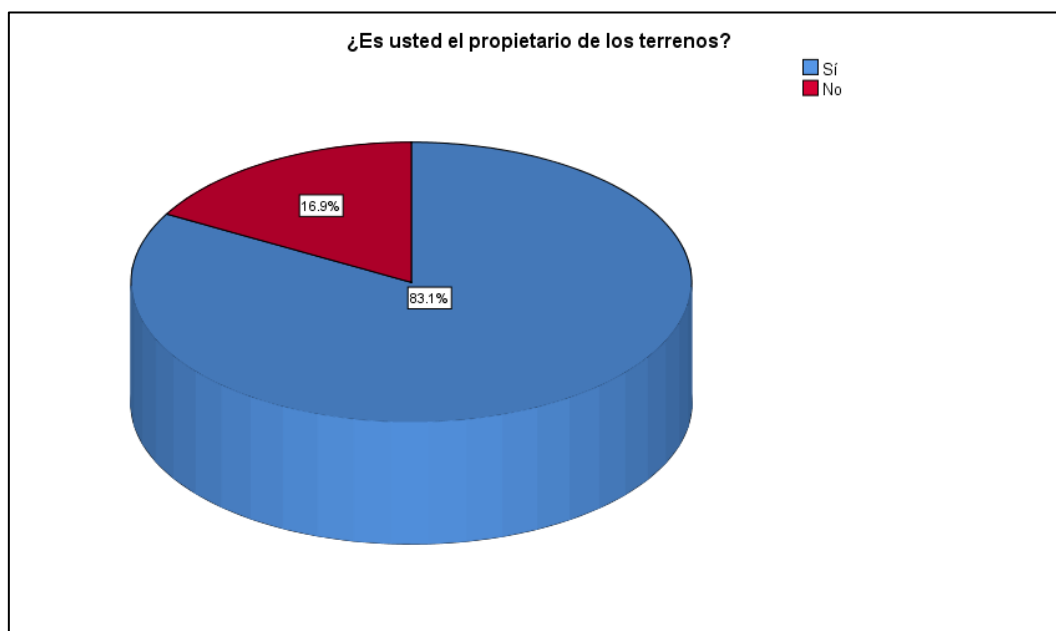
*Distribución de la muestra por género*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	64	43.2%
Femenino	84	56.8%
Total	148	100.0%

En la figura 1, se analizó la distribución de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros con respecto a la propiedad de los terrenos. De la muestra de 148 participantes, la mayoría respondió que son propietarios de los terrenos (83.1%).

**Figura 1**

*Distribución de la muestra por propiedad de los terrenos*



En la tabla 4, se observó la información de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros por producción exclusiva de palta. Del total de 148 encuestados, la mayoría contestó que no solo producen palta, sino también otros alimentos (75.7%).

**Tabla 4**

*Distribución de la muestra por producción exclusiva de palta*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sí	36	24.3%
No	112	75.7%
Total	148	100.0%

### 4.3. DESCRIPCIÓN DE VARIABLES

En la Tabla 5, se puede observar los datos descriptivos de las variables de estudio, entre ellas, la media, desviación estándar, asimetría y curtosis.

Se observa que los datos no presentan mayores anomalías.

Los promedios se realizaron tomando en cuenta a las puntuaciones de las respuestas del cuestionario (puntuaciones de 1 a 5), siendo mayor el promedio de Orientación emprendedora ( $M = 4.41$ ) en comparación a las otras variables. Los valores de asimetría oscilaron entre  $-0.355$  y  $-0.070$ ; y los de curtosis, entre  $-0.939$  y  $-0.105$ .

**Tabla 5**

*Descriptivos de las variables de estudio*

Variable	Media	D. Estándar	Asimetría	Curtosis
Orientación emprendedora	4.41	0.441	-0.355	-0.939
Capital social	3.88	0.568	-0.334	-0.682
Orientación exportadora	3.67	0.553	-0.070	-0.105
Oferta exportable	3.96	0.483	-0.089	-0.556

Rango de puntuaciones: 1- 5 (1=Totalmente en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3=Ni en acuerdo, ni en desacuerdo, 4= De acuerdo, 5= Totalmente en acuerdo).

### 4.4. PRUEBAS DE NORMALIDAD DE LOS DATOS

En la tabla 6, se observa los resultados de la prueba de normalidad de las variables de estudio con el estadístico Kolmogorov-Smirnov al ser la muestra mayor a 50 observaciones ( $N = 148$ ). En el análisis, los resultados fueron

significativos en todas las variables, es decir, los p-valor fueron menores a 0.05 ( $p < 0.05$ ), lo que refiere que los datos de las variables no se ajustan a distribuciones normales.

**Tabla 6**

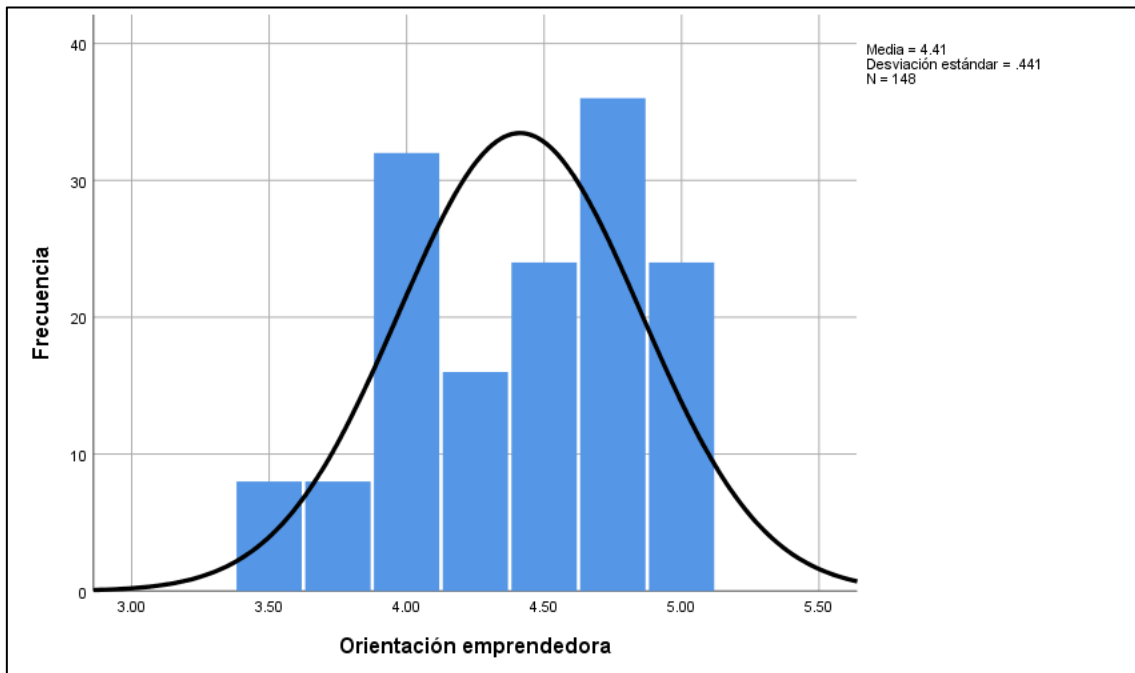
*Prueba de normalidad de las variables de estudio*

Variable	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	GI	p
Orientación emprendedora	0.914	148	0.000
Capital social	0.957	148	0.000
Orientación exportadora	0.967	148	0.001
Oferta exportable	0.955	148	0.000

En la figura 2, el histograma de la variable orientación emprendedora presentó un sesgo hacia la derecha (asimetría negativa), por lo que se entiende que la mayoría de los evaluados muestra una favorable Orientación emprendedora. Esto también se comprueba con la media obtenida ( $M = 4.41$ ) que se aproxima a la opción “De acuerdo”.

**Figura 2**

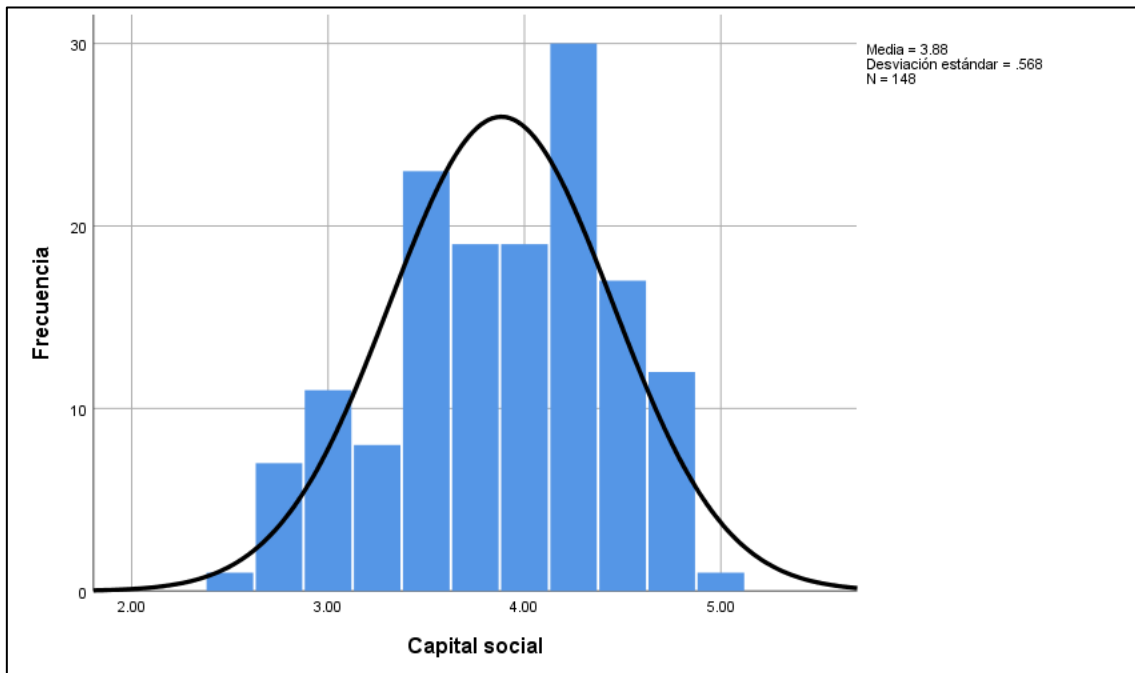
*Histograma de la variable Orientación emprendedora*



En la figura 3, se visualizó un sesgo hacia la derecha (asimetría negativa) en el histograma de la variable capital social, lo que refiere que la mayoría de los encuestados señala una actitud favorable a capital social. Esto también se verifica con el promedio obtenido ( $M = 3.88$ ) que se aproxima a la respuesta “De acuerdo”.

