



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

**EMPRENDIMIENTO FEMENINO Y LA COMPETITIVIDAD DE
LAS EMPRESAS AGROEXPORTADORAS DE
LAMBAYEQUE EN EL PERIODO**

2018 – 2019

**PRESENTADA POR
RUBÍ ABIGAIL CERDÁN MEDINA
SUGGEY DEYANIRA SARMIENTO CHAVEZ**

ASESOR

DANTE GODOFREDO SUPO ROJAS

TESIS

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

PIMENTEL – PERÚ

2020



CC BY-NC

Reconocimiento – No comercial

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, y aunque en las nuevas creaciones deban reconocerse la autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos.

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



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

TESIS

**EMPRENDIMIENTO FEMENINO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS
AGROEXPORTADORAS DE LAMBAYEQUE EN EL PERIODO**

2018 – 2019

PRESENTADO POR:

BACHILLER RUBÍ ABIGAIL CERDÁN MEDINA

BACHILLER SUGGEY DEYANIRA SARMIENTO CHAVEZ

ASESOR:

MG. DANTE GODOFREDO SUPO ROJAS

TESIS PARA OPTAR

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

PIMENTEL, PERÚ

2020

DEDICATORIA

A Dios por brindarme sabiduría y guiarme día a día.

A mi familia por brindarme su apoyo
incondicional durante todo el proceso.

Rubí Abigail Cerdán Medina

A mis padres, por ser el apoyo y el empuje
que necesité en mi vida profesional y personal.

A Dios por guiar mi camino.

Suggey Deyanira Sarmiento Chavez

AGRADECIMIENTOS

Un agradecimiento especial a todas las personas que hicieron posible la realización de esta tesis, que nos tomó sacrificio y dedicación para su realización.

Al Dr. Carlos Alberto Querevalú Morante, por ser nuestra primera guía, siendo nuestro mentor desde los primeros pasos, brindándonos sus conocimientos, consejos, y la seguridad que necesitábamos para la realización de este arduo trabajo de investigación, gracias por su asesoría y tiempo brindado.

Al Mg. Dante Godofredo Supo Rojas, por ser nuestro asesor, quien nos acompañó hasta el final de nuestra investigación, gracias por su paciencia, y disciplina, supo encaminarnos para concluir con éxito una trayectoria tan importante para cada una de nosotras.

A las exitosas mujeres emprendedoras y representantes de estas empresas dedicadas al rubro de exportación en la región Lambayeque: Karen Fiorela Vásquez Leyva, Rosa Beatriz Quiroz Gómez, Aura María Muñoz Fernández y María Isabel Uriarte La torre, que gracias a sus conocimientos, experiencias y tiempo que se tomaron para las entrevistas personales, brindándonos información específica y de mucha importancia que quedaron plasmadas en este trabajo de investigación.

Finalmente agradecer a nuestra alma mater, la universidad San Martín de Porres, por todos esos años de enseñanza e instrucción que nos preparó para enfrentar este gran reto con bases teóricas y prácticas.

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS.....	11
RESUMEN	13
ABSTRACT.....	14
INTRODUCCIÓN	15
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	18
1.1. Antecedentes de la investigación	18
1.1.1. Ámbito internacional	18
1.1.2. Ámbito nacional.....	20
1.2. Bases teóricas	23
1.2.1. Emprendimiento femenino.....	23
1.2.2. Competitividad de empresas exportadoras	32
1.3. Definición de términos básicos	41
1.3.1. Emprender.....	41
1.3.2. Emprendimiento.....	41
1.3.3. Emprendimiento Femenino.....	41
1.3.4. Liderazgo	41
1.3.5. Competitividad.....	42
1.3.6. Competitividad empresarial	42
1.3.7. Motivación	42
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	43

2.1.	Formulación de hipótesis principal y derivada	43
2.1.1.	Hipótesis principal	43
2.1.2.	Hipótesis derivadas	43
2.2.	Variables y definición operacional.....	44
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA		45
3.1.	Diseño metodológico.....	45
3.1.1.	Enfoque de la investigación	45
3.1.2.	Nivel de investigación.....	45
3.1.3.	Diseño de la investigación	45
3.1.4.	La unidad de análisis.....	46
3.2.	Diseño muestral.....	46
3.2.1.	Población.....	46
3.2.2.	Muestra	48
3.3.	Técnicas de recolección de datos	51
3.4.	Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	51
3.5.	Aspectos éticos.....	51
CAPÍTULO IV: RESULTADOS		52
4.1.	Resultados de la investigación	52
4.1.1.	Descripción de la muestra.....	53
4.1.2.	Análisis exploratorio.....	54
4.1.3.	Verificación de los objetivos o contrastación de las hipótesis.....	54
4.1.3.1.	Objetivo específico N°1: Caracterizar el emprendimiento femenino en las empresas agroexportadoras de Lambayeque.	54

4.1.3.2. Objetivo específico N°2: Analizar la competitividad de las empresas agroexportadoras de Lambayeque durante el periodo 2018 – 2019.	69
4.1.3.3. Objetivo específico N°3: Comparar las exportaciones en valor FOB de las empresas lideradas por mujeres con respecto a las empresas lideradas por varones.....	84
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	89
5.1. Discusión de resultados.....	89
CONCLUSIONES	95
RECOMENDACIONES.....	97
FUENTES DE INFORMACIÓN	99
ANEXOS	106
Anexo 1: Matriz de consistencia.....	106
Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables.....	110
Anexo 3: Formato actualizado de la ficha de validación de instrumentos -juicio experto	114
Anexo 4: Validación de los expertos	122
Anexo 5: Entrevistas realizadas a las mujeres representantes de las empresas	135
Anexo 6: Evidencia de las entrevistas con las mujeres representantes de las empresas.....	159
Anexo 7: Reconocimiento del I premio nacional: Mujer emprendedora 2015.....	162
Anexo 8: Mujeres emprendedoras en el mundo	163
Anexo 9: Mujeres emprendedoras BCP.....	164
Anexo 10: Programas que apoyan al emprendimiento femenino en el Perú	165

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Factores que influyen en el emprendimiento</i>	28
Tabla 2. <i>Indicadores de la competitividad</i>	39
Tabla 3. <i>Definición Conceptual y Operacional de las Variables</i>	44
Tabla 4. <i>Lista de empresas agroexportadoras dirigidas por féminas.</i>	47
Tabla 5. <i>Objeto de estudio</i>	50
Tabla 6. <i>Descripción de la muestra</i>	53
Tabla 7. <i>¿Qué determina el emprendimiento de una mujer?</i>	55
Tabla 8. <i>¿Realiza algún sacrificio para alcanzar sus metas? ¿Qué tipos de sacrificios?</i>	56
Tabla 9. <i>¿Cuál es su meta personal y empresarial?</i>	57
Tabla 10. <i>¿Ud. ha incurrido en algún tipo de financiamiento para poder permanecer en el tiempo? ¿De qué manera?</i>	58
Tabla 11. <i>¿Cree usted que se encuentra preparada para hacerle frente a los riesgos que existen en el negocio del comercio exterior? ¿Por qué?</i>	59
Tabla 12. <i>¿Qué tipo de experiencias (positivas o negativas) cree usted que ha tenido en el ámbito del comercio exterior que ha sido relevante en cuanto a su emprendimiento como mujer?</i>	60
Tabla 13. <i>¿Qué tipo de trabajo tuvieron o tienen tus padres?</i>	61
Tabla 14. <i>¿Considera usted que una herencia familiar es un pilar importante para emprender? ¿Por qué?</i>	62
Tabla 15. <i>¿Considera usted que existe una edad determinada para que una mujer decida emprender? ¿Por qué?</i>	63
Tabla 16. <i>¿Cuántos años tiene dirigiendo esta empresa?</i>	64

Tabla 17. <i>¿Considera importante los grados académicos? ¿Por qué?</i>	64
Tabla 18. <i>¿Cuál es su grado de instrucción?</i>	65
Tabla 19. <i>¿Ud. se ha encontrado involucrada en la preparación de su plan estratégico? ¿De qué manera?</i>	66
Tabla 20. <i>¿Su empresa cuenta con sistemas de inteligencia comercial? De ser un si ¿Ud. Considera que los sistemas de inteligencia comercial son un aporte y/o apoyo para su gestión? ¿Por qué?</i>	67
Tabla 21. <i>¿Ud. Considera que sus resultados personales están relacionados con sus resultados empresariales? ¿Cómo mide sus resultados?</i>	68
Tabla 22. <i>Exportaciones de la empresa Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L, 2017 – 2019</i>	69
Tabla 23. <i>Exportaciones de la empresa Food Export Norte S.A.C, 2017 – 2019</i>	71
Tabla 24. <i>Exportaciones de la empresa Frutas y vegetales Aura E.I.R.L, 2017 – 2019</i>	72
Tabla 25. <i>Exportaciones de la empresa Promotora de la Agricultura Sustentable S.A, 2017 – 2019</i>	73
Tabla 26. <i>¿Ud. tiene en claro el mercado al cual están enfocados sus productos? ¿Cuáles? ..</i>	74
Tabla 27. <i>¿Cuál es el valor agregado que usted opta para diferenciarse de su competencia? ¿Por qué?</i>	75
Tabla 28. <i>¿Con cuántos clientes cuenta usted?</i>	77
Tabla 29. <i>¿Cuenta con planta de proceso propia? ¿Qué tipo?</i>	77
Tabla 30. <i>¿Cuenta usted con un área de investigación y desarrollo? ¿Cómo lo hace?</i>	78
Tabla 31. <i>¿El precio está dentro de una de sus estrategias que usted considera frente a la competencia? ¿Por qué?</i>	79

Tabla 32. <i>¿Cuál es el tiempo que usualmente su cliente espera al solicitar su producto?</i>	80
Tabla 33. <i>¿Ha tenido alguna mala experiencia respecto a la entrega de su producto en destino? ¿Cuál?</i>	81
Tabla 34. <i>¿Cuenta con certificaciones internacionales? ¿Cuáles?</i>	82
Tabla 35. <i>¿Cree usted que la calidad de su producto le ayuda a ser competitiva en el mercado internacional? ¿Por qué?</i>	83
Tabla 36. <i>Comparativo de las cantidades exportadas de empresas dirigidas por varones – últimos 3 años</i>	85
Tabla 37. <i>Comparativo de las cantidades exportadas de empresas dirigidas por mujeres – últimos 3 años</i>	86
Tabla 38. <i>Variación % de las empresas agroexportadoras.</i>	87
Tabla 39. <i>Matriz de consistencia</i>	106
Tabla 40. <i>Operacionalización de la variable emprendimiento femenino</i>	110
Tabla 41. <i>Operacionalización de la variable Competitividad</i>	112
Tabla 42. <i>Variable Independiente - Emprendimiento Femenino</i>	117
Tabla 43. <i>Variable Dependiente - Competitividad de Empresas Exportadoras</i>	120
Tabla 44. <i>Entrevista a Karen Fiorela Vásquez Leyva 1/2</i>	135
Tabla 45. <i>Entrevista a Rosa Beatriz Quiroz Gómez – 1/2</i>	138
Tabla 46. <i>Entrevista a Aura María Muñoz Fernández – 1/2</i>	141
Tabla 47. <i>Entrevista a María Isabel Uriarte La torre – 1/2</i>	144
Tabla 48. <i>Entrevista a Karen Fiorela Vásquez Leyva - 2/2</i>	150
Tabla 49. <i>Entrevista a Rosa Beatriz Quiroz Gómez - 2/2</i>	152
Tabla 50. <i>Entrevista a Aura María Muñoz Fernández - 2/2</i>	154

Tabla 51. *Entrevista a María Isabel Uriarte La Torre - 2/2* 156

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Características de una actitud emprendedora</i>	25
Figura 2. <i>Etapas del Proceso emprendedor</i>	27
Figura 3. <i>Características emprendedoras personales- CEPs</i>	30
Figura 4. <i>Definiciones de la Competitividad</i>	34
Figura 5. <i>Importancia de la competitividad</i>	37
Figura 6. <i>Criterios para la delimitación de la muestra</i>	49
Figura 7. <i>¿Cuál es el volumen de exportación durante los últimos 3 años? – Data SUNAT</i>	76
Figura 8. <i>Comparativo de la tendencia de crecimiento de empresas dirigidas por mujeres vs varones - últimos 3 años</i>	88
Figura 9. <i>Validación de instrumentos juicio experto – Docente: Danna Johana Jiménez Boggio - 1/4</i>	122
Figura 10. <i>Validación de instrumentos juicio experto – Docente: Danna Johana Jiménez Boggio - 2/4</i>	123
Figura 11. <i>Validación de instrumentos juicio experto – Docente: Danna Johana Jiménez Boggio - 3/4</i>	124
Figura 12. <i>Validación de instrumentos juicio experto – Docente: Danna Johana Jiménez Boggio - 4/4</i>	125
Figura 13. <i>Validación de instrumentos juicio experto – Docente Jeanne Marie Robles Rodríguez - 1/4</i>	126
Figura 14. <i>Validación de instrumentos juicio experto – Docente Jeanne Marie Robles Rodríguez - 2/4</i>	127

Figura 15. <i>Validación de instrumentos juicio experto – Docente: Jeanne Marie Robles Rodríguez</i> - 3/4	128
Figura 16. <i>Validación de instrumentos juicio experto – Docente: Jeanne Marie Robles Rodríguez</i> - 4/4	129
Figura 17. <i>Validación de instrumentos juicio experto – Docente: Dante Godofredo Supo Rojas</i> - 1/5	130
Figura 18. <i>Validación de instrumentos juicio experto – Docente: Dante Godofredo Supo Rojas</i> - 2/5	131
Figura 19. <i>Validación de instrumentos juicio experto – Docente: Dante Godofredo Supo Rojas</i> - 3/5	132
Figura 20. <i>Validación de instrumentos juicio experto – Docente: Dante Godofredo Supo Rojas</i> - 4/5	133
Figura 21. <i>Validación de instrumentos juicio experto – Docente: Dante Godofredo Supo Rojas</i> - 5/5	134
Figura 22. <i>Visita a María Isabel Uriarte La torre</i>	160
Figura 23. <i>Entrevista a María Isabel Uriarte La torre</i>	160
Figura 24. <i>Entrevista a Rosa Beatriz Quiroz Gómez</i>	161
Figura 25. <i>Premio Nacional de mujer emprendedora a Rosa Beatriz Quiroz Gómez</i>	162
Figura 26. <i>Mujeres emprendedoras en el mundo</i>	163
Figura 27. <i>Mujeres emprendedoras BCP</i>	164
Figura 28. <i>Programas que apoyan al emprendimiento femenino en el Perú</i>	165
Figura 29. <i>Programas que apoyan al emprendimiento femenino en el Perú</i>	165

RESUMEN

La presente investigación está direccionada a aquellas mujeres que decidieron emprender y/o lograron gerenciar empresas dedicadas al rubro de la exportación en la región Lambayeque, siendo el objeto de estudio cuatro empresas, siendo las siguientes: Exportaciones e importaciones Fiorela E.I.R.L, Food Export Norte S.A.C, Frutas y vegetales Aura E.I.R.L., y Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.. Se tuvo como objetivo principal determinar como el emprendimiento femenino aporta a la competitividad de las empresas agroexportadoras de Lambayeque durante el periodo 2018-2019. El método que se empleó en la presente investigación fue un diseño mixto (cualitativo exploratorio de estudio de casos y cuantitativo descriptivo comparativo), y con un muestreo no probabilístico de tipo intencional. Los resultados obtenidos fueron satisfactorios, pues se comprobó que la gestión por una fémina es muy competitiva en el aspecto laboral y día a día está teniendo impacto en la sociedad lambayecana. Se concluye que estas mujeres emprendedoras aportan a la competitividad de las empresas debido a que poseen una gran lista de habilidades y capacidades logrando crear y mantener en el tiempo a las empresas que dirigen, siendo competitivas en el rubro exportador lambayecano. Las empresarias tienen una gran visión a futuro como líderes, sueños y metas aun por alcanzar, han demostrado gran habilidad de negociación con clientes extranjeros, de solucionar conflictos en las adversidades que en el camino se les han presentado.

Palabras claves: Emprendimiento femenino, empoderamiento, competitividad, empresas agroexportadoras.

ABSTRACT

This research is about women who decided to undertake and / or managed to manage companies dedicated to the export sector in the Lambayeque region, with four companies being the object of study: Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L, Food Export Norte S.A.C, Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L, and Promotora de la Agricultura Sustentable S.A having as main objective to determine how female entrepreneurship contributes to the competitiveness of Lambayeque export companies during the 2018-2019 period. The method used in the present research was a mixed design (qualitative exploratory case study and quantitative descriptive comparative), and with an intentional non-probabilistic sampling. The results obtained were satisfactory, as it was found that the management by a female is very competitive in the labor aspect and day by day it is having an impact on the Lambayeque society. It is concluded that these entrepreneurial women contribute to the competitiveness of companies because they have a large list of skills and capacities, managing to create and maintain the companies they lead over time, being competitive in the export sector in Lambayeque. These women have a great vision for the future as leaders, dreams and goals yet to be achieved, they have shown great ability to negotiate with foreign clients, to solve conflicts in the adversities that have come their way.

Keywords: Female entrepreneurship, empowerment, competitiveness, export companies.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, la creación de empresa es un fuerte motor económico y de desarrollo en cualquier parte del mundo. Los estudios que analizan el rol del género femenino en el ámbito económico señalan que, en las últimas décadas uno de los cambios más sobresalientes a nivel mundial ha sido la incorporación de un creciente número de mujeres emprendedoras a la población económicamente activa, pero aún no se logra el impacto que tienen los hombres en el aspecto empresarial. El sector empresarial que está siendo liderado y gerenciado por féminas se está estableciendo hoy en día como pieza fundamental del crecimiento económico, además de contribuir a la creación de empleo y generación de riqueza. Según la Asociación de Emprendedores de Perú (2018) señaló que el Perú cuenta con la tasa de emprendimiento femenino más alta de la Alianza del Pacífico siendo un 22.9%. Sin embargo, cuenta con la menor cantidad de programas de apoyo hacia las mujeres emprendedoras peruanas siendo solo tres programas, con ello se demuestra que la mujer peruana tiene el coraje de emprender y salir adelante por sus propios logros, es por ello por lo que es indispensable que el estado vea el potencial y la necesidad que existe de crear un mayor apoyo a estas mujeres brindándoles mejores herramientas para emprender. En esta investigación específicamente se ha tomado como objeto de estudio a cuatro empresas lideradas por mujeres del sector exportador ya que se analizó el emprendimiento femenino y la competitividad que estas generan al liderar dichas empresas en el mercado.

Es por ello que la presente investigación busca responder al problema general, teniendo la siguiente interrogante *¿Cómo ha incidido el emprendimiento femenino en la competitividad de las empresas agroexportadoras de Lambayeque en el periodo 2018 - 2019?*; y como problemas específicos las siguientes interrogantes *¿Cómo se caracterizó el emprendimiento femenino en las empresas agroexportadoras de Lambayeque en los años 2018 -2019?*, *¿Cuál fue la*

*competitividad en las empresas agroexportadoras de Lambayeque en el periodo 2018 -2019? y ¿Cuál fue el comportamiento de las exportaciones en valor FOB de las empresas lideradas por mujeres con respecto a las empresas lideradas por varones?; por otro lado se tuvo como objetivo general **Determinar cómo el emprendimiento femenino aporta a la competitividad de las empresas agroexportadoras de Lambayeque durante el periodo 2018 – 2019;** y como objetivos específicos, **caracterizar el emprendimiento femenino en las empresas agroexportadoras de Lambayeque, Analizar los niveles de competitividad de las empresas agroexportadoras de Lambayeque durante el periodo 2018 – 2019 y Comparar las exportaciones en valor FOB de las empresas lideradas por mujeres con respecto a las empresas lideras por varones.***

El método que se empleó en la presente investigación fue un diseño mixto (cualitativo exploratorio de estudio de casos y cuantitativo descriptivo comparativo), y con un muestreo no probabilístico de tipo intencional.

La estructura de la investigación es la siguiente:

En el capítulo I: Se muestra la fundamentación teórica de la investigación, donde se detallan los antecedentes nacionales e internacionales ya estudiados y las bases teóricas conteniendo las definiciones, conceptos, modelos necesarios para la fundamentación de nuestros objetivos, y finalmente se detallan la definición de los términos básicos.

En el Capítulo II: Se presenta el planteamiento de la hipótesis principal y derivadas, así como también se especifican las variables dependiente e independiente detallando la definición conceptual y operacional respectivamente.

En el capítulo III: Se presenta la metodología empleada en la investigación y el desarrollo de la misma, presentando el diseño muestral en el que se aplicaron los instrumentos de acuerdo con la técnica de recolección de datos, también las técnicas para el procesamiento de los instrumentos,

por otro lado, se especificaron los aspectos éticos que se cumplieron en el transcurso de la presente investigación.

En el Capítulo IV: Se muestran los resultados obtenidos en el trabajo de campo al aplicar los instrumentos como son las entrevistas (a cada variable) a las mujeres emprendedoras que gerencian una empresa exportadora en Lambayeque.

En el Capítulo V: Se establece la discusión de los resultados, presentándolos en función a los objetivos, buscando así dar respuesta a cada planteamiento de los problemas. En este capítulo también se contrastan las hipótesis.

Finalmente, se desarrollan las conclusiones y recomendaciones respondiendo a las preguntas de investigación.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la investigación

1.1.1. Ámbito internacional

En Colombia, Ruiz Sanchez, Peña Guerrero & Prieto Cubillos (2020) en su artículo titulado “Caracterización y motivaciones para el emprendimiento femenino en Mipymes de Villavicencio – Colombia”, tiene como objetivo Explorar acerca de las características y motivaciones que generan las iniciativas de emprendimiento de las mujeres de la comuna cinco de la ciudad de Villavicencio. La metodología empleada responde a un enfoque mixto; con una población de las 16 unidades empresariales que se encontraron lideradas por mujeres en el contexto de estudio y una muestra de las seis mujeres que aceptaron responder una entrevista semiestructurada. Los resultados evidenciaron que las emprendedoras, en su mayoría iniciaron por necesidad y con fines de auto empleo; no obstante, por la experiencia y el conocimiento adquirido la gran mayoría ha logrado la sostenibilidad de sus negocios, al superar una existencia de más de diez años, posibilitando su categorización como empresarias establecidas.