**Figura 3**

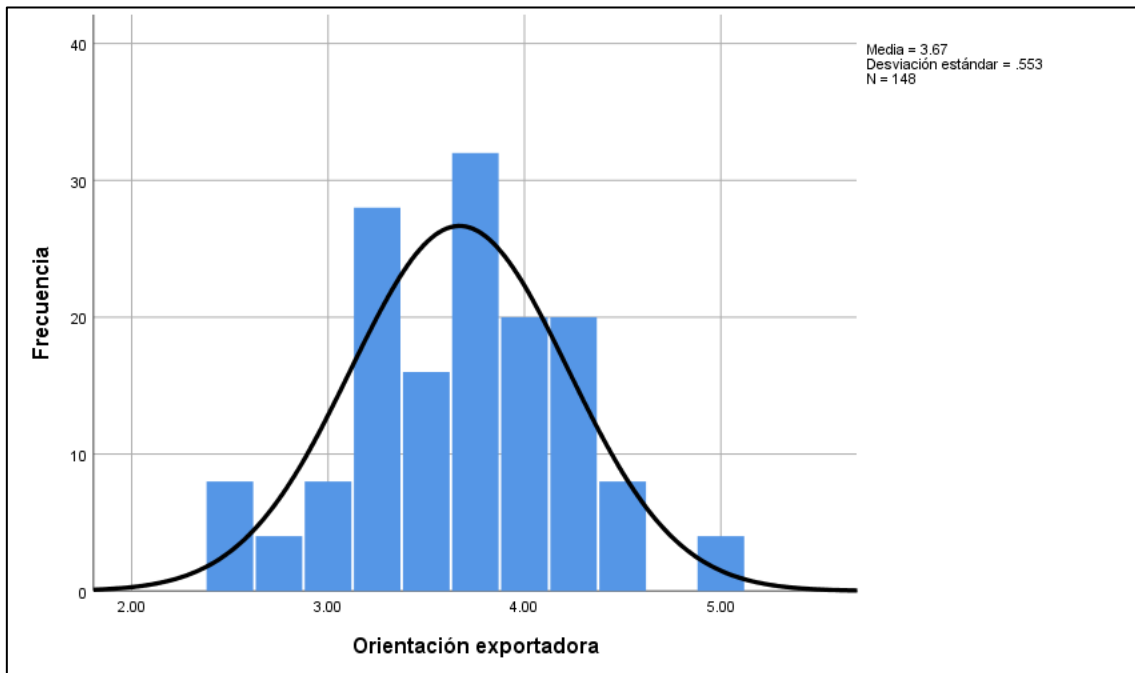
*Histograma de la variable Capital social*



En la figura 4, el histograma de la variable orientación exportadora presentó un sesgo hacia la derecha (asimetría negativa), por lo que se entiende que la mayoría de los evaluados muestra una favorable orientación exportadora. Esto también se comprueba con la media obtenida ( $M = 3.67$ ) que se aproxima a la opción “De acuerdo”.

**Figura 4**

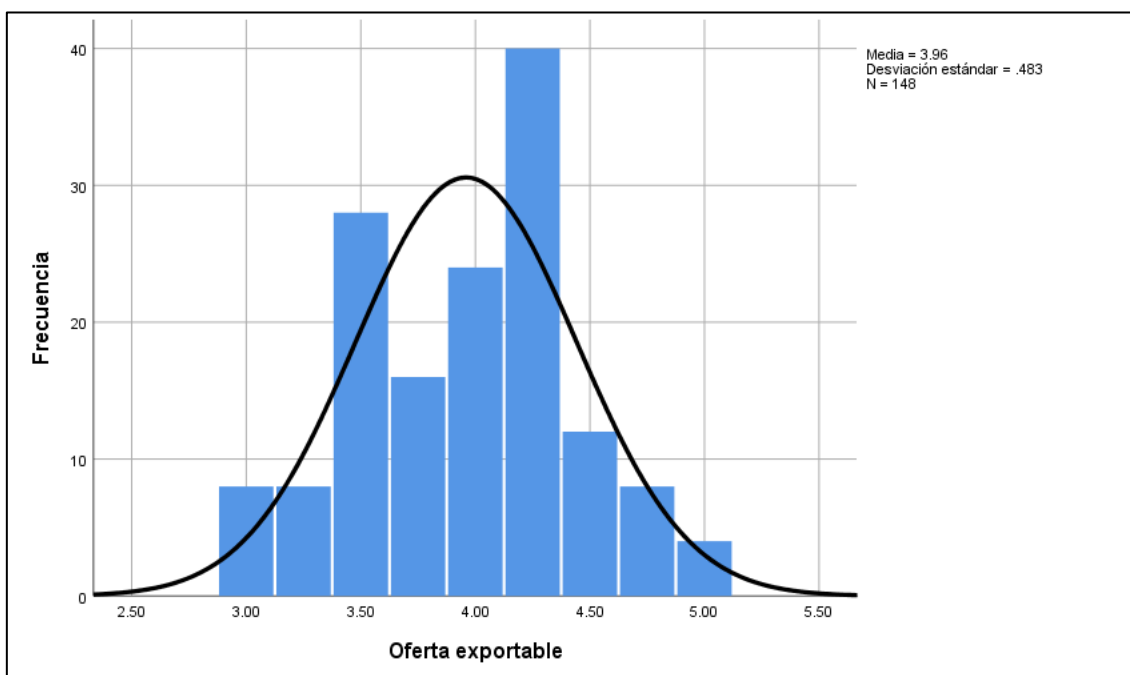
*Histograma de la variable orientación exportadora*



En la figura 5, se visualizó un sesgo hacia la derecha (asimetría negativa) en el histograma de la variable oferta exportable, lo que refiere que la mayoría de los encuestados señala una actitud favorable a la oferta exportable. Esto también se verifica con el promedio obtenido ( $M = 3.96$ ) que se aproxima a la respuesta “De acuerdo”.

**Figura 5**

*Histograma de la variable Oferta exportable*



#### **4.5. ANÁLISIS DE CORRELACIÓN DE LAS VARIABLES**

En la tabla 7, se observa los resultados del análisis correlacional entre las variables de estudio con el estadístico no paramétrico rho de Spearman, ya que los datos de la variable presentaron distribuciones no normales (distribuciones no paramétricas). Estos análisis se realizarán tomando en cuenta los objetivos planteados en el estudio. En cuanto a orientación emprendedora, se halló una correlación estadísticamente significativa y positiva con oferta exportable ( $\rho = 0.316$ ,  $p < 0.001$ ); se evidenció una relación significativa con orientación exportadora ( $\rho = 0.146$ ,  $p < 0.05$ ).

Con respecto a capital social, se observa una correlación estadísticamente significativa y positiva con Orientación exportadora ( $\rho =$



0.196,  $p < 0.01$ ); y con oferta exportable, se encontró una relación significativa ( $\rho = 0.160$ ,  $p < 0.05$ )

Además, la orientación exportadora tiene una correlación positiva y significativa con oferta exportable. ( $\rho = 0.246$ ,  $p = 0.001$ )

**Tabla 7**

*Correlaciones de Spearman entre las variables*

Variable	DE	1	2	3	4
1. Orientación emprendedora	0.441				
2. Capital social	0.568	-0.028			
3. Orientación exportadora	0.553	0.146*	0.196**		
4. Oferta exportable	0.483	0.316**	0.160*	0.246**	

\*\*La correlación es significativa al nivel de 0.01 ( $p < 0.01$ ).

\*La correlación es significativa al nivel de 0.05 ( $p < 0.05$ ).

1 = Orientación emprendedora, 2 = Capital social, 3 = Orientación exportadora, 4 = O. exportable

#### **4.6. CONTRASTE DE HIPÓTESIS**

##### **Hipótesis general**

La orientación emprendedora y el capital social influye en la orientación exportadora y la oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.

Análisis predictivo de orientación emprendedora y capital social en la orientación exportadora

En la tabla 8, se aplicó la prueba de normalidad de los residuos estandarizados del análisis como un criterio previo de la regresión lineal. Se empleó la prueba estadística Kolmogorov-Smirnov al ser la muestra mayor a 50 observaciones (N = 148). Se obtuvo un p-valor mayor a 0.05 ( $p = 0.054$ ), por lo que los datos se ajustan a una distribución normal y se cumple el criterio para realizar el análisis de regresión lineal.

**Tabla 8**

*Prueba de normalidad de los residuos estandarizados*

Variable	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	GI	p
Residuos estandarizados	0.073	148	0.054

En la tabla 9, el modelo, que presenta una variable dependiente (orientación exportadora) y dos independientes (orientación emprendedora y capital social), es significativo ( $F = 4.979$ ,  $p < 0.05$ ), siendo orientación exportadora explicada en un 6.4% ( $R^2 = 0.064$ ) por las variables independientes. En el análisis específico de cada variable predictor, solo se encontró una influencia significativa y positiva ( $\beta = 0.203$ ,  $t = 2.528$ ,  $p = 0.013$ ) de la variable capital social.