En Costa Rica, Cordero & Urbano (2020) en su artículo titulado “Institutions and female entrepreneurial activity in Latin-America / Instituciones y actividad emprendedora femenina en América Latina” tuvo el objetivo de Analizar los factores que influyen en la actividad empresarial femenina en el contexto de América Latina. La metodología que se utilizó fue un enfoque cuantitativo, se realizó un análisis de regresión de la base de datos del panel latinoamericanos GEM (Global Entrepreneurship Monitor) de un periodo de seis años 2008-2013. Se concluyó que en América Latina la informalidad tiene una mayor significación estadística en la actividad empresarial femenina, mientras que formalidad tienen una influencia negativa. Es decir, hay más actividad empresarial femenina informal que formal.

En España, Ortiz & Olaz (2016) en su investigación titulada “El emprendimiento de la mujer en España. Factores moderadores”, plantearon como objetivo de su investigación conocer los factores que intervienen en la determinación de la mujer a emprender, así como los que son susceptibles de limitarla y las diferencias de este hecho con respecto a sus homólogos varones, el estudio utilizó una metodología cualitativa basada en 10 entrevistas a profundidad a hombres y mujeres emprendedores como forma de aproximación a las diferencias de género en el emprendimiento. La información obtenida se ha analizado con el software para el análisis cualitativo de datos ATLAS. Ti., lo que ha permitido la realización de un análisis interpretativo y relacional de los discursos a partir del establecimiento de vínculos semánticos útiles para realizar un análisis integral de los factores que concurren en el emprendimiento de la mujer. En conclusión, se ha permitido identificar algunas diferencias de género en torno a los factores coadyuvantes del emprendimiento de la mujer. En este sentido, si bien la formación es importante para ambos sexos, el significado y medidas demandadas difieren, mientras que en los hombres aparece ligado a las funciones empresariales, en las mujeres adquiere un carácter más global, al tiempo que se insiste en el entrenamiento de capacidades directivas como el liderazgo.

En México, Briseño García & López Lira Arjona (2016) realizaron una investigación titulada “El emprendimiento femenino: un estudio multi-caso de factores críticos en el noreste de México” que tuvo como objetivo Conocer factores que influyen en el emprendimiento de negocios que realizan las mujeres en México. La metodología fue de enfoque cualitativo, estudiando a 3 casos de empresarias de Tamaulipas, México. En conclusión, el entendimiento de las características de la empresaria, así como del contexto en el que se desenvuelve, es importante para poder interpretar su actividad empresarial, así como se determinó que la edad es un factor

significativo que influye en las motivaciones y obstáculos de la actividad empresarial de las mujeres.

En España, Álvarez, Noguera & Urbano (2012) realizaron un artículo sobre las “Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino”, que tuvo como objetivo Analizar los factores del entorno que influyen en la probabilidad de que las mujeres sean emprendedoras en el ámbito de España. La metodología que emplearon fue un análisis cuantitativo donde utilizaron modelos de regresión logística, con datos del proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), en este trabajo se utilizó la base de microdatos APS (Adult Population Survey) del GEM España para el año 2010, que cuenta con una muestra de 24543 individuos, y se complementa con la base de datos de expertos NES (National Expert Survey), a nivel regional. Se tuvo como conclusión que los resultados más relevantes del estudio indican que los factores informales (percepción de habilidades para emprender, redes sociales y rol familiar) son más relevantes para el emprendimiento femenino que los factores formales (financiación, políticas de apoyo no económicas y formación). La formación académica tiene un aspecto positivo para que una mujer emprenda, sin embargo, no es indispensable, pero si importante en algunos casos. El presente trabajo puede ser muy útil para el avance de los estudios sobre la actividad emprendedora llevada a cabo por mujeres, especialmente en el marco del enfoque institucional, donde la variable género puede ser determinante. Además, los resultados del estudio pueden ayudar al diseño de políticas gubernamentales destinadas a potenciar la creación de empresas por este colectivo.

1.1.2. Ámbito nacional

En Arequipa, Perú, Álvarez & Cáceres (2017) realizaron una investigación titulada “Diagnóstico de motivos del emprendimiento femenino en la asociación de mujeres empresarias del Perú (capitulo Arequipa), 2017”, teniendo como principal objetivo Identificar el motivo

predominante que impulsó a las féminas de la Asociación de Mujeres Empresarias del Perú, a iniciar sus emprendimientos. La metodología que emplearon en la realización de la investigación fue no experimental, con un diseño transeccional y un enfoque cuantitativo. La población y muestra fue la Asociación de Mujeres Empresarias del Perú (AMEP) que estuvo conformada por 24 asociadas. Se obtuvo como principal conclusión que a estas mujeres las impulsó dos tipos de motivos; los intrínsecos lo cual se refiere a aquellas razones netamente personales que las motivan a progresar y los extrínsecos son aquellos motivos externos que de cierta manera influyen, pero no con tanta relevancia como los intrínsecos. De acuerdo con lo anterior se puede deducir que las mujeres que deciden emprender lo hacen por la necesidad de logro y la necesidad de independencia.

En Lima, Perú, Arellano Bastidas (2018) realizó una investigación titulada “Factores determinantes que influyen en el emprendimiento femenino del emporio comercial de gamarra”, teniendo como principal objetivo Analizar el emprendimiento femenino en el Emporio Comercial de Gamarra y los factores que influyen en dicho emprendimiento, la metodología que se empleó fue de máxima verosimilitud al ser el emprendimiento femenino una variable cualitativa. El tipo de investigación fue no experimental, y se utilizó un diseño correlacional-causa. Dentro de la metodología utilizada se consideró la participación de 364 mujeres (Empresarias en el Emporio Comercial de Gamarra) perteneciente a la actividad económica de comercio al por menor y mayor. Para la recolección de información se utilizó una encuesta con preguntas cerradas; se analizó la información mediante análisis de contenido. La principal conclusión a la que se llegó fue que las variables de edad, el nivel de estudio, el estado civil y el tiempo de funcionamiento tienen una relevancia en el comportamiento de las emprendedoras. Se pudo determinar que la edad fue un factor determinante para el estudio debido a que tiene una relación directa con el emprendimiento

femenino. Es decir, a un aumento de una unidad en la proporción de esta variable, aumentará de manera significativa la probabilidad de emprender en las empresarias del Emporio Comercial de Gamarra, las mujeres de 25 años a más presentan un mejor perfil emprendedor.

En Huancayo, Perú, Cáceres Rojas & Ramos Pacheco (2017), llevaron a cabo un estudio titulado “Emprendimiento laboral y empoderamiento de mujeres artesanas de la asociación de tejedoras - tejidos Huaycán”, en la cual se tuvo como objetivo principal Conocer la relación que se da entre el emprendimiento laboral y el empoderamiento de las mujeres artesanas de la asociación de tejedoras “Tejidos Huaycán”; la metodología que se empleó fue hipotético deductivo, con un nivel de investigación descriptivo – correlacional. Se llegó a la conclusión que la relación que se da entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres artesanas es directa y significativa, ya que el empoderamiento en las mujeres en el plano individual se caracteriza por el auto reconocimiento, se auto valoran en su capacidad laboral y se sienten orgullosas de ello, han mejorado sus ingresos económicos ejerciendo la autonomía para tomar decisiones.

En Piura, Perú, Vílchez Rumiche (2019), realizó una investigación titulada “Determinantes del éxito empresarial de las mujeres emprendedoras peruanas sin educación universitaria - un estudio empírico en el periodo 2007-2017”, la cual tuvo como objetivo Detectar cuáles son los factores relacionados al éxito empresarial de los emprendimientos realizados por mujeres en el Perú, se empleó el modelo de “5M’s” con el método econométrico de Regresión Pooled OLS. Este método econométrico permitió estimar la significancia y la magnitud de las relaciones entre la variable explicada y las variables explicativas. La unidad de estudio es la mujer microempresaria sin estudios universitarios, con una muestra de 26,604 microempresarias. En esta investigación se tuvo como conclusión que se encontró un mejor desempeño de los emprendimientos femeninos,

expresado como una mayor rentabilidad operativa y un mayor beneficio operativo, esto se debe a que se asocia con emprendimientos de larga duración, con el uso de libros contables, con emprendimientos iniciados por el anhelo de las emprendedoras de ser independientes y con la contratación de servicios profesionales.

1.2.Bases teóricas

1.2.1. Emprendimiento femenino

1.2.1.1. Emprendimiento

El emprendimiento es un concepto que viene existiendo a lo largo de los años, y cada vez toma más importancia en cada una de las economías ya que el mundo ha percibido que el emprendimiento es uno de los mejores caminos para crecer económicamente ya sea como persona, como organización y como país, tanto así que los gobiernos hoy en día vienen implementado programas y proyectos para fomentar y apoyar esta vía de desarrollo. (Oyarvide Ramírez, Nazareno Véliz, Roldán Ruenes, & Ferrales Arias, 2016)

Según Parra, Rubio & López (2017) Señalan que el emprendimiento “Es un proceso dinámico de vision, cambio y creación, el cual debe ir acompañado de una alta dosis de pasión y energía, para crear e implementar nuevas ideas y soluciones creativas”. (p.02)

Según la Real Academia Española (2020) señala que la palabra emprendimiento es la “Acción y efecto de emprender”. ¿Y a que llamamos emprender?, “Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”. (Real Academia Española, 2020)

El autor Alcaraz (2015) en su libro titulado “El emprendedor de Éxito” define al termino emprender en dos contextos; Primero, en el ámbito de los negocios, haciendo referencia a alguien que se aventura a una nueva actividad de negocio y; Segundo, en el ámbito

académico, haciendo referencia a un vocablo que denota un perfil con ciertas características que hacen que una persona actúe de una manera determinada y le permita mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos.

Se puede plantear que emprendimiento es sinónimo de poder enfocar objetivos y metas en relación con la actitud y aptitudes de una persona y plasmarlas en actividades que tiene como fin el desarrollo de negocio. Se considera importante el emprendimiento por que ayuda a las personas a lograr independencia y estabilidad económica.

En conclusión, emprender es la búsqueda de nuevas oportunidades sin importar los recursos que se tengan en el momento, y emprendimiento sería aquella actitud y aptitud que tiene una persona y que le permite iniciar un nuevo proyecto, o también es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como resultado de ello, quiera conseguir mayores logros.

1.2.1.2. Actitud emprendedora

Por otro lado, se tiene a la “La actitud emprendedora”, que básicamente es lo que surge de nuestro espíritu es decir lo que nos motiva a seguir trabajando por nuestras metas y nos inspira a seguir construyendo un proyecto de vida sin conformarnos con lo que tenemos en la actualidad. Para los autores Parra, Rubio & López (2017), la actitud emprendedora “Es la capacidad que tiene una persona para desarrollar un proyecto o una empresa, basado en la inspiración, la confianza y la valentía de actuar y luchar a diario en pro de alcanzar los sueños hasta hacerlos realidad" (p.18).

A continuación, un gráfico de las características que debe tener una persona con una actitud emprendedora:

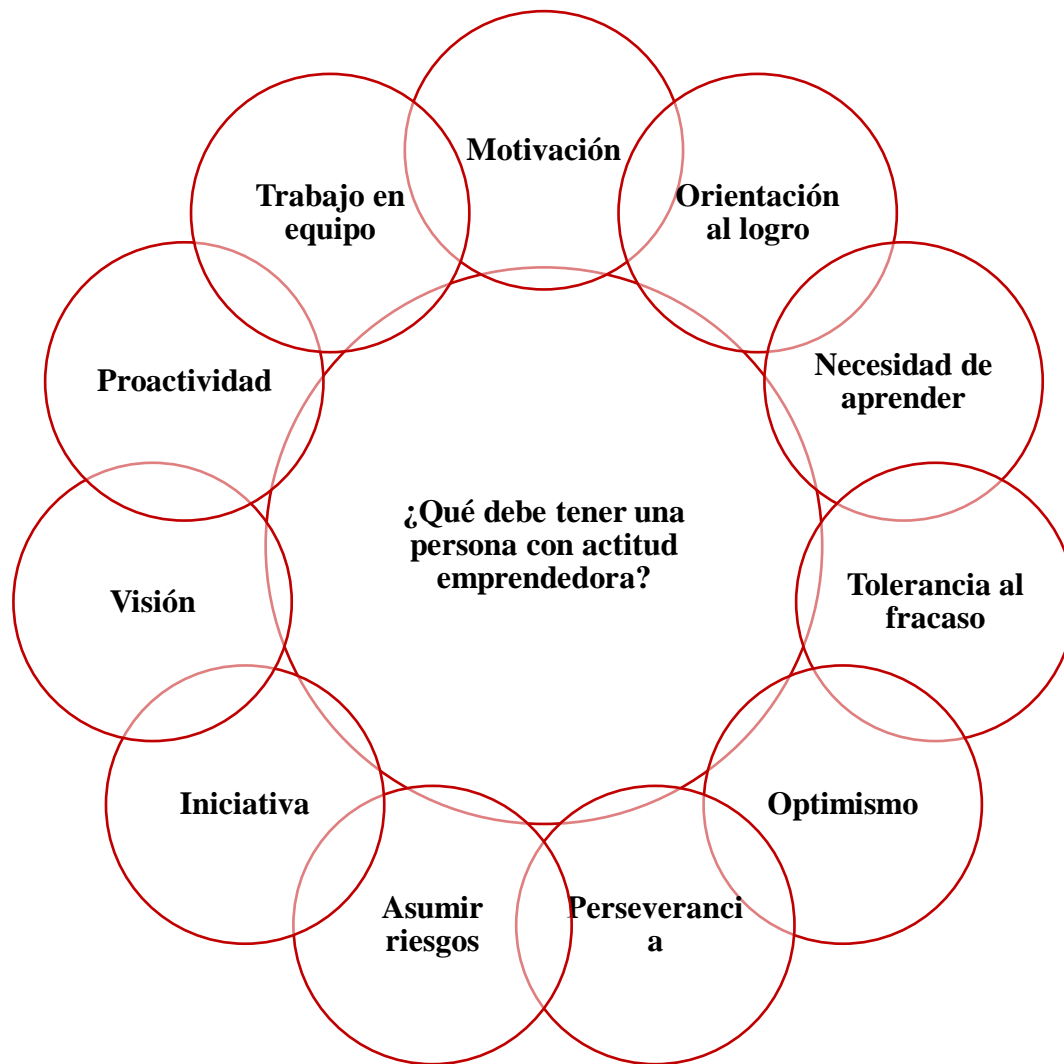


Figura 1. *Características de una actitud emprendedora*

Fuente: (Parra, Rubio, & López, 2017)

Elaboración: Propia

En la figura N°1, se detalla todas las cualidades o características que una persona con actitud emprendedora debe tener, cabe recalcar que la iniciativa y la perseverancia son dos actitudes claves para el éxito.

1.2.1.3. Tipos de emprendimiento

Como el autor Alcaraz (2015), existen diferentes formas de clasificar al emprendimiento, una de ellas y siendo la más adecuada para el presente proyecto, es la siguiente:

Según su naturaleza se clasifica en:

- **Emprendimiento por necesidad**

Este tipo de emprendimiento surge por una necesidad económica, ya sea por crisis, desempleo, requerir independizarse, ingreso económico extra, etc. Estos emprendimientos plantean una discusión en cuanto a su desarrollo y fomento debido a que por lo general estos emprendedores no tienen la preparación técnica pues esta situación los conlleva a centrarse en la acción. Una de sus características es que son empáticos y ellos no han buscado o detectado la oportunidad, su estudio de mercado se limitó a una sencilla observación que les permitió detectar las necesidades existentes para poder emprender. Se dice que este tipo de emprendimiento no contribuye al crecimiento de una economía debido a que tienen una estrecha relación con la pobreza, su existencia se encuentra principalmente en los países en vías de desarrollo (Alcaraz, 2015).

- **Emprendimiento por oportunidad**

Este tipo de emprendimiento surge a medida de la observación y detección, siendo aptitudes propias de este tipo de emprendedores ya que detectan problemas, insatisfacción en el mercado consumidor y de ahí parte la idea, los emprendedores creen poder aprovechar y capitalizar a través de sus ideas creativas e innovadoras de solución al problema encontrado. Este tipo de emprendedores suelen ser personas con cierta formación académica y/o contactos provenientes de estudios, trabajos anteriores o familiares que contribuyen al proceso de gestación del proyecto.

Además, se dice que este tipo de emprendimientos no influyen de manera directa en el crecimiento económico regional a corto plazo, pero si generan desarrollo y bienestar a largo plazo (Alcaraz, 2015).

1.2.1.4. Etapas del proceso emprendedor

En su libro la autora Messina (2018) señala diferentes etapas del proceso emprendedor, creyendo idóneo el modelo de Kantis e Ishida. En este modelo se establecen tres etapas bien diferenciadas las cuales son:

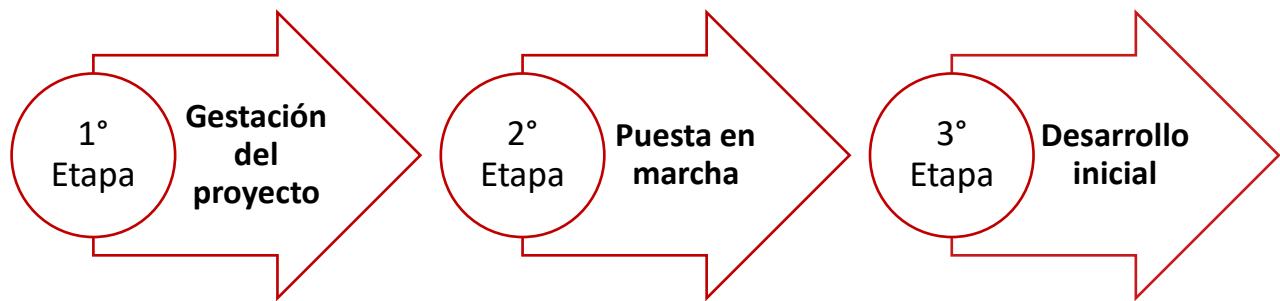


Figura 2. *Etapas del Proceso emprendedor*

Fuente: (Messina, 2018)

Elaboración: Propia

En la figura N°2 se puede visualizar las tres etapas que comprende el proceso emprendedor y las cuales se describen a continuación.

Primera etapa: Consiste en la gestación del proyecto, en la cual refleja la motivación que una persona tiene para lograr ser un emprendedor, es decir identificar la oportunidad, la idea de negocio, y la elaboración del proyecto (Messina, 2018).

Segunda etapa: Consiste en la puesta en marcha de dicho proyecto es decir se pasa de la preparación del proyecto a la decisión de emprender que es el momento en donde se decide iniciar el negocio y donde se evalúan los recursos y capacidades que se tiene para iniciar (Messina, 2018).

Tercera etapa: Consiste en el desarrollo inicial que comprende los primeros años de vida de la empresa, la cual se introduce el negocio al mercado de bienes y servicios para luego gestionar y administrar. Esta etapa es crítica para la supervivencia en el futuro ya que implica confrontar el proyecto con la realidad (Messina, 2018).

1.2.1.5. Factores que influyen en el emprendimiento

Según los autores Moreira, Bajaña, Pico, Guerrero & Villarroel (2018) afirman, con respecto a los factores que inciden en el éxito de los emprendimientos existe cierta subjetividad, ya que no se encuentra una identificación universal o generalizable, sino que se encuadra dentro de cada contexto o realidad específica identificándose un conjunto de factores internos y externos. (p.7)

Tabla 1

Factores que influyen en el emprendimiento

Factores Externos	Factores Internos
<ul style="list-style-type: none"> • Situación financiera • Condiciones económicas • Competencia • Regulación tecnológica • Situación política • Mercado laboral 	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de administración • Actividades de marketing • Gestión del talento humano • Características de los individuos

Fuente: (Moreira , Bajaña , Pico , Guerrero, & Villarroel, 2018)

Elaboración: propia

En la tabla N°1, se pueden observar los factores que influyen en un emprendimiento tanto externos como internos, cabe resaltar que los factores internos son los que determinan el éxito mientras que los factores externos determinan el fracaso debido a que el emprendedor no los puede controlar, por otro lado, los factores internos si dependen del emprendedor es decir son controlables.

Cabe señalar que, aunque los factores externos no sean controlables por el emprendedor este siempre debe de estar alerta, al tanto de los cambios y preparado para afrontar los nuevos retos a los que se enfrente en los distintos aspectos.

1.2.1.6. Dimensiones del emprendimiento empresarial

Muchos de los autores señalan las dimensiones del clásico autor Gartner (1985) creyendo el modelo más idóneo debido a que las variables se relacionan entre sí y son cruciales para el desarrollo emprendedor y empresarial.