**Tabla 9***Regresión lineal sobre Orientación exportadora*

Modelo	Variable	B	Beta	t	p	IC 95% (B)
1*	Constante	2.043		3.751	.000	0.966; 3.119
	Orientación emprendedora	0.195	0.155	1.930	0.056	-0.005; 0.394
	Capital social	0.198	0.203	2.528	0.013	0.043; 0.353

\*R<sup>2</sup> = .064, F = 4.979, p < .05

Cabe señalar que en el modelo de regresión lineal se obtiene una Durbin Watson de 1.499 menor al valor de 1.5 para suponer una regresión lineal perfecta, un análisis por separado de las variables permitió descubrir que la variable orientación emprendedora no influye de manera lineal.

### **Análisis predictivo de orientación emprendedora, capital social y orientación exportadora en la oferta exportable**

En la tabla 10, se aplicó la prueba de normalidad de los residuos estandarizados del análisis como un criterio previo de la regresión lineal. Se empleó la prueba estadística Kolmogorov-Smirnov al ser la muestra mayor a 50 observaciones (N = 148). Se obtuvo un p-valor mayor a 0.05 (p = 0.200), por lo que los datos se ajustan a una distribución normal y se cumple el criterio para realizar el análisis de regresión lineal.

De la información anterior, se puede evidenciar que las variables influyen unas a otras o solo presentan cierta relación. Para finalizar los análisis de regresión, se considerará un nuevo modelo que incluye a tres variables como independientes y la oferta exportable como dependiente.

**Tabla 10***Prueba de normalidad de los residuos estandarizados*

Variable	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	p
Residuos estandarizados	0.057	148	0.200

En la tabla 11, el modelo, que presenta una variable dependiente (oferta exportable) y tres independientes (orientación emprendedora, capital social y orientación exportadora), además, los efectos del ítem V1P6 de asunción al riesgo, es significativo ( $F = 14.524$ ,  $p < 0.001$ ), siendo oferta exportable explicada un 28.9% ( $R^2 = 0.289$ ) por las variables independientes y la asunción al riesgo. En el análisis específico de cada predictor, se encontró una influencia significativa y positiva en orientación emprendedora ( $\beta = 0.335$ ,  $t = 4.648$ ,  $p < 0.001$ ), orientación exportadora ( $\beta = 0.223$ ,  $t = 3.028$ ,  $p = 0.003$ ), Capital social ( $\beta = 0.166$ ,  $t = 2.289$ ,  $p = 0.024$ ) y la asunción al riesgo influye negativamente, pero de manera significativa ( $\beta = -0.287$ ,  $t = -3.993$ ,  $p < 0.001$ ).

**Tabla 11***Regresión lineal sobre Oferta exportable*

Modelo	Variable	B	Beta	t	p	IC 95% (B)
1	Constante	1.884		4.056	0.000	0.966; 2.801
	Orientación emprendedora	0.366	0.335	4.648	0.000	0.211; 0.522
	Capital social	0.141	0.166	2.289	0.024	0.019; 0.263
	Orientación exportadora	0.194	0.223	3.028	0.003	0.067; 0.321
	Asunción al riesgo	-0.192	-0.287	-3.993	0.000	-0.287; 0.097

---

$R^2 = .289$ ,  $F = 14.524$ ,  $p < .05$

**4.7. RESUMEN DE LAS HIPÓTESIS**

En la tabla 12, los resultados que se presentan conforme a las hipótesis formuladas quedarían de la siguiente manera: los coeficientes beta (Path) por cada modelo establecido por las hipótesis específicas. En la primera hipótesis específica, no se evidenció una influencia significativa ( $\beta = 0.152$ ,  $p > 0.05$ ) de Orientación emprendedora hacia la orientación exportadora; mientras que, en la segunda hipótesis específica, se encontró una influencia significativa y positiva ( $\beta = 0.335$ ,  $p < 0.05$ ) hacia la Oferta exportable. En la tercera hipótesis específica, se halló una influencia significativa ( $\beta = 0.201$ ,  $p < 0.05$ ) de Capital social hacia orientación exportadora; así también, en la cuarta hipótesis específica, se visualizó una influencia significativa y positiva ( $\beta = 0.181$ ,  $p < 0.05$ ) hacia la oferta

exportable, por último, respecto a la quinta hipótesis específica, la orientación exportadora predice significativa y positivamente ( $\beta = 0.331$ ,  $p < 0.05$ ) a la oferta exportable.

**Tabla 12**

*Coefficientes Path y valoración de las hipótesis*

Hipótesis	Modelo			IC 95% (B)		Aceptación de hipótesis
	Beta	t	p	Mínimo	Máximo	
Modelo 1 (H1). OEM → OREX	0.152	1.855	0.066	-0.012	0.393	No acepta
Modelo 2 (H2). OEM → OFEX	0.335	4.289	0.000	0.197	0.535	Acepta
Modelo 3 (H3). CS → OREX	0.201	2.474	0.015	0.039	0.352	Acepta
Modelo 4 (H4). CS → OFEX	0.181	2.222	0.028	0.017	0.290	Acepta
Modelo 5 (H5). OREX → OFEX	0.331	4.243	0.000	0.154	0.424	Acepta

OEM = Orientación emprendedora, CS = Capital social, OREX = Orientación exportadora,

OFEX = Oferta exportable

## **CAPÍTULO V: DISCUSIÓN**

Para realizar el desarrollo de la sección se lleva a cabo la discusión de aquellos resultados obtenidos en la investigación efectuada.

Los resultados de la presente investigación fueron obtenidos a través de encuestas y visitas a las zonas productoras de palta que se encuentran en diferentes zonas aledañas del distrito en mención, quedando registro de todas las actividades realizadas a través de fotografías y cuestionarios debidamente estructurados que fueron llenados por los productores de palta. En primera instancia se encontró una base de datos del INEI, pero estaba desactualizada porque arrojaba información del 2012, siendo una limitante, posteriormente se procedió a presentar una solicitud a la Municipalidad Provincial de Chincheros, teniendo como respuesta una carta donde especifica el número de productores empadronados de palta de dicho distrito.

Respecto a las herramientas utilizadas, el cuestionario fue adaptado y modificado de otras investigaciones realizadas, fueron sometidas a criterio de dos jueces expertos que validaron y adjuntaron recomendaciones para mejorar y optimizar el resultado, asegurando la fiabilidad y consistencia que certifica la validez de los resultados obtenidos.

Sin embargo, se realiza una crítica al instrumento porque los agricultores por lo general tienden a quedar bien respondiendo favorablemente, lo que quizás hace necesario que se elaboren preguntas más directas o preguntas invertidas para probar las respuestas de los agricultores.

Respecto a la población se aplicó la fórmula de obtención de la muestra para ser procesada, por lo que, posteriormente, se depuraron algunos

encuestados porque pertenecían a la misma familia, por lo que aplicando la prueba de potencia se obtiene que el número final de encuestados es aceptable.

Por lo tanto, se ha cumplido con todos los datos de validez y es generalizable la metodología de la presente investigación.

La primera hipótesis H1 plantea que la orientación emprendedora influye en la Orientación exportadora de los productores de palta de exportación. Esta hipótesis fue rechazada debido a que los resultados del análisis entre las variables de estudio con el coeficiente beta arrojaron que el p-valor obtenido es ( $\beta = 0.152$ ,  $p > 0.05$ ), lo que indica que no se evidencia una influencia significativa entre ambas variables además refleja que el coeficiente Durbin Watson es menor a 1.5, lo que significa la posibilidad que una variable no estudiada este en medio de esta relación.

Estos resultados difieren con la investigación de Gasco (2023) quien encuentra que la orientación emprendedora posee un efecto positivo y significativo en la orientación de mercado internacional que este último comprende a la orientación exportadora, de igual modo, Campoverde (2018) encuentra una influencia significativa y positiva de la orientación emprendedora en el logro de altos niveles de desempeño financiero y estratégico exportador que comprende a la orientación exportadora, ya que, también fueron pyme exportadoras constantes y registradas en la Superintendencia de Compañías de Ecuador, a la vez, delimitados según la cantidad de empleados en el rango de 10 y 250 empleados. Esta diferencia puede ser explicada debido a que en la presente investigación la variable orientación emprendedora no ha resultado confiable en todas sus dimensiones, por lo que se ha medido solo con aquellas dimensiones que obtuvieron los valores de confiabilidad y validez, ello puede



representar que es una variable que no puede explicar en toda su dimensión las relaciones con las variables dependientes, además, en la investigación de Gasco (2023) y de Campoverde (2018), la población de la investigación fueron empresas (pyme) formales exportadoras a diferencia de la presente investigación donde se trabajó con productores de palta y entre ellos algunos que recién están en el proceso de exportación, lo que podría sugerir que la formalidad de las empresas podría variar esta relación, pero esto sería motivo de más investigaciones.

La segunda hipótesis H2 plantea que la orientación emprendedora influye en la oferta exportable de los productores de palta de exportación. Esta hipótesis ha sido aceptada puesto que el análisis entre las variables de estudio con el coeficiente beta arrojaron que el p-valor obtenido es significativo ( $\beta = 0.335$ ,  $p < 0.05$ ), lo que indica que hay influencia significativa y positiva. Estos resultados son congruentes con las investigaciones de Espinoza (2020) y Martinez (2015) quienes indican que la orientación emprendedora está contribuyendo en forma significativa y positiva sobre el desempeño empresarial que hace referencia a la oferta exportable además que está positivamente relacionada con unos mejores resultados de las nuevas empresas internacionales y la capacidad de innovación es aplicada en los diversos procesos de producción mejorando el desempeño de la oferta exportable, siendo la capacidad de innovación una dimensión que representa a la orientación emprendedora.