Las dimensiones que el establece son las siguientes:

- > Necesidad de logro
- > Control de locus
- > Propensión a toma de riesgo
- > Experiencia
- > Satisfacción del trabajo
- > Padres empresarios
- > Edad
- > Educación

Por otro lado, Siles Nates (2020) en su informe hace referencia a las CEPS, características muy similares a la teoría de Gartner en cuanto a las dimensiones, es por ello que se vio necesaria su mención. A continuación, un cuadro simplificado de cada una de las características emprendedoras personales:

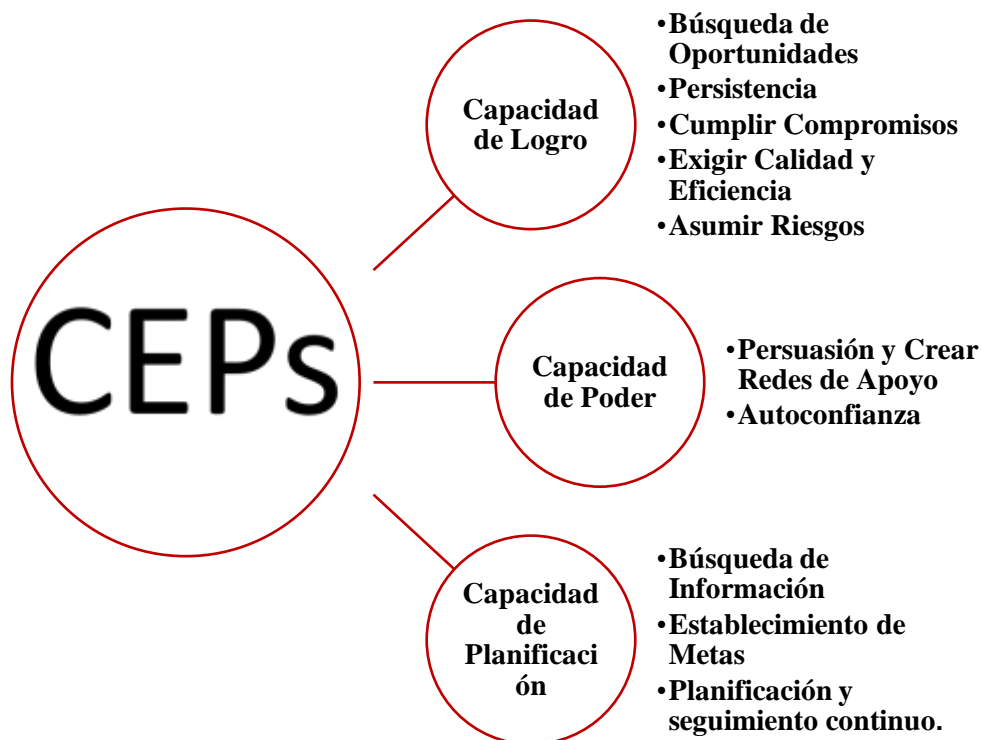


Figura 3. *Características emprendedoras personales- CEPs*

Fuente: (Siles Nates, 2020)

Elaboración: Propia.

En la figura N°3, se aprecia las tres capacidades básicas que una persona emprendedora debe poseer sin excepción.

Después de analizar la información de ambos autores, se establecieron las siguientes dimensiones para el presente trabajo de investigación:

- > Capacidad de logro
- > Propensión a asumir riesgos

- > Experiencia/ Satisfacción del trabajo
- > Padres empresarios
- > Autoconfianza
- > Educación
- > Planificación

1.2.1.7. Perfil de la mujer emprendedora en el Perú

Según la investigación realizada por Álvarez & Cáceres (2017) titulada “Diagnóstico de motivos del emprendimiento femenino en la Asociación de Mujeres Empresarias del Perú (Capítulo Arequipa), 2017.” donde se señala que:

-Nivel de educación: Puede llegar a ser un obstáculo con el desenvolvimiento del emprendimiento debido a que no poseen con las habilidades administrativas y gerenciales que se requieren.

-Experiencia: Su aprendizaje se origina a través de sus aciertos y errores.

-Familia: Las emprendedoras peruanas buscan involucrar a los miembros de su familia, además la actividad de sus padres es un factor influyente decisión de emprender.

-Dedicación: Demuestran un alto grado de dedicación y las motiva sus logros y autonomía.

Por otro lado, el Ministerio de la Producción (2017) señala que, en el Perú, existen dos fuerzas sustanciales que las impulsan hacia un emprendimiento: realizar un negocio propio y obtener ingresos adicionales, logrando así independencia económica con respecto al hombre y su propia satisfacción de lograr sus metas y sueños.

1.2.2. Competitividad de empresas exportadoras

1.2.2.1 Competitividad

Ibarra Cisneros, González Torres & Demuner Flores (2017) señalan que el término competitividad no posee una definición específica debido a la amplitud de su significado, que puede abarcar desde el nivel de la empresa, sector, nación y ámbito supranacional; así como, por la naturaleza cualitativa y cuantitativa de sus factores carece de límites precisos en el nivel de análisis y en las diversas metodologías de medición.

Hasta el día de hoy es complejo entender una definición concreta para el concepto de competitividad, es por ello que fue necesario la definición de la Real Academia Española como fuente válida.

Según la Real Academia Española (2020) define a Competitividad como “Capacidad para competir” también como “Rivalidad para la consecución de un fin”.

Por otro lado, se consideró importante la definición según autores clásicos, como, por ejemplo:

Porter (1990) presentó las bases de lo que sería una teoría de la competitividad, en la cual enuncia: “La prosperidad de una nación depende de su competitividad, la cual se basa en la productividad con la cual esta produce bienes y servicios. Políticas macroeconómicas e instituciones legales sólidas y políticas estables, son condiciones necesarias, pero no suficientes para asegurar una economía próspera. La competitividad está fundamentada en las bases microeconómicas de una nación: la sofisticación de las operaciones y estrategias de una compañía y la calidad del ambiente microeconómico de los negocios en la cual las compañías compiten. Entender los fundamentos microeconómicos de la competitividad es vital para la política económica nacional”. (p.6)

Bendezú García & Torres Farfán (2018) en su investigación señalan la competitividad se puede definir desde dos puntos de vista; microeconómico, que refleja la diferenciación por costos, y macroeconómico que lo define como las variables en la dinámica de los mercados. La competitividad se convierte en el factor decisivo de las empresas y/o industrias de cualquier lugar del mundo, para lograr un posicionamiento en el mercado local. (Bendezú García & Torres Farfán, 2018)

A partir del siglo XX surge la definición de competitividad según el World Economic Forum (2017) que la entiende como el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país.

Monterroso (2016) define a la competitividad como un término que indica la posición ventajosa de una empresa con relación a las demás, asociándose a la permanencia en el mercado y a la generación de valor para los clientes. La competitividad de una empresa no solo se mide en términos de precios/costos, sino que incluye un sin número de variables, tales como la disponibilidad de un artículo, calidad de sus productos, la vida útil, su confiabilidad, y a la vez también es de gran importancia el trato que recibe el cliente de los prestatarios de un servicio o bien, la rapidez de respuesta ante un pedido o la capacidad de adaptación de la empresa frente a los cambios del mercado, entre otras. (Monterroso, 2016)

La competitividad en 3 enfoques:

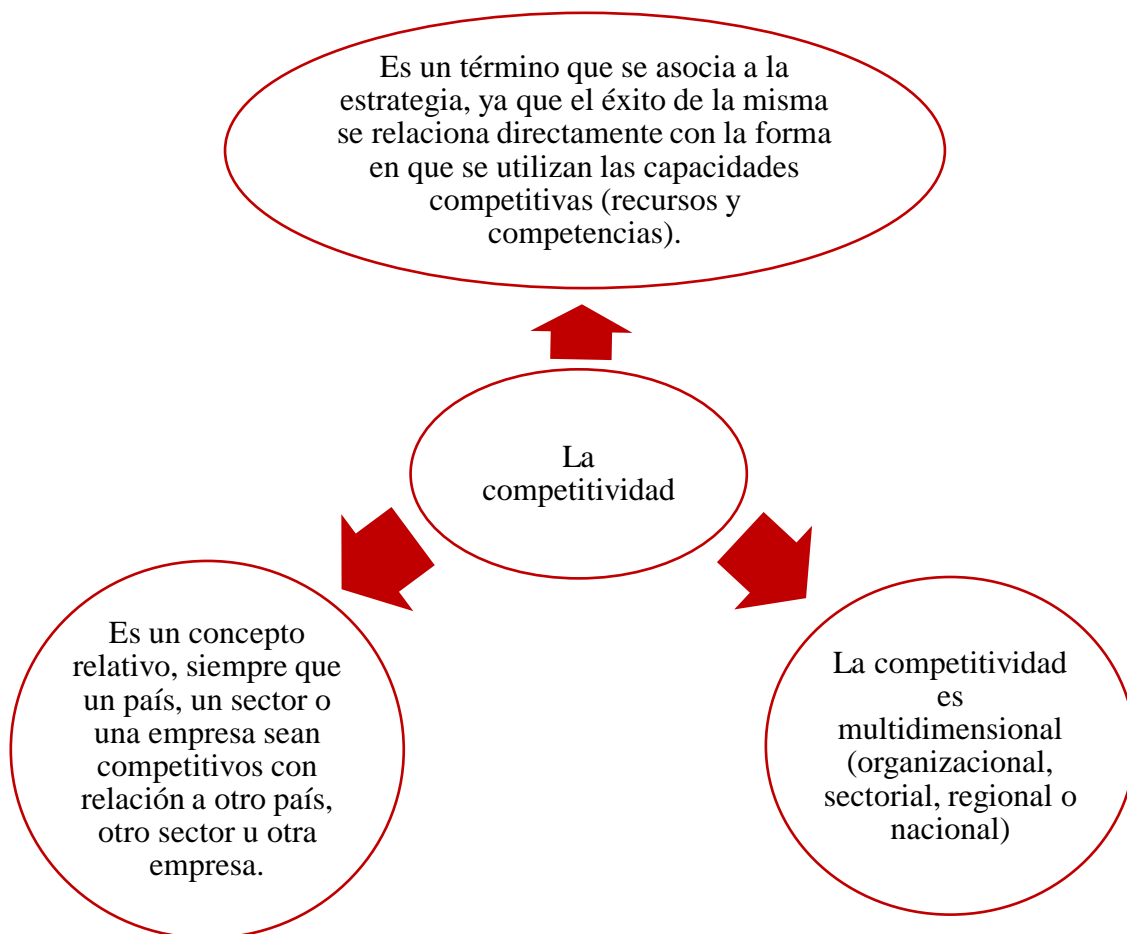


Figura 4. *Definiciones de la competitividad*

Fuente: (Monterroso, 2016)

Elaboración: Propia

En la figura N°4, el autor define en tres conceptos globales a la competitividad en la cual nos dice que está relacionada directamente con la estrategia planteada en la empresa para estar presentes en mercados nacionales e internacionales, utilizando capacidades y recursos competitivos. También se puede observar que la competitividad siempre será un término relativo a la competencia entre empresas, países o sectores que contienen entre empresas, países o sectores similares. Se refiere también a que la competitividad es multidimensional ya que se refiere a organizaciones, sectores, nacional y regiones.

1.2.2.2 Importancia de la competitividad

La importancia de la competitividad radica en el incremento de esta que pasa por introducir la cultura de la calidad en todo el proceso directivo, en sus estrategias, en cada área funcional y en cada proceso de la organización. Una tarea de esta magnitud requiere un cambio organizativo, que para tener éxito debe basarse en una cultura compartida. (Santiago Bernasconi, 2015)

La competitividad mide la capacidad de una organización para obtener y mantener sistemáticamente unas ventajas comparativas que le permiten alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico en el que actúa.