La presente investigación ha demostrado que los productores de palta buscan trabajar en la imagen de sus negocios, así como brindar mejor atención usando sus propios recursos para la búsqueda de nuevas oportunidades, observando a los competidores para mejorar y superarlos, esto ha influido en la

oferta exportable, en la capacidad de mejoría de los productos defectuosos, en la capacidad de cumplir con la demanda extra del producto y con el aumento del porcentaje de producción destinado a exportar.

La tercera hipótesis H3 plantea que el capital social influye en la Orientación exportadora de los productores de palta de exportación. Esta hipótesis ha sido aceptada puesto que el análisis entre las variables de estudio con el coeficiente beta arrojaron que el p-valor obtenido es significativo ( $\beta = 0.201$ ,  $p < 0.05$ ), lo que indica que hay influencia significativa y positiva. Estos resultados son consecuentes con la investigación de Mundaca (2021) quien señala que el capital social influye en la orientación al mercado que comprende a la orientación exportadora, del mismo modo, en la investigación realizada por Cabrera y Olivares (2012) las variables relacionadas con los recursos del capital social luego de ser hipotetizados tienen fuerte significancia sobre la velocidad del proceso exportador que engloba a la orientación exportadora.

En esa investigación las relaciones de las empresas familiares con los proveedores extranjeros permiten un acceso rápido de las empresas familiares al mundo de la exportación con capacidad de conocimientos más avanzados, también, dicha relación permite que el efecto acelerador sea significativo al ingreso de fase inicial o avanzada en el proceso exportador, esto tiene relación con la presente investigación donde los agricultores mencionan que han logrado ganarse la confianza de sus agentes o clientes así como la confianza entre agricultores de la comunidad y esto influye en la orientación exportadora. Asimismo, ellos mencionan que la relación de agentes se busca para estabilizar la conexión entre el proveedor y el cliente con acciones inmediatas en las negociaciones.

La cuarta hipótesis H4 plantea que el capital social influye en la oferta exportable de los productores de palta de exportación. Esta hipótesis ha sido aceptada puesto que el análisis entre las variables de estudio con el coeficiente beta arrojaron que el p-valor obtenido es significativo ( $\beta = 0.181$ ,  $p < 0.05$ ), lo que indica que hay influencia significativa y positiva, concordando con la investigación de Santana, Malca y Sanchez (2023) que indican que la asociatividad tiene relación significativa con la capacidad exportadora, cuya característica predispone el proceso asociativo por lo que mientras se mantenga la práctica y lineamientos de la asociatividad las organizaciones podrán desarrollarse óptimamente a fin de consolidar su oferta exportable.

Sin embargo, en esta investigación los ítems relacionados a asociatividad se depuraron por el bajo nivel de fiabilidad por lo que se demuestra que en los agricultores no se refleja asociatividad, sino alta confiabilidad. Son los ítems de confiabilidad los que influyen sobre la oferta exportable. Además, los agricultores mencionan que solo se asocian de forma temporal, ya que prefieren trabajar individualmente, la asociación la realizan cuando tienen que cumplir con la demanda extra del producto.

La quinta hipótesis H5 plantea que la orientación exportadora influye en la oferta exportable de los productores de palta de exportación. Esta hipótesis ha sido aceptada puesto que el análisis entre las variables de estudio con el coeficiente beta arrojaron que el p-valor obtenido es significativo ( $\beta = 0.331$ ,  $p < 0.05$ ), lo que indica que hay influencia significativa y positiva. Estos resultados tienen coincidencia con la investigación de Oliveros y Small (2020) quienes afirman que la orientación al mercado (orientación exportadora) si se relaciona con el desempeño exportador (oferta exportable) de las empresas exportadoras.

Al igual que Ponte (2021) aprueba la hipótesis de que la orientación de mercado influye en el desempeño de las empresas exportadoras dando a entender que siempre que las empresas desarrollen y apliquen acciones para analizar información basada en clientes, competidores y consumidores mejorara la oferta exportable.

En la presente investigación se observa que uno de los principales elementos que influye en la oferta exportable es que los productores conocen los requisitos que establecen los países de destino. La orientación exportadora se relaciona con la capacidad de cumplir con la demanda extra, con medir el rendimiento por hectárea de terreno y con la búsqueda de mejoras en productos defectuosos. No obstante, no se relaciona con el aumento del porcentaje de producción destinado a exportar. Es más, el ítem “conocemos las características que debe tener la palta para ser exportada” se relaciona negativamente con el porcentaje de producción que está destinado para exportar, lo que podría reflejar que los agricultores están conscientes que los productos no cumplen con los requisitos de exportación.

Un hallazgo no esperado ha sido encontrar que la asunción del riesgo “estamos dispuestos a asumir riesgos invirtiendo para mejorar” influyó de manera negativa y significativa en la oferta exportable. Esto tiene relación con lo que comentaban los agricultores puesto que no están dispuestos a hacer más inversiones.

Por tanto, los resultados obtenidos del estudio aplicado a los productores de palta de exportación en el distrito de Chincheros, región Apurímac, demuestran una explicación de la variable oferta exportable en un 28.9% de coeficiente de determinación ( $R^2$ ), lo que refleja que existen otras variables que

no han sido estudiadas que representan el 70% aproximado, por lo cual se hace necesario continuar con las investigaciones.

Estos resultados no se pueden generalizar para otros productos porque el cuestionario ha sido diseñado específicamente para la oferta exportable de palta.

La presente investigación contribuye a la teoría de orientación estratégica, ya que esta investigación examina la interrelación que comprende a las variables de orientación emprendedora, orientación exportadora sobre la oferta exportable y los resultados demuestran que las orientaciones estratégicas influyen sobre el desempeño de la empresa, por ello son adoptadas como capacidades fundamentales de la empresa y los agricultores pueden desarrollarlas para mejorar en cada uno de los procesos de exportación de la palta, permitiéndoles obtener un enfoque empresarial. Respecto a la teoría de recursos y capacidades y capacidades dinámicas, se ha demostrado que existe una relación influyente de la variable capital social con la oferta exportable, lo que indica que los agricultores utilizan este capital como una capacidad para mejorar su desempeño.

## CONCLUSIONES

En el siguiente capítulo se realiza la explicación de lo que se obtuvo en cada uno de los objetivos que fueron planteados en la parte introductoria:

1. Se logró cumplir con el objetivo general de la presente investigación, toda vez que se alcanzó a determinar la influencia de la orientación emprendedora, del capital social y de la orientación exportadora en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.
2. La orientación emprendedora no influye sobre la orientación exportadora, lo que demuestra que es necesario realizar más estudios para buscar las relaciones entre las orientaciones estratégicas de los agricultores.
3. La orientación emprendedora influye significativa y positivamente en la oferta exportable, esto refuerza la Teoría de Orientaciones Estratégicas que indica que las orientaciones estratégicas influyen sobre el desempeño de la empresa.
4. En el caso de la orientación emprendedora, la principal característica de los agricultores del distrito de Chincheros es la proactividad, no demostrando que la asunción de riesgos sea una característica de esta variable, sin embargo, la asunción de riesgos demuestra influir negativamente en oferta exportable.
5. El capital social influye significativa y positivamente en la orientación exportadora y esto se debe a que aquellos que desarrollan la confianza entre agricultores y otros agentes se les facilita el conocimiento de las normas y cumplimiento de los requisitos de exportación.

6. El capital Social influye de manera significativa en la oferta exportable, esto significa que las asociaciones temporales de los agricultores son la principal respuesta para atender la demanda extra, corroborando la Teoría de Recursos y Capacidades en la que se indica que el capital social es una forma de obtener recursos adicionales, y que es una capacidad en momentos de alta demanda.
7. La Orientación exportadora influye de manera significativa y positiva en la oferta exportable, los agricultores que tienen conocimiento de los requisitos de exportación de palta generan más rendimiento por hectárea y mejoran su búsqueda en productos defectuosos, reforzando a la Teoría de Orientaciones Estratégicas dado que influye sobre el desempeño de la empresa.
8. La asunción al riesgo de los agricultores influye negativamente sobre la oferta exportable, lo que refuerza que el tipo de negocio agrícola es desfavorable para una inversión riesgosa.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda que, a partir del presente estudio, “Influencia de la orientación emprendedora, el capital social y la orientación exportadora en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023”:

1. Se fomenten más investigaciones que estudien a detalle las variables, sus relaciones e influencias y que tengan enfoques en otras orientaciones estratégicas, ya que en los últimos tiempos los agricultores vienen exportando la palta y es considerado fuente de ingreso para sus familias.
2. Las futuras investigaciones deben tener cuidado en la elaboración de los ítems del instrumento de investigación, ya que en los productores de palta tienden a responder positiva o favorablemente con la finalidad de quedar bien y persuadir una buena imagen de ellos o de sus productos, por lo que se sugiere que se elaboren preguntas más directas o preguntas invertidas para probar las respuestas de los agricultores y así el estudio pueda ser más centrado.
3. A los agricultores que traten de ser más proactivos y que tengan mayor cuidado al momento de asumir riesgos.
4. Los agricultores deben tener mayor diálogo y comportan conocimientos a fin de que tengan mayor entendimiento a cerca de los requisitos de exportación de palta.
5. De mismo modo, se recomienda fortalecer las asociaciones temporales con la finalidad de atender a los pedidos de gran volumen, mejorando la comunicación para otorgar todo el pedido solicitado por el cliente.



6. A los gobiernos locales y asociaciones se recomienda fomentar mayores capacitaciones dirigido a los agricultores con la finalidad de otorgar mayor conocimiento sobre los requisitos de exportación y generar una oferta exportable considerable.
7. Es recomendable investigar la asunción de riesgos en negocios pasivos o entornos no dinámicos, lo que permite evaluar cuáles son sus efectos en el desempeño de la empresa.
8. Para futuras investigaciones se podría efectuar estudios desagregados poniendo mayor énfasis en la asunción de riesgos observando los cambios en las relaciones y efectos de las variables, así como relacionar entre nuevas variables que permite ampliar los análisis predictivos de la investigación.

## REFERENCIAS

- Acevedo, C. Páramo, D. Rodríguez, G. (2018). Orientación al mercado de exportación de las PYME exportadoras del Departamento del Atlántico. *Universidad & Empresa*, 20(34), 127-156. <https://revistas.urosario.edu.co/xml/1872/187254470006/html/index.html>
- Aguacate (palta) peruano proyecta 13% más de exportaciones (2023, febrero 21). *En alimentos*. <https://enalimentos.lat/noticias/6789-aguacate-palta-peruano-proyecta-13-mas-de-exportaciones-en-2023.html>
- Aguirre, L. y Olivares, T. (2020). *Elementos de la oferta exportable que influyeron en el incremento de la internacionalización de las empresas exportadoras de palta Hass hacia China durante los años 2014 al 2018* [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/651667?locale-attribute=es>
- Aire, J. (2019). *Factores de la oferta exportable en las empresas agroexportadoras de café en la provincia de Chanchamayo, 2018* [Tesis de licenciatura, Universidad Continental]. <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/6045?locale=es>
- Álvarez, A. (2023). *Efecto de la Orientación emprendedora internacional, mediado por la Orientación de mercado internacional y la capacidad de redes, en el desempeño internacional de las pymes del sector agropecuario*. [Tesis de Licenciatura, Universidad de Lima]. [https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/18430/T018\\_48028295\\_T.pdf?sequence=1](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/18430/T018_48028295_T.pdf?sequence=1)
- Álvarez, R. y López, R. (2004). Orientación Exportadora y Productividad en la Industria Manufacturera Chilena. *Cuadernos de Economía*, 41(124), 315-343. [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0717-68212004012400001](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-68212004012400001)
- Arias, F. (2012). El proyecto de investigación. *Introducción a la Metodología Científica*. (6ta ed.). Caracas. Editorial Episteme C.A.

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.  
[https://josephmahoney.web.illinois.edu/BA545\\_Fall%202022/Barney%20\(1991\).pdf](https://josephmahoney.web.illinois.edu/BA545_Fall%202022/Barney%20(1991).pdf)
- Bourdieu, P. (1980). Le Capital social. In: Actes de la recherche en sciences sociales. (31), 2-3. [https://www.persee.fr/issue/arss\\_0335-5322\\_1980\\_num\\_31\\_1](https://www.persee.fr/issue/arss_0335-5322_1980_num_31_1)
- Cabrera, M. y Olivares, A. (2012). La influencia de los recursos de capital humano, social y financiero sobre la velocidad del proceso exportador de las empresas familiares. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 21(4), 306-315.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1019683812000108>
- Cabrera, M. y Olivares, A. (2012). La influencia de los recursos de capital humano, social y financiero sobre la velocidad del proceso exportador de las empresas familiares. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 21 (4), 306-315.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1019683812000108>
- Campos, Y. y Céspedes, J. (2021). Las capacidades dinámicas y la Orientación de mercado como factores que influyen en la Orientación emprendedora de las PYMES de la Región Huetar Norte de Costa Rica. [Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica Nacional].
- Campoverde, R. (2018). *Orientación Emprendedora y Capacidad de Absorción como Determinantes del Desempeño Exportador de Pymes: Caso Ecuador*. [Tesis de Doctorado, Pontificia Universidad Católica Del Perú].  
<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/12574>
- Carhuallanqui. (2023, junio 17). Advierten que palta y quinua de Ayacucho tiene limitaciones de exportación. *Correo*. <https://diariocorreo.pe/peru/advirten-que-palta-y-quinua-de-ayacucho-tiene-limitaciones-de-exportacion-noticia/>

- Castanias, R. y Helfat, C. (2001). The managerial rents model: theory and empirical analysis. *Journal of Management*, 27(6), 661–678. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/014920630102700604>
- Cepal. (2003). *Capital social: potencialidades analíticas y metodológicas para la superación de la pobreza*. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6583/S039608\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6583/S039608_es.pdf)
- Chunga, Z. (2019). *Influencia de los recursos, capacidades y Orientación emprendedora en el desempeño económico de las pymes rurales de Andahuaylillas, Ccatca y Ocongate en cusco – Perú*. [Tesis de Doctorado, Universidad Autónoma de Nueva León]. <http://eprints.uanl.mx/18482/1/1080289207.pdf>
- Coleman, J. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94(1), 95-120. <https://www.jstor.org/stable/2780243>
- Cruz, S. y Quispe, E. (2021). *Relación entre la Orientación emprendedora y el resultado empresarial en las empresas del sector textil de la provincia de Arequipa, 2019*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú]. [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/5451/S.Cruz\\_E.Quispe\\_Tesis\\_Titulo\\_Profesional\\_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/5451/S.Cruz_E.Quispe_Tesis_Titulo_Profesional_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Day, G.S. (1994): The capabilities of market-driven organizations, *Journal of Marketing*, 58 (4), 37-52. <https://www.jstor.org/stable/1251915>
- Del Canto, E. y Silvia, A. (2013). Metodología cuantitativa: abordaje desde la complementariedad en ciencias sociales. *Revista de Ciencias Sociales*, 3(141),25-34. <https://www.redalyc.org/pdf/153/15329875002.pdf>
- Diamantopoulos, A. y Cadogan, J. (1996). Internationalizing the market orientation construction: An in-depth interview approach. *Journal of Strategic Marketing*, 4(1), 23–52. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09652549600000002>

- Dirección de Regulación, Planeación, Estandarización y Normalización. (2009). Encuesta de Consumo Cultural 2008 Informe de resultados. DANE. [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/eccultural/InfoResultECC\\_0309.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/eccultural/InfoResultECC_0309.pdf)
- Dudenhoefer. (2018, marzo 26). A medida que crece la producción agrícola en el Perú, los pequeños agricultores ansían mejores mercados. *Banco Mundial Blogs*. <https://blogs.worldbank.org/es/latinamerica/medida-que-crece-la-produccion-agr-cola-en-el-los-peque-os-agricultores-ans-mejores-mercados>
- Eisenhardt, K. y Martin, J. (2000). Dynamic capabilities: what are they? . *Strategic Management Journal*, 21 (10/11), 1105-1121. <https://www.jstor.org/stable/3094429>
- El milagro de la palta y los pequeños agricultores (2020, octubre 01). *El Montonero*. <https://elmontonero.pe/economia/el-milagro-de-la-palta-y-los-pequenos-agricultores>
- El-Hage, N. y Hattam, C. (2003). Agricultura Orgánica, Ambiente y Seguridad Alimentaria. *Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación*. <https://www.fao.org/3/y4137s/y4137s00.htm#Contents>
- Enrique. J. y Rangel. S. (2008). *Capital social: una revisión del concepto*. <https://core.ac.uk/reader/7082270>
- Escandón, D. y Hurtado, A. (2014). Los determinantes de la Orientación exportadora y los resultados en las pymes exportadoras en Colombia. *Estudios gerenciales*, 30(133), 430-440. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314001326>
- Espinoza, L. (2020). *La Orientación emprendedora, capacidades dinámicas, innovación y su efecto en el desempeño de las Pequeñas y Medianas empresas del sector manufacturero en Sonora*. [Tesis de Doctorado, Universidad Autónoma de Baja California].
- Estrada, S. y Heijs, J. (2005). Comportamiento innovador y competitividad: factores explicativos de la conducta exportadora en México. El caso de Guanajuato. *Problemas de desarrollo*, 36(143).

[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0301-70362005000400006&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0301-70362005000400006&script=sci_arttext)

Fernández, N. (2021). *El efecto de la alerta emprendedora, el Capital social y la Orientación emprendedora en el reconocimiento, evaluación y explotación de oportunidades en el emprendimiento corporativo*. [Tesis de Doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. <https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/effb4ff1-bc84-42b7-8a60-f139fe19c931/content>

Gálvez, E. Reyes, M. y Rodríguez, A. (2018). Efecto de la Orientación emprendedora en las exportaciones de las empresas colombianas. *Económicas CUC*, 39 (1), 27-40. <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/2299/Efecto%20de%20la%20orientaci%c3%b3n%20emprendedora.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

García, P. Ruiz, M. Parra, G. y Rodrigo, J. (2014). Orientación emprendedora y resultado empresarial: implicaciones de los factores relacionales. *Cuaderno Aragonés de Economía*, 24(1-2), 75-96. <https://papiro.unizar.es/ojs/index.php/cae/article/view/2638/2355>

Gasco, G. (2023). *Efecto de la Orientación emprendedora internacional, mediado por la Orientación de mercado internacional y la capacidad de redes, en el desempeño internacional de las pymes del sector agropecuario*. [Tesis de Licenciatura, Universidad de Lima]. [https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/18430/T018\\_48028295\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/18430/T018_48028295_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Hernández, F. (2014). Orientación emprendedora de las cooperativas agroalimentarias con actividad exportadora. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (80), 28-55. <https://www.redalyc.org/pdf/174/17431338002.pdf>

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.