Las empresas de hoy en día persiguen el objetivo de ser capaces de ofrecer mejores productos y servicios que la competencia a precios menores. Lo que complicado gracias a lo cambiante que es el entorno, por lo que se reconoce que los factores externos que influyen en la empresa a medida que pasa el tiempo hace que la competencia se vuelva más feroz. Es por ello que conviene recordar que la competitividad tiene dos bases: ofrecer un valor agregado a tu producto o servicio (innovar) y ofrecer productos y/o servicios que se diferencian a los demás (calidad), estos dos elementos son necesarios para ser competitivos a largo plazo. (Santiago Bernasconi, 2015)

En un entorno tan competitivo, como resultado de la globalización mundial y la liberalización de los mercados, las empresas se mantienen con mucha dificultad a menos que se enfoquen en desarrollar una ventaja competitiva sobre sus competidores. El aumento de la competitividad debido a la globalización de los mercados ha generado que las organizaciones necesiten, no sólo satisfacer las necesidades de sus clientes, sino también prever sus requisitos futuros. (Santiago Bernasconi, 2015)

Competitividad es la capacidad de una nación para competir exitosamente en los mercados, utilizando eficientemente sus recursos, aprovechando sus ventajas comparativas y generando así bienestar compartido para todos los ciudadanos. Esta definición responde, primero, al principal objetivo que tiene un Estado: generar un mejor estándar de vida para todos sus ciudadanos, no solo a algunos. Segundo, reconoce la importancia del impulso de la productividad como principal determinante del crecimiento económico de largo plazo y como condición necesaria para la generación de competitividad. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2018)

Ibarra Cisneros, González Torres & Demuner Flores (2017) nos dicen que la competitividad es un conjunto de capacidades y factores que una empresa posee, para que estas puedan protegerse contra las amenazas de la economía internacional. En efecto, la competencia internacional se ha vuelto más compleja ya que existen menores costos de transporte y comunicación, y gracias a los acuerdos internacionales las barreras arancelarias han bajado facilitando las negociaciones, y también la difusión de la tecnología, se han combinado para hacer más aguda la competencia en el ámbito internacional.

Es así como, la competencia internacional ejerce una presión sobre todo los agentes económicos de un país, incluyendo la gerencia, la fuerza laboral y el gobierno. En un ambiente en el cual las empresas deben mejorar continuamente para hacerle frente a la amenaza que representa un ejército cada vez mayor de competidores.

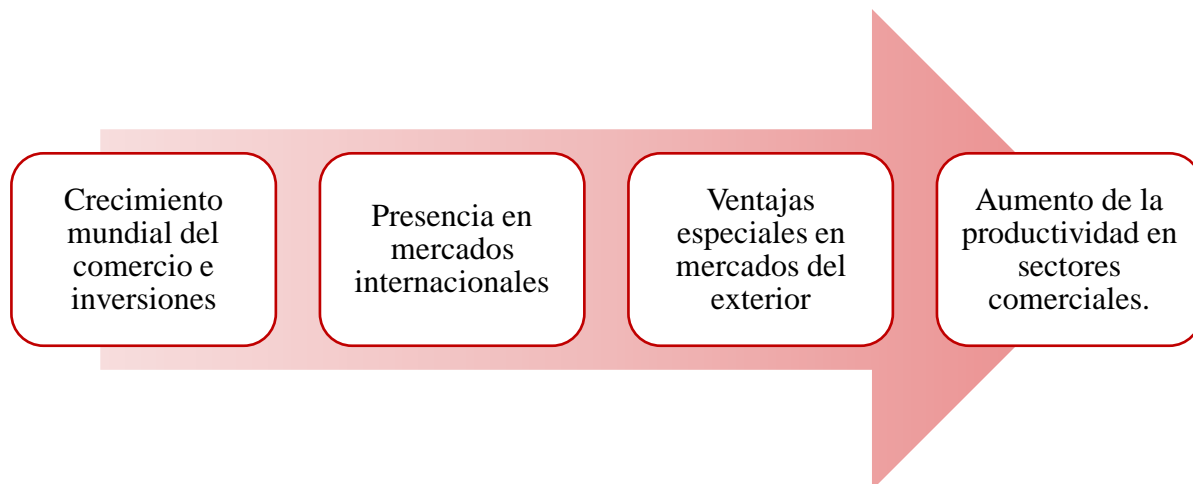


Figura 5. *Importancia de la competitividad*

Fuente: (Ibarra Cisneros, González Torres, & Demuner Flores, 2017)

Elaboración: Propia

En la figura N°5, se puede observar cuatro de los aspectos más relevantes a la importancia de la competitividad.

Ser competitivo te da presencia en mercados tanto nacionales e internacionales, te hace parte del crecimiento económico mundial ya que figuras dentro de las empresas o sectores que están involucradas en el desarrollo del país o nación, a la vez te da ciertas ventajas antes los clientes y mercado en general, también aumenta la productividad en sectores comerciales.

1.2.2.3 Competitividad empresarial

La competitividad empresarial, engloba mercados en donde los productores tienen la capacidad de controlar el proceso de fijación de precios, a diferencia de los mercados de libre competencia, en los que aquéllos los establece el mercado. (Bonales Valencia & Pedraza Rendón, 2015)

Según Bonales Valencia & Pedraza Rendón (2015), para poder lograr una mayor competitividad, la empresa puede recurrir a diversos instrumentos como:

- Una mejor gestión financiera,
- Disponer de activos tales como una mayor capacidad innovadora en materia de nuevos productos y procesos de producción,
- Lograr un aumento de la productividad de la mano de obra y del capital mayor que el de sus competidores.

1.2.2.4. Indicadores de la competitividad

Distintos autores del tema de la competitividad han intentado generar modelos con el fin de determinar la competitividad en las empresas. (Saavedra García, 2017)

La siguiente tabla se realizó con la finalidad de comparar los indicadores más utilizados y relevantes para distintos referentes, tales como:

Tabla 2

Indicadores de la competitividad

Indicador/Autor	Rubio y Aragón	De la Cruz, Morales y Carrasco	Solleiro y Castañón	OCDE	Quiroga Parra
Indicadores externos			X		X
Tecnología	X	X	X		X
Innovación	X				
Mercadotecnia	X	X	X	X	
Recursos Humanos	X	X	X	X	X
Capacidades directivas	X				X
Recursos Financieros	X	X	X		X
Cultura	X				
Calidad	X		X		X
Producción		X		X	X
Logística		X			
Organización Interna			X		X
Compras			X	X	X
Investigación y Desarrollo			X	X	X
Interacción con proveedores y clientes				X	

Fuente: (Saavedra García, 2017)

En la tabla N°2, se agrupan los indicadores de cada uno de los autores mencionados con la finalidad de identificar cuales tuvieron mayor relevancia en la competitividad. En esta tabla se

puede observar que Rubio y Aragón, señalan que las dimensiones de la competitividad son la tecnología, innovación, mercadotecnia, recursos humanos, las capacidades directivas, los recursos financieros, la cultura y la calidad, para Morales & De la cruz, sostienen que la competitividad es impulsada por la tecnología, haciendo énfasis en la mercadotecnia, enfocándose en los recursos humanos, recursos financieros, en su producción y logística, es así como ellos concuerdan que estos indicadores influyen profundamente en las capacidades de crecimiento y diferenciación competitiva. Por otro lado, Solleiro & Castañón, señalan que el desempeño competitivo de la empresa depende, en primera instancia, de la tecnología, la mercadotecnia, recursos humanos, recursos financieros, calidad, organización interna, compras, investigación y desarrollo; complementario a esto señalan que la competitividad también depende de la calidad de las interacciones que la empresa tiene establecidas con una serie de factores externos. Asimismo, Solleiro & Castañón concuerda con la OCDE que hace referencia a los elementos que influyen a la competitividad las cuales son; mercadotecnia, recursos humanos, compras e investigación y desarrollo, y también considera la producción y las relaciones con proveedores y clientes. Por último, Quiroga Parra considera a los factores externos, tecnología, recursos humanos, capacidades directivas, recursos financieros, calidad, producción, organización interna, compras y a la investigación y desarrollo.

Después de analizar cada uno de los indicadores mencionados por estos autores, se estableció que los más idóneos para esta investigación son los siguientes:

- > Tecnología
- > Productividad
- > Innovación
- > Organización interna

> Calidad

1.3. Definición de términos básicos

1.3.1. Emprender

Según los autores Villa et al. (2017) afirman que Emprender es “Construir ideas y sueños, pero para ser convertidos en hechos transformados y plasmados en realidades objetivas” (p.2).

1.3.2. Emprendimiento

Según los autores Villa et al. (2017) afirman que “El emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado” (p.2).

1.3.3. Emprendimiento Femenino

Según Álvarez & Cáceres (2017) refiere a la capacidad que tiene una fémina para realizar un esfuerzo adicional y personal para alcanzar una meta y enfrentar nuevos desafíos manteniendo una actitud positiva al enfrentar retos y dificultades para ella misma y su familia.

1.3.4. Liderazgo

Según Rodríguez Estrada (2015) refiere a la capacidad de una persona para dirigir un grupo, contando con las habilidades necesarias para tomar la iniciativa, brindar ideas innovadoras e influir en el equipo en la forma de pensar y actuar motivando a realizar las actividades de manera eficiente.

1.3.5. Competitividad

Según Feijó Gonzales & Vintimilla Ochoa (2016) la competitividad se desarrolla cuando una empresa tiene la capacidad para suministrar bienes y servicios igual o más eficientes que sus competidores.

1.3.6. Competitividad empresarial

Para Mora Riapira, Vera Colina & Melgarejo Molina (2015) la competitividad empresarial está asociada a lo que ocurre de manera externa de la organización como; políticas gubernamentales, estructura económica del país, características del mercado y variables regionales, pero depende específicamente del desempeño interno de la misma entidad.

1.3.7. Motivación

Según Napolitano (2018) refiere al conjunto de factores dinámicos que impulsan el comportamiento de un individuo hacia una meta dada.

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1. Formulación de hipótesis principal y derivada

2.1.1. Hipótesis principal

El emprendimiento empresarial femenino ha permitido desarrollar certificaciones internacionales que ha mejorado su participación en el mercado optimizando la relación costo/beneficio y generando un valor agregado que ha permitido mejorar considerablemente su competitividad empresarial y oportunidades de desarrollo laboral justas y equitativas.

2.1.2. Hipótesis derivadas

El emprendimiento femenino está asociado con el incremento del número de empleos y número de empresas creadas por mujeres superando las limitaciones del entorno.

La competitividad de las empresas agroexportadoras se caracterizó por el incremento del valor FOB en las exportaciones mejorando el margen de utilidad y usando como valor agregado las certificaciones internacionales.

Las exportaciones en valor FOB de las empresas lideradas por mujeres tuvo un comportamiento equivalente al de las empresas lideradas por hombres.