- Hult, G. y Ketchen, D. (2001). Does market orientation matter? A test of the relationship between positional advantage and performance, *Strategic Management Journal*, 22, 899–906.
- Lees, N. y Nuthall, P. (2015). Case study analysis on supplier commitment to added value agri-food supply chains in New Zealand. *Agricultural and Food Economics*, 3(4).  
<https://agrifoodecon.springeropen.com/articles/10.1186/s40100-014-0024-z>
- Lusthaus, C. y Adrien, M. (1998). Organizational assessment: A review of experience. *Universalía*, 31, 1-16.  
[https://www.universalia.com/sites/default/files/articles/fichiers/no31\\_oaexperiencereview.pdf](https://www.universalia.com/sites/default/files/articles/fichiers/no31_oaexperiencereview.pdf)
- Lusthaus, C., Adrien, M., Anderson, G., Carden, F. y Plinio, G. (2002). *Evaluación Organizacional. Marco para mejorar el Desempeño*.  
<https://publications.iadb.org/es/publications/spanish/viewer/Evaluaci%C3%B3n-organizacional-Marco-para-mejorar-el-desempe%C3%B1o.pdf>
- Malas prácticas de algunos exportadores de palta ponen en riesgo al país ante posible cierre de mercados (2023, abril 19) *Agraria.pe*.  
<https://agraria.pe/noticias/malas-practicas-de-algunos-exportadores-de-palta-pone-en-rie-31517>
- Maldonado, B. (2022). Análisis de la Orientación emprendedora y el desempeño innovador de las PYMES Manufactureras del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) [Tesis de Licenciatura, Universidad de las Fuerzas Armadas]. <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/32370/1/T-ESPE-052473.pdf>
- Mancebo, E. (2016). La Orientación emprendedora internacional y los nuevos modelos de dirección en el desempeño internacional de las empresas familiares. *RTSS. CEF*, 404(1), 213-246.  
<https://revistas.cef.udima.es/index.php/rtss/article/view/2226/1854>
- Martínez, L. (2015). *La influencia de la Orientación emprendedora de la red sobre los resultados de las nuevas empresas internacionales*. [Tesis de

Doctorado, Universitat Jaume].  
[https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/669004/2016\\_Tesis\\_Martinez%20Peris\\_Laura.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/669004/2016_Tesis_Martinez%20Peris_Laura.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Millán, R. y Gordon, S. (2004). Capital social: una lectura de tres perspectivas clásicas. *Revista mexicana de sociología*. 66 (4), 711-747.  
<https://www.scielo.org.mx/pdf/rms/v66n4/v66n4a4.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2015). *Plan Estratégico Nacional Exportador 2025*. [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/plan\\_exportador/Penx\\_2025/PENX\\_FINAL\\_101215.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PENX_FINAL_101215.pdf)

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2021). *Reporte estadístico*.  
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2189364/REPORTE%20ESTAD%3%8DSTICO%20PALTA%202021%20JUNIO.pdf>

Miranda, F. y Monzó, E. Capital social, estrategias individuales y colectivas: el impacto de programas públicos en tres comunidades campesinas de Chile. *Serie Políticas Sociales*, 67(1), 1-79.  
[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6041/S034241\\_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6041/S034241_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Mundaca, J. (2021). *Valores del Empresario, Orientación Emprendedora, Capital Social, Cultura Organizacional, Orientación al Mercado, Capacidad de Innovación y Competitividad Empresarial de las Mypes de la Región Lambayeque*. [Tesis de Doctorado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo].  
<https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/10039/Mundaca%20Guerra%20Jorge%20Augusto.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Oliveros, T. y Small, N. (2020). *Relación entre la Orientación de mercado y el desempeño de las empresas exportadoras de cacao en grano, Perú 2019*. [Tesis de Licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola].  
<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/e58f699e-3ab4-41f1-8143-8fa90839c933/content>



- Overall, J. (2015). A conceptual framework of innovation and performance: The importance of leadership, relationship quality, and knowledge management. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 21(2), 41-54. <https://www.sweetstudy.com/files/a-conceptual-framework-of-inno-pdf>
- Pastor, M. Rodríguez, P. y Balbinot, Z. (2019). Orientación emprendedora, Orientación al mercado y capacidades dinámicas en pequeñas y medianas empresas. *Gestão y Regionalidade*, 35(105), 67-82. <https://www.redalyc.org/journal/1334/133461364006/html/>
- Peláez, M. (2011). *El desempeño exportador basado en la creación de Capital social a través del uso de las tecnologías de la Información. Un estudio en el sector del plástico*. [Tesis de Doctorado, Universidad Politecnica de Valencia]. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/11035/tesisUPV3514.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ponte, R. (2021). *Orientación al mercado y su influencia en el desempeño de empresas exportadoras de espárragos frescos o refrigerados del Perú, 2020*. [Tesis de Licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/22ff4ac2-2fae-4b8a-9c97-d3614e62e43c/content>
- Putnam, R. (1993). Making democracy work: Civic traditions in modern Italy. *Dialnet*, 18(54), 737-739.
- Sánchez, J. (2009). *Evaluación de la Personalidad Emprendedora: Validez Factorial del Cuestionario de Orientación Emprendedora (COE)*. <http://www.scielo.org.co/pdf/rlps/v42n1/v42n1a04.pdf>
- Santana, D., Malca. H., Y Sanchez, L. (2023). *Relación de la asociatividad y la capacidad exportadora de las empresas productoras de confecciones y prendas de vestir de alpaca, región Junín, 2022*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Continental]. [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/13468/1/IV\\_FCE\\_315\\_TE\\_Santana\\_Malca\\_Sanchez\\_2023.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/13468/1/IV_FCE_315_TE_Santana_Malca_Sanchez_2023.pdf)

- Teece, D., Pisano, G. y Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18, 509-533. <https://www.jstor.org/stable/3088148>
- Valero, G. Rodenes, M. y Rueda, G. (2016). La internacionalización de las empresas exportadoras. *Estado de la cuestión. Le Bret*, 1(8), 127-147. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6069733.pdf>
- Vega, J. Bautista, D. y Martínez, D. (2020). Orientación emprendedora en la innovación de las pequeñas y medianas empresas en México. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(4), 97-114. [https://www.redalyc.org/journal/280/28065077007/html/#redalyc\\_28065077007\\_ref2](https://www.redalyc.org/journal/280/28065077007/html/#redalyc_28065077007_ref2)
- Vega, J. Bautista, M. y Martínez, M. (2020). Orientación emprendedora en la innovación de las pequeñas y medianas empresas en México. *Ciencias Sociales*, 16(4), 97-111. <https://www.redalyc.org/journal/280/28065077007/28065077007.pdf>
- Vega. U. (2021). *Promoción en la oferta exportable, y su incidencia en el proceso de exportación de sandía de los productores del distrito la Yarada los palos de la región de Tacna, año 2020* [Tesis de licenciatura, Universidad José Carlos Mariátegui]. [http://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/963/Ubert\\_tesis\\_titulo\\_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/963/Ubert_tesis_titulo_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Wang, C., & Ahmed, P. (2007). Dynamic Capabilities: A Review and Research Agenda. *international Journal of Management Reviews*, 9(1), 31-51. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1468-2370.2007.00201.x>
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5, 171-180. <https://www.jstor.org/stable/2486175>
- Winter, S. (2003). Understanding Dynamic Capabilities. Special Issue, *Strategic Management Journal*, 24 (10), 991-995. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/smj.318>

## ANEXOS

### ANEXO 1

#### CUESTIONARIO UTILIZADO

##### CUESTIONARIO PARA PRODUCTORES DE PALTA DEL DISTRITO DE CHINCHEROS, APURIMAC

Estimado (a) productor (a), muchas gracias por aceptar y ceder un espacio de su tiempo para poder ser parte de esta investigación. El presente cuestionario permitirá determinar la influencia de la orientación emprendedora y el capital social en la orientación exportadora y la oferta exportable de los productores de palta. Esta investigación forma parte de una tesis para optar el título profesional en la Universidad de San Martín de Porres. La información es confidencial y servirá única y exclusivamente con fines de investigación.

#### DATOS GENERALES

¿Es usted el propietario de los terrenos?	SI	NO
Sexo	Masculino	Femenino
Produce solo palta	SI	NO
Edad		
Número de hijos		
Número de hectáreas de producción de palta		

#### ORIENTACION EMPRENDEDORA

	Teniendo en cuenta su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones, marque con una X.	Totalmente en desacuerdo 1	En desacuerdo 2	Ni de acuerdo ni en desacuerdo 3	De acuerdo 4	Totalmente de acuerdo 5
1	Trabajamos para mejorar la imagen del negocio (si hay una queja compensamos al cliente, escuchamos para corregir errores, etc.)					
2	Nuestros clientes nos buscan porque les damos mejor atención.					
3	Usamos nuestros recursos para averiguar nuevas oportunidades del mercado.					
4	Priorizamos el desarrollo continuo de nuestro negocio.					
5	Observamos lo que ofrecen nuestros competidores para mejorar y superarlos.					
6	Estamos dispuestos a asumir riesgos invirtiendo para mejorar.					
7	Priorizamos nuestros objetivos a largo plazo.					
8	Estamos en búsqueda de la mejora continua.					

Fuente: Modificado y adaptado de Chunga. (2019).

#### CAPITAL SOCIAL

	Teniendo en cuenta su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones, marque con una X.	Totalmente en desacuerdo 1	En desacuerdo 2	Ni de acuerdo ni en desacuerdo 3	De acuerdo 4	Totalmente de acuerdo 5
9	Acostumbro a liderar las negociaciones con los demás (clientes, proveedores, aliados, etc.)					
10	Tiendo a adecuarme a las necesidades de los demás (clientes, proveedores, aliados, etc.)					
11	Tengo claro cuáles son los logros y beneficios de mis relaciones con los demás (clientes, proveedores, aliados, etc.)					

12	Hemos logrado ganarnos la confianza de nuestros agentes o clientes.					
13	Considero que la mayoría de las empresas y personas del sector son confiables.					
14	Tenemos confianza entre agricultores de la comunidad para prestarnos dinero.					
15	Pertenezco a redes empresariales que me generan beneficios.					
16	Buscamos relaciones de largo plazo entre los agricultores del sector.					

Fuente: Modificado y adaptado de Mundaca. (2021).

### ORIENTACION EXPORTADORA

	Teniendo en cuenta su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones, marque con una X.	Totalmente en desacuerdo 1	En desacuerdo 2	Ni de acuerdo ni en desacuerdo 3	De acuerdo 4	Totalmente de acuerdo 5
17	Estamos dispuestos a considerar nuevos clientes en el extranjero.					
18	Constantemente hemos asistido a ferias locales o nacionales.					
19	Buscamos activamente el contacto con clientes en los mercados internacionales.					
20	Conocemos las normas de exportación.					
21	Conocemos los requisitos que establecen los países de destino.					
22	Aplicamos filtros antes de mostrar el producto al cliente.					
23	Conocemos la documentación del proceso exportador.					
24	Conocemos las características que debe tener la palta para ser exportada.					