2.2. Variables y definición operacional

Tabla 3

Definición Conceptual y Operacional de las Variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional
Emprendimiento Femenino	Capacidad que tiene una mujer para realizar un proyecto.	Nivel de éxito que se obtiene en el proyecto.
Competitividad de empresas exportadoras	Capacidad de una empresa de sobreponerse a otra u otras de la misma industria o sector.	Grado de competitividad que logran estas empresas.

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N°3 se describe la definición conceptual y operacional para cada una de las variables según corresponda.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico

En el presente capítulo se desarrolló el método de la investigación, su diseño, la población, el consentimiento informado, la confidencialidad, la recolección y el registro de datos, el análisis e interpretación de los resultados, la validez de estos.

3.1.1. Enfoque de la investigación

Se empleó un enfoque exploratorio de estudio de casos para el diseño cualitativo y un enfoque descriptivo comparativo para el diseño cuantitativo, que ayudó al análisis de cada una de las variables en esta investigación, enfocadas a las empresas del sector exportador de la región de Lambayeque, lo cual interpretó el efecto que ha generado el emprendimiento femenino durante el 2018-2019.

3.1.2. Nivel de investigación

La investigación se basó en unos mecanismos simples de recolección de datos, en los cuales se tuvo como técnicas a las guías de entrevistas y al análisis documental lo que facilitó el levantamiento de información en la presente investigación.

3.1.3. Diseño de la investigación

En esta investigación se utiliza un diseño mixto (cualitativo exploratorio de estudio de casos y cuantitativo descriptivo comparativo).

Cuando se refiere al diseño cualitativo exploratorio de estudio de casos, es porque “Se emplean en grupos o individuos de muy difícil acceso (...) Es muy útil cuando se quiere analizar una experiencia empresarial exitosa, buscando identificar las razones de éxito; de lo contrario, cuando se quiere analizar una experiencia de fracaso” (Vara Horna, 2012, p.208).

Por otro lado, el diseño cuantitativo descriptivo comparativo, según el mismo autor, indica que este diseño se encarga de “Comparar características y variables entre dos o más estratos” (Vara Horna, 2012, p.209). En esta investigación se planteó este diseño ya que se utilizó una comparación porcentual utilizando un análisis de variación con la siguiente formula:
$$\frac{\text{VALOR FINAL}-\text{VALOR INICIAL}}{\text{VALOR INICIAL}} .$$

3.1.4. La unidad de análisis

La unidad de análisis fueron féminas que dirigen las empresas agroexportadoras con domicilio fiscal de la región Lambayeque y que no exceden el valor USD 6 millones FOB exportado anualmente.

3.2.Diseño muestral

3.2.1. Población

Se encontró que son cinco las empresas agroexportadoras dirigidas por mujeres con domicilio fiscal en la región de Lambayeque, que no exceden de los USD 6 millones del valor FOB exportado anualmente. Esta relación de empresas fue obtenida de la Cámara de Comercio de Lambayeque, a continuación, se muestra un cuadro con la información detallada:

Tabla 4

Lista de empresas agroexportadoras dirigidas por féminas.

Empresas/ Ruc	Domicio Fiscal	Valor FOB USD 2017	Valor FOB USD 2018	Valor FOB USD 2019	Representante
1.Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L. / 20480222432	Cal. Venezuela #2801 P.J. Cpm Nuevo San Lorenzo Lambayeque - Chiclayo - Jose Leonardo Ortiz	-	262,710	667,360	Vásquez Leyva, Karen Fiorela
2.Food Export Norte S.A.C. / 20480274157	Calle Arequipa Norte #254 Urbanización Patazca Lambayeque - Chiclayo - Chiclayo Av. Grau #925 Dpto. 502 Urb.	781,485	428,014	651,160	Quiroz Gómez, Rosa Beatriz
3.Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L. / 20600543661	Santa Victoria (Block D) Lambayeque - Chiclayo - Chiclayo	-	365,185	292,703	Muñoz Fernández, Aura María

4. Promotora de la Agricultura Sustentable S. A. / 20271641614	Cal.Torres Paz				
	#338 Int. 2do				
	Centro De				
	Chiclayo-	1,921,281	2,227,219	1,881,545	Uriarte La Torre
	Lambayeque -				María Isabel
5.Procesadora Frutícola S.A. / 20136036778	Chiclayo -				
	Chiclayo				
	Cal.Manuel				
	Maria Izaga				
	#556 (5to. Piso)				Oneto de Parodi
Lambayeque -	3,045,881	2,749,314	1,769,581	María Elena	
Chiclayo -				Teresa	
Chiclayo					

Fuente: (SUNAT, 2020)

Elaboración: propia

En la tabla N°4 se observa a cada una de las empresas dirigidas por féminas en Lambayeque, indicando el domicilio fiscal, el nombre de cada una de las representantes que y sus cantidades exportadas en los años 2017, 2018 y 2019.

3.2.2. Muestra

La investigación se basó en un muestreo no probabilístico y de tipo intencional bajo los criterios de inclusión y exclusión que fueron considerados para la delimitación de la muestra, siendo los siguientes:

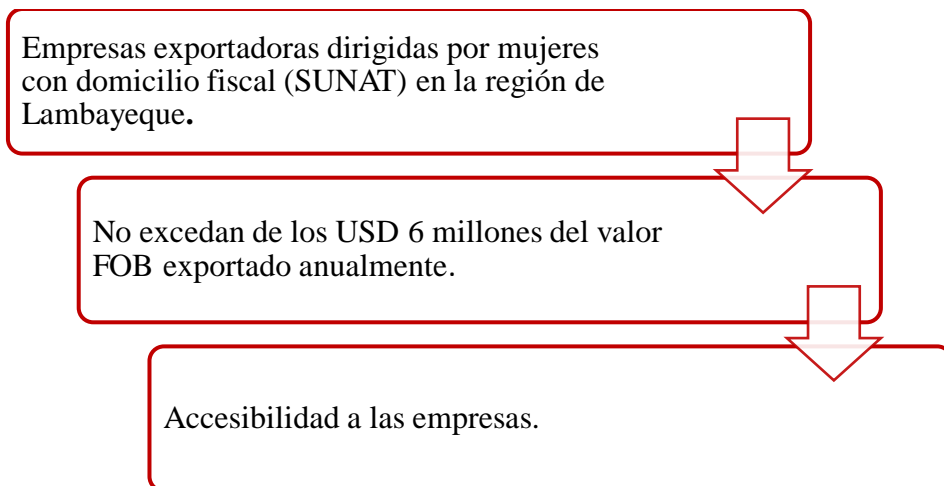


Figura 6. *Criterios para la delimitación de la muestra*

Fuente: Elaboración Propia

En la figura N°6 se muestran los criterios que se tomaron en cuenta para la selección de la muestra, especificando que una de las cinco empresas no accedieron a la entrevista por falta de tiempo. Por consiguiente, quedó una muestra de cuatro empresas agroexportadoras dirigidas por mujeres, siendo las siguientes:

Tabla 5

Objeto de estudio

Empresas	Ruc	Valor FOB USD 2017	Valor FOB USD 2018	Valor FOB USD 2019	Representante
1.Exportaciones e					
Importaciones	20480222432	-	262,710	667,360	Vásquez Leyva Karen Fiorela
Fiorela E.I.R.L.					
2.Food Export					
Norte S.A.C	20480274157	781,485	428,014	651,160	Quiroz Gómez Rosa Beatriz
3.Frutas y					
Vegetales Aura	20600543661	-	365,185	292,703	Muñoz Fernández Aura María
E.I.R.L.					
4. Promotora de					
la Agricultura	20271641614	1,921,281	2,227,219	1,881,545	Uriarte La Torre María Isabel
Sustentable S.A.					

Fuente: (SUNAT, 2020)

Elaboración: propia

En la tabla N°5 se muestra a las cuatro empresas dirigidas por féminas en Lambayeque y que fueron el objeto de estudio en la presente investigación.

3.3.Técnicas de recolección de datos

Para la recolección de datos se realizó a través de dos entrevistas estructuradas y validadas por expertos, para poder tener una información acertada, así mismo una correcta interpretación de datos y resultados, también se realizó una revisión virtual de bases de datos de las empresas agroexportadoras, tales como SUNAT.

Las fuentes y técnicas fueron las siguientes:

- Data SUNAT de Exportaciones/Análisis documentario.
- Gerentes de las agroexportadoras/Entrevistas

3.4.Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Para el proceso de información, como se mencionó anteriormente se aplicaron entrevistas y revisión documentaria, para ello la información recolectada se procesó y fue necesario utilizar programas de software como es el Microsoft Excel y sus complementos, permitiendo interpretar y analizar los resultados de las encuestas.

3.5.Aspectos éticos

Para la presente investigación, los aspectos éticos fueron el resultado del estudio realizado, es por ello que los principales valores que se aplicaron fueron la responsabilidad, el compromiso y la veracidad al momento de desarrollar la investigación, así como también en los resultados. Dichos valores son los que influyeron en las investigadoras, en las fechas y programaciones.

La validez del contenido fue analizada mediante la fidelidad de las fuentes, esto a través de grabaciones en las entrevistas que se realizaron a los integrantes de la población, en este caso las cuatro mujeres emprendedoras, esto con previa autorización de cada una de ellas y también fueron medidas por docentes expertos, puesto que estos fueron quienes evaluaron los datos obtenidos a través de sus conocimientos.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1.Resultados de la investigación

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos en el trabajo de campo a través del análisis de las empresas agroexportadoras gerenciadas por una fémina; una vez aplicado los instrumentos de recolección de datos, se procedió a realizar el procesamiento que corresponde para el análisis de dicha recolección de datos, los cuales arrojaron las conclusiones de la presente investigación, por cuanto mostró cómo ha incidido el emprendimiento femenino en la competitividad de las empresas agroexportadoras de Lambayeque.

Cabe recalcar que los instrumentos empleados fueron validados a través de profesores especialistas en el área de emprendimiento, logística y comercio exterior, dichos especialistas se encargaron de afinar y corregir adecuadamente los puntos del instrumento con la finalidad de obtener la información de una manera exacta y correcta.

4.1.1. Descripción de la muestra

Tabla 6

Descripción de la muestra

Empresas	Año de fundación	Productos exportados	Destinos	Medios de exportación
1.Exportacionese				
Importaciones	01 de agosto del 2007	Frijoles	Colombia	Terrestre
Fiorela E.I.R.L.		Payares, frijoles, arvejas, achiote en polvo, maíz blanco gigante, abas, maíz morado, aceitunas	Chile, Estados unidos, Canadá, Portugal, Panamá, Republica dominica, Suecia, Trinidad y Tobago y Arabia saudita.	Marítimo
2.Food Export Norte S.A.C	01 de noviembre del 2007			
3.Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.	01 de julio el 2015	Uvas y mangos	Holanda, Estados unidos, Rusia y China.	Aéreo
4.Promotora de la Agricultura Sustentable S. A	03 de octubre de 1995	Café sin tostar y sin descafeinar	Estados unidos, Canadá, Australia, Inglaterra, y Alemania.	Marítimo

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N°6, se describe y compara cada una de las empresas que fueron la unidad de análisis.