Fuente: Modificado y adaptado de Casco. (2023).

### OFERTA EXPORTABLE

	Teniendo en cuenta su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones, marque con una X.	Totalmente en desacuerdo 1	En desacuerdo 2	Ni de acuerdo ni en desacuerdo 3	De acuerdo 4	Totalmente de acuerdo 5
25	Tenemos disponibilidad del producto para exportación.					
26	Cumplimos con los elementos necesarios para exportar.					
27	Consideramos que la empresa está en la capacidad de cumplir la demanda extra según una eventualidad.					
28	Medimos el rendimiento por cada hectárea de terreno.					
29	Buscamos hacer mejoras en los productos defectuosos.					
30	Cosechamos los volúmenes requeridos en el tiempo adecuado.					
		0-20%	21-40%	41%-60%	61%-80%	81%-100%
31	Qué porcentaje de su producción está destinado para exportar.					

Fuente: Modificado y adaptado de Perlado y Lecca. (2023).

**¡Muchas gracias!**

## ANEXO 2

### MATRIZ DE CONSISTENCIA

<b>Problema</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Variable</b>	<b>Metodología</b>
<b>General</b>	<b>General</b>	<b>General</b>		
¿Cómo influye la Orientación emprendedora, el Capital social, y la Orientación exportadora en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, ¿2023?	Determinar la influencia de la Orientación emprendedora, el Capital social y la Orientación exportadora, en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.	La Orientación emprendedora, el Capital social y la Orientación exportadora influyen en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.	<b>Variable 1:</b> Orientación emprendedora  <b>Variable 2:</b> Capital social <b>Variable 3:</b> Orientación exportadora <b>Variable 4:</b> Oferta exportable	<b>Enfoque:</b> Cuantitativo <b>Alcance:</b> Explicativo <b>Tipo:</b> Aplicada <b>Diseño:</b> No experimental de corte transversal
<b>Específicos</b> ¿Cómo influye la Orientación emprendedora en la Orientación exportadora de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023?	<b>Específicos</b> Determinar la influencia de la Orientación emprendedora en la Orientación exportadora de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.	<b>Específicos</b> La Orientación emprendedora influye en la Orientación exportadora de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.	<b>Variables</b> <b>V1:</b> Orientación emprendedora  <b>V3:</b> Orientación exportadora	
¿Cómo influye la Orientación emprendedora en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del	Determinar la influencia de la Orientación emprendedora en la oferta exportable de los productores de palta de	La Orientación emprendedora influye en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del	<b>V1:</b> Orientación emprendedora <b>V4:</b> Oferta exportable	

<p>distrito de Chincheros región Apurímac, 2023?</p> <p>¿Cómo influye el Capital social en la Orientación exportadora de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023?</p> <p>¿Cómo influye el Capital social en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023?</p> <p>¿Cómo influye la Orientación exportadora en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023?</p>	<p>exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.</p> <p>Determinar la influencia del Capital social en la Orientación exportadora de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.</p> <p>Determinar la influencia del Capital social en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.</p> <p>Determinar la influencia de la Orientación exportadora en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.</p>	<p>distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.</p> <p>El Capital social influye en la Orientación exportadora de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.</p> <p>El Capital social influye en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.</p> <p>La Orientación exportadora influye en la oferta exportable de los productores de palta de exportación del distrito de Chincheros región Apurímac, 2023.</p>	<p><b>V2:</b> Capital social</p> <p><b>V3:</b> Orientación exportadora</p> <p><b>V2:</b> Capital social</p> <p><b>V4:</b> Oferta exportable</p> <p><b>V3:</b> Orientación exportadora</p> <p><b>V4:</b> Oferta exportable</p>
---	---	---	---

## ANEXO 3

### FORMATO DE VALIDACIÓN EXPERTOS

1



#### FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

##### INSTRUCCIONES:

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que según su evaluación corresponda de acuerdo a la rúbrica.

#### RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
<b>1. SUFICIENCIA:</b> Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de ésta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
<b>2. CLARIDAD:</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>3. COHERENCIA:</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
<b>4. RELEVANCIA:</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.


Fuente: Adaptado de: [www.humana.unal.co/psicometria/files/7113/8574/5708/articulo3\\_juicio\\_de\\_experto\\_27-36.pdf](http://www.humana.unal.co/psicometria/files/7113/8574/5708/articulo3_juicio_de_experto_27-36.pdf)

Santa Anita, 27 de septiembre de 2023

**FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS**  
**TABLA N° 1**  
**VARIABLE 1 (ORIENTACION EMPRENDEDORA)**

<b>Nombre del instrumento motivo de evaluación:</b>	<b>Cuestionario Estructurado tipo Likert</b>					
Autor del Instrumento	Modificado y adaptado de Chunga. (2019).					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Independiente					
Población:	Productores de palta Fuerte del distrito de Chincheros, región Apurímac.					
<b>Dimensión / Indicador</b>	<b>Ítems</b>	<b>Suficiencia</b>	<b>Claridad</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Relevancia</b>	<b>Observaciones y/o recomendaciones</b>
UNIDIMENSIONAL (ORIENTACION EMPRENDEDORA)	Trabajamos para mejorar la imagen del negocio (si hay una queja compensamos al cliente, escuchamos para corregir errores, etc.)	4	4	4	4	
	Nuestros clientes nos buscan porque les damos mejor atención.	4	4	4	4	
	Usamos nuestros recursos para averiguar nuevas oportunidades del mercado.	4	4	4	4	
	Priorizamos el desarrollo continuo de nuestro negocio.	4	4	4	4	
	Observamos lo que ofrecen nuestros competidores para mejorar y superarlos.	4	4	4	4	
	Estamos dispuestos a asumir riesgos invirtiendo para mejorar.	4	4	4	4	
	Priorizamos nuestros objetivos a largo plazo.	4	4	4	4	
	Estamos en búsqueda de la mejora continua.	4	4	4	4	

Validado por:


Apellidos y Nombres	Firma
Baca Neglia America Silvia Fecha: 28/09/2023	



**FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS**  
**TABLA N° 2**  
**VARIABLE 2 (CAPITAL SOCIAL)**

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Estructurado tipo Likert					
Autor del Instrumento	Modificado y adaptado de Mundaca. (2021).					
Variable 2: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Independiente					
Población:	Productores de palta Fuerte del distrito de Chincheros, región Apurímac.					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
UNIDIMENSIONAL (CAPITAL SOCIAL)	Acostumbro a liderar las negociaciones con clientes, proveedores, aliados, etc.	4	4	4	4	
	Tiendo a adecuarme a las necesidades de los clientes, proveedores, aliados, etc.	4	4	4	4	
	Tengo claro cuáles son los logros y beneficios de mis relaciones con los clientes, proveedores, aliados, etc.	3	3	3	3	Son varias preguntas en una, recomiendo separarlas.
	Hemos logrado ganarnos la confianza de nuestros agentes o clientes.	4	4	4	4	
	Considero que la mayoría de las empresas y personas del sector son confiables.	3	4	4	4	
	Tenemos confianza entre agricultores de la comunidad para prestamos dinero	4	4	4	4	
	Pertenezco a redes empresariales que me generan beneficios.	4	4	4	4	
	Buscamos relaciones de largo plazo entre los agricultores del sector.	4	4	4	4	


**Validado por:**

Apellidos y Nombres	Firma
Baca Neglia America Silvia Fecha: 28/09/2023	

**FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS**  
**TABLA N° 3**  
**VARIABLE 3 (ORIENTACION EXPORTADORA)**

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Estructurado tipo Likert					
Autor del Instrumento	Modificado y adaptado de Casco. (2023).					
Variable 2: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Dependiente					
Población:	Productores de palta Fuerte del distrito de Chincheros, región Apurímac.					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
UNIDIMENSIONAL (ORIENTACION EXPORTADORA)	Estamos dispuestos a considerar nuevos clientes en el extranjero.	4	4	4	4	
	Hemos asistido regularmente a ferias locales o nacionales.	4	4	4	4	
	Buscamos activamente el contacto con clientes en los mercados internacionales.	4	4	4	4	
	Conocemos las normas de exportación.	4	4	4	4	
	Conocemos los requisitos que establecen los países de destino.	4	4	4	4	
	Aplicamos filtros antes de mostrar el producto al cliente.	4	4	4	4	
	Conocemos la documentación del proceso exportador.	4	4	4	4	
	Conocemos las características que debe tener la palta para ser exportada.	4	4	4	4	
		4				

**Validado por:**


Apellidos y Nombres	Firma
Baca Neglia America Silvia Fecha:28/09/2023	

### FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

**TABLA N° 4**  
VARIABLE 4 (OFERTA EXPORTABLE)

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Estructurado tipo Likert					
Autor del Instrumento	Modificado y adaptado de Perlado y Lecca. (2023).					
Variable 2: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Dependiente					
Población:	Productores de palta Fuerte del distrito de Chincheros, región Apurímac.					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
UNIDIMENSIONAL (OFERTA EXPORTABLE)	Tenemos disponibilidad del producto para exportación.	4	4	4	4	
	Cumplimos con los elementos necesarios para exportar.	4	4	4	4	
	Consideramos que la empresa está en la capacidad de cumplir la demanda extra según una eventualidad.	4	4	4	4	
	Medimos el rendimiento por cada hectárea de terreno.	4	4	4	4	
	Buscamos hacer mejorías en los productos defectuosos.	4	4	4	4	
	Cosechamos los volúmenes requeridos en el tiempo adecuado.	4	4	4	4	
	Qué porcentaje de su producción está destinado para exportar.	4	4	4	4	

**Validado por:**


Apellidos y Nombres	Firma
Baca Neglia America Silvia Fecha:28/09/2023	

**FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS**

**TABLA N° 1**  
VARIABLE 1 (ORIENTACION EMPRENDEDORA)

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Estructurado tipo Likert					
Autor del Instrumento	Modificado y adaptado de Chunga. (2019).					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Independiente					
Población:	Productores de palta Fuerte del distrito de Chincheros, región Apurímac.					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
UNIDIMENSIONAL (ORIENTACION EMPRENDEDORA)	Trabajamos para mejorar la imagen del negocio (si hay una queja compensamos al cliente, escuchamos para corregir errores, etc.)	4	4	4	4	
	Nuestros clientes nos buscan porque les damos mejor atención.		4	4	4	
	Usamos nuestros recursos para averiguar nuevas oportunidades del mercado.		4	4	4	
	Priorizamos el desarrollo continuo de nuestro negocio.		4	4	4	
	Observamos lo que ofrecen nuestros competidores para mejorar y superarlos.		4	4	4	
	Estamos dispuestos a asumir riesgos invirtiendo para mejorar.		4	4	4	
	Priorizamos nuestros objetivos a largo plazo.		4	4	4	
	Estamos en búsqueda de la mejora continua.		4	4	4	

**Validado por:**  
pagina

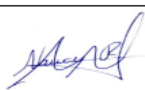
Apellidos y Nombres	Firma
Nancy Reyes Fajardo	
Fecha:20/OCT./2023	

### FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

**TABLA N° 2**  
VARIABLE 2 (CAPITAL SOCIAL)

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Estructurado tipo Likert					
Autor del Instrumento	Modificado y adaptado de Mundaca. (2021).					
Variable 2: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Independiente					
Población:	Productores de palta Fuerte del distrito de Chincheros, región Apurímac.					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
UNIDIMENSIONAL (CAPITAL SOCIAL)	Acostumbro a liderar las negociaciones con clientes, proveedores, aliados, etc.	4	4	4	4	
	Tiendo a adecuarme a las necesidades de los clientes, proveedores, aliados, etc.		4	4	4	
	Tengo claro cuáles son los logros y beneficios de mis relaciones con los clientes, proveedores, aliados, etc.		4	4	4	
	Hemos logrado ganamos la confianza de nuestros agentes o clientes.		4	4	4	
	Considero que la mayoría de las empresas y personas del sector son confiables.		4	4	4	
	Tenemos confianza entre agricultores de la comunidad para prestarnos dinero		4	4	4	
	Pertenezco a redes empresariales que me generan beneficios.		4	4	4	
	Buscamos relaciones de largo plazo entre los agricultores del sector.		4	4	4	

**Validado por:**


Apellidos y Nombres	Firma
Nancy Reyes Fajardo	
Fecha:20/OCT./2023	

## FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

**TABLA N° 3**  
VARIABLE 3 (ORIENTACION EXPORTADORA)

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Estructurado tipo Likert					
Autor del Instrumento	Modificado y adaptado de Casco. (2023).					
Variable 2: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Dependiente					
Población:	Productores de palta Fuerte del distrito de Chincheros, región Apurímac.					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
UNIDIMENSIONAL (ORIENTACION EXPORTADORA)	Estamos dispuestos a considerar nuevos clientes en el extranjero.	4	4	4	4	
	Hemos asistido regularmente a ferias locales o nacionales.		3	4	4	
	Buscamos activamente el contacto con clientes en los mercados internacionales.		4	4	4	
	Conocemos las normas de exportación.		4	4	4	
	Conocemos los requisitos que establecen los países de destino.		4	4	4	
	Aplicamos filtros antes de mostrar el producto al cliente.		4	4	4	
	Conocemos la documentación del proceso exportador.		4	4	4	
	Conocemos las características que debe tener la palta para ser exportada.		4	4	4	

**Validado por:**


Apellidos y Nombres	Firma
Nancy Reyes Fajardo	
Fecha: 20/OCT./2023	

## FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

**TABLA N° 4**  
VARIABLE 4 (OFERTA EXPORTABLE)

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Estructurado tipo Likert					
Autor del Instrumento	Modificado y adaptado de Perlado y Lecca. (2023).					
Variable 2: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Dependiente					
Población:	Productores de palta Fuerte del distrito de Chincheros, región Apurímac.					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
UNIDIMENSIONAL (OFERTA EXPORTABLE)	Tenemos disponibilidad del producto para exportación.	4	4	4	4	
	Cumplimos con los elementos necesarios para exportar.		4	4	4	
	Consideramos que la empresa está en la capacidad de cumplir la demanda extra según una eventualidad.		4	4	4	
	Medimos el rendimiento por cada hectárea de terreno.		4	4	4	
	Buscamos hacer mejoras en los productos defectuosos.		4	4	4	
	Cosechamos los volúmenes requeridos en el tiempo adecuado.		4	4	4	
	Qué porcentaje de su producción está destinado para exportar.		2	2	2	¿Esta pregunta presentaría un tipo de respuesta diferente, no se adaptaría en liker?

**Validado por:**

Apellidos y Nombres	Firma
Nancy Reyes Fajardo	
Fecha: 20/OCT./2023	



## ANEXO 4

# SOLICITUD PARA OBTENCIÓN DEL NÚMERO DE PRODUCTORES DE PALTA

"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

SOLICITO INFORMACION DE PRODUCTORES DE PALTA

SEÑOR: Gustavo Alejandro GUTIÉRREZ ORTIZ

ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHINCHEROS



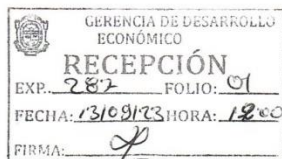
Yo, Edwin **AQUISE VIGURIA**, identificado con DNI N°76009292, domiciliado en Jr. José Olaya s/n, del distrito de ANCO HUALLO, provincia de CHINCHEROS, región APURÍMAC, ante Usted y con el debido respeto me presento y expongo.

Mediante el presente me dirijo a Ud. Para hacerle llegar mis más fraternos saludos, he de felicitarle por su desempeño en el cargo que ocupa y la vez aprovecho esta misiva para **solicitarle información acerca de los productores de palta y que pueda facilitarme el número de productores y usuarios empadronados**, ya que cuya información permitirá el desarrollo de mi proyecto de tesis de la universidad de San Martín de Porres de la carrera profesional de Administración de Negocios Internacionales.

Por lo expuesto:

Sin otro en particular me despido, reiterándole los sentimientos de mi estima personal quedo de Ud. Esperando acceda a mi petición.

Chincheros, 13 de septiembre del 2023



ATENTAMENTE

BACH. EDWIN AQUISE VIGURIA

DNI: 76009292  
CEL: 931216810





## ANEXO 5

### CARTA DE RESPUESTA CON INFORMACIÓN DE PRODUCTORES



**Municipalidad Provincial  
CHINCHEROS**

Gestión 2023-2026

creada por ley n° 23759 el 30 de diciembre de 1983  
"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"



Chincheros, 19 de setiembre del 2023

#### CARTA N° 012-2023-MPCH-GDE-ARG

Sr:

Edwin Aquise Viguria

Presente.-

Asunto : **Respuesta a la solicitud de información de palta**

Referencia : **Solicitud con N° Reg. 6173**

De mi mayor consideración:

Por medio de la presente me dirijo a usted para saludarle en condición de Gerente de Desarrollo Económico de la Municipalidad Provincial de Chincheros. Así mismo, responder a su solicitud de información acerca del número de productores de palta empadronados.

En ese sentido, la Gerencia de Desarrollo Económico de la Municipalidad Provincial de Chincheros ha empadronado a 589 productores en los 389.81 hectáreas de producción de palta a nivel del distrito de Chincheros, en el año 2023.

Sin otro particular, me suscribo de usted reiterando las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,

  
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL  
CHINCHEROS  
GDE  
Ing. Alex Roman Gonzales  
Gerente de Desarrollo Económico

CC: Archivo

• JR. ANTONIO RAYMONDI S/N - CHINCHEROS - APURÍMAC • MESA DE PARTES VIRTUAL: FACILITA.GOB.PE/T/503 • MPCH@MUNICHINCHEROS.GOB.PE  
• WWW.GOB.PE/MUNICHINCHEROS • WWW.MUNICHINCHEROS.GOB.PE/HOME • FACEBOOK.COM/MUNICIPALIDAD.CHINCHEROS/  
• ALCALDE PROVINCIAL: GUSTAVO ALEJANDRO GUTIÉRREZ ORTIZ • 983 605 258 • GGUSTACH@HOTMAIL.COM  
• GERENTE MUNICIPAL: EGO. JACINTO ORELLANA HUAMANAHUI • 999 525 191  
• SECRETARÍA DE ALCALDÍA: GIOVANNA VALER DRC • 900 927 696

## ANEXO 6

### CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	Meses 2022/2024	AGOSTO- SEPTIEMBRE				OCTUBRE- NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO			
	Semanas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Lluvia de ideas sobre posibles temas		■																			
Búsqueda de Call for papers		■	■																		
Selección de posibles títulos			■	■																	
Definición del título a investigar					■																
Revisión bibliográfica					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Búsqueda de antecedentes					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Búsqueda de bases teóricas					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Redacción del problema de investigación					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Redacción de la justificación					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Determinación de los objetivos					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Definición de la limitación y delimitación						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Elaboración de la matriz de consistencia						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Efectuar el cálculo de la muestra								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Elaborar instrumento de investigación									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Realizar la validación de expertos										■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Aplicación de la prueba piloto											■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Procesamiento de información												■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Establecer la confiabilidad													■	■	■	■	■	■	■	■	■
Aplicación de la encuesta oficial														■	■	■	■	■	■	■	■
Redacción final del borrador del trabajo																		■	■	■	■
Revisión y corrección																				■	■