4.1.2. Análisis exploratorio

Para poder obtener la información se emplearon dos entrevistas a cada una de las féminas, las cuales estuvieron enfocadas en las dos variables de estudio, siendo emprendimiento femenino y competitividad de empresas consiguiendo la veracidad y autenticidad de la información obtenida.

4.1.3. Verificación de los objetivos o contrastación de las hipótesis

4.1.3.1. Objetivo específico N°1: Caracterizar el emprendimiento femenino en las empresas agroexportadoras de Lambayeque.

A continuación, se presenta el desarrollo de la entrevista enfocada al objetivo específico N°1, en relación con la variable Emprendimiento femenino.

1.- ¿Qué determina el emprendimiento de una mujer?

Tabla 7

¿Qué determina el emprendimiento de una mujer?

Empresas	Satisfacción empresarial	Motivación de servir	Habilidad para hacer negocio	Independización
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.				X
Food Export Norte S.A.C	X			
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.			X	
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.		X		

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N°7, se logra apreciar que cada una de las mujeres entrevistadas tuvieron una apreciación diferente, Karen Fiorela Vásquez Leyva señaló que la independización es un factor clave para que una mujer decida emprender, Rosa Beatriz Quiroz Gómez indicó que tener la satisfacción de desarrollo en una empresa y crecer como persona es primordial, Aura María Muñoz señaló que tener la habilidad para hacer negocio es determinante en un emprendimiento y por último María Isabel Uriarte Latorre reveló que la motivación de servir a los demás ayuda en gran magnitud para emprender.

2.- ¿Realiza algún sacrificio para alcanzar sus metas? ¿Qué tipos de sacrificios?

Tabla 8

¿Realiza algún sacrificio para alcanzar sus metas? ¿Qué tipos de sacrificios?

Empresas	Sacrificio Personal	Sacrificio Familiar	Sacrificio Monetario
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.	X		
Food Export Norte S.A.C			X
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.		X	
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.	X	X	

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N°8, se logra apreciar que Fiorela Vázquez realiza un sacrificio muy personal debido a que ella está presente en cada una de las actividades que se realizan durante todo el proceso, Rosa Beatriz Quiroz Gómez señaló que realiza un sacrificio monetario ya que tiene que pensar en el ahorro para poder invertir en un futuro, Aura María Muñoz, indicó que hace un sacrificio personal debido a que viaja constantemente y por lo tanto no puede estar presente en fechas especiales las cuales quisiera formar parte y por último María Isabel Uriarte Latorre señala que realiza un sacrificio tanto personal como familiar.

3.- ¿Cuál es su meta personal y empresarial?

Tabla 9

¿Cuál es su meta personal y empresarial?

Empresas	Meta Empresarial			Meta personal
	IncurSIONar a nuevos mercados	Desarrollar nuevos productos	Tener una planta propia	Incrementar el volumen de exportaciones
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.	X			X
Food Export Norte S.A.C	X	X		X
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.			X	X
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.				X

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N°9, se aprecia que como meta personal todas coinciden en el querer seguir creciendo profesionalmente para estar preparadas ante el mercado exportador, por consiguiente, Karen Fiorela Vásquez Leyva señaló que su meta empresarial es incursionar a nuevos mercados, Rosa Beatriz Quiroz Gómez indicó que le gustaría desarrollar nuevos productos como el banano y la cebolla, Aura María Muñoz resaltó la posibilidad de tener una planta propia y por último María Isabel Uriarte Latorre señaló la incrementación del volumen de sus exportaciones.

4.- Ud. ¿Ha incurrido en algún tipo de financiamiento para poder permanecer en el tiempo? ¿De qué manera?

Tabla 10

¿Ud. ha incurrido en algún tipo de financiamiento para poder permanecer en el tiempo? ¿De qué manera?

Empresas	Capital propio	Préstamos bancarios
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.		X
Food Export Norte S.A.C.		X
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.	X	
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.		X

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N°10, se logra apreciar que tres de las féminas entrevistadas señalaron que cuentan con préstamos bancarios lo cual vienen cumpliendo puntualmente, y no les ha generado ningún problema actualmente, siendo estas, Karen Fiorela Vásquez Leyva, Rosa Beatriz Quiroz Gómez y María Isabel Uriarte Latorre. Solo una de las entrevistadas indicó que toda su inversión es capital propio siendo esta la fémina Aura María Muñoz Fernández.

5.- ¿Cree usted que se encuentra preparada para hacerle frente a los riesgos que existen en el negocio del comercio exterior? ¿Por qué?

Tabla 11

¿Cree usted que se encuentra preparada para hacerle frente a los riesgos que existen en el negocio del comercio exterior? ¿Por qué?

Empresas	Años de experiencia	Capacitación constante	Trabajo en equipo
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.	X		
Food Export Norte S.A.C	X	X	
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.	X		
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.	X		X

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N° 11, todas las féminas indicaron que se encuentran preparadas porque ante cualquier situación que se les presente durante el manejo de sus empresas, son respaldadas por los años de experiencia que tienen en el mercado, creando una confianza entre exportador e importador, por su alto grado de competitividad, debido a su capacitación constante y al gran trabajo en equipo que vienen realizando.

6.- ¿Qué tipo de experiencias (positivas o negativas) cree usted que ha tenido en el ámbito del comercio exterior que ha sido relevante en cuanto a su emprendimiento como mujer?

Tabla 12

¿Qué tipo de experiencias (positivas o negativas) cree usted que ha tenido en el ámbito del comercio exterior que ha sido relevante en cuanto a su emprendimiento como mujer?

Empresas	Reconocimiento a la calidad	Producto en mal estado	Retraso durante el tránsito	Perdida de dinero
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.			X	
Food Export Norte S.A.C		X		
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.	X			
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.				X

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N°12, se logra apreciar que Karen Fiorela Vásquez Leyva tuvo una experiencia negativa en cuanto a la entrega de sus productos debido a que hubieron retrasos durante el tránsito a destino sin embargo supo manejar la situación con su cliente satisfactoriamente, cabe destacar que este pequeño percance la ha ayudado a tomar medidas para prever futuros inconvenientes, por otro lado Rosa Beatriz Quiroz Gómez reveló que tuvo la mala experiencia de que su producto llegara en mal estado a destino a un cliente frecuente, Aura María Muñoz Fernández señaló que una de las experiencias positivas que tiene en la actualidad es el reconocimiento por parte de sus clientes en cuanto a la calidad de sus productos y por último María Isabel Uriarte Latorre indicó que en sus inicios tuvo como experiencia negativa una pérdida de dinero entre un rango promedio de 80 mil dólares la cual de forma abierta explicó que eso le ayudó a superarse y a querer sobresalir.

7.- ¿Qué tipo de trabajo tuvieron o tienen tus padres?

Tabla 13

¿Qué tipo de trabajo tuvieron o tienen tus padres?

Empresas	Padres campesinos	Padre comerciante	Padre cafetalero	Padre transportista
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.				X
Food Export Norte S.A.C		X		
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.			X	
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.	X			

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N°13, se logra apreciar que el padre de Karen Fiorela Vásquez Leyva fue transportista, el padre de Rosa Beatriz Quiroz Gómez fue comerciante, el padre de Aura María Muñoz Fernández fue cafetalero y, por último, los padres de María Isabel Uriarte Latorre fueron campesinos.

8.- ¿Considera usted que una herencia familiar es un pilar importante para emprender? ¿Por qué?

Tabla 14

¿Considera usted que una herencia familiar es un pilar importante para emprender? ¿Por qué?

Empresas	Aprendizaje del padre	Aprendizaje familiar	Es un impulso	Tener ganas de prosperar
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.			X	
Food Export Norte S.A.C.	X			
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.				X
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.		X		

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N°14, se puede apreciar que Karen Fiorela Vásquez Leyva señaló que una herencia familiar es un impulso para empezar sin embargo, no se debería esperar una herencia familiar para decidir emprender, en el caso de Rosa Beatriz Quiroz Gómez, comentó que si considera importante una herencia familiar ya que ella empezó de la mano con su padre que ya tenía una empresa estructurada y aprendió de todo lo que este pudo enseñarle, Aura María Muñoz Fernández indicó que no lo considera importante pues si empiezas con algo que ya te han heredado, ya no sería emprender y que todo depende de las ganas de prosperar de las personas, finalmente en María Isabel Uriarte La torre indicó que si es importante una herencia familiar ya que todo depende de lo que hayas aprendido directamente de la familia.

9.- ¿Considera usted que existe una edad determinada para que una mujer decida emprender?

¿Por qué?

Tabla 15

¿Considera usted que existe una edad determinada para que una mujer decida emprender?

¿Por qué?

Empresas	Trabajar desde muy joven	Decisión propia	No es un factor	Mayor ventaja siendo joven
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.	X			
Food Export Norte S.A.C		X		
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.			X	
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.				X

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N°15, las cuatro coincidieron en que no existe una edad determinada para emprender, siendo Karen Fiorela Vásquez Leyva quien comentó que a ella le gustó trabajar desde muy joven en el negocio de los granos para cultivo, Rosa Beatriz Quiroz Gómez señaló que la decisión de emprender depende netamente de cada persona por salir adelante, Aura María Muñoz Fernández reveló que la edad no es un factor ya que existen casos de personas que siendo mayores han emprendido y les ha ido muy bien, y finalmente María Isabel Uriarte La Torre indicó que no existe edad para emprender pero que existe cierta ventaja en las personas jóvenes.

10.- ¿Cuántos años tiene dirigiendo esta empresa?

Tabla 16

¿Cuántos años tiene dirigiendo esta empresa?

Empresas	Años
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.	13
Food Export Norte S.A.C	13
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.	8
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.	25

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N°16, se puede apreciar los años que cada una de las féminas tiene dirigiendo cada una de las empresas agroexportadoras.

11.- ¿Considera importante los grados académicos? ¿Por qué?

Tabla 17

¿Considera importante los grados académicos? ¿Por qué?

Empresas	Culminar la carrera	Capacitación constante	Formación académica	Experiencia	Habilidad
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.	X				X
Food Export Norte S.A.C		X			X
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.				X	X
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.			X		X

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N°17, se puede observar que Karen Fiorela Vásquez Leyva señaló que es muy importante culminar la carrera debido a que por el mismo trabajo se necesita seguir aprendiendo, Rosa Beatriz Quiroz Gómez considera que capacitarse constantemente es de gran relevancia para el rubro de la exportación ya que requiere de mucho conocimiento, Aura María Muñoz Fernández considera que la experiencia obtenida a lo largo de los años es más importante y por último, María Isabel Uriarte Latorre indicó que es relevante la formación académica para tener una visión más amplia. Cabe destacar que las cuatro mujeres coincidieron en que la habilidad también es clave en un emprendimiento.

12.- ¿Cuál es su grado de instrucción?

Tabla 18

¿Cuál es su grado de instrucción?

Empresas	Grado de Instrucción
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.	Licenciada en Administración
Food Export Norte S.A.C	Técnica en Administración
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.	Técnica contable
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.	Magister en Negocios y Magister en agroexportaciones

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N°18, se puede apreciar el grado de instrucción de cada una de las mujeres.

13.- ¿Ud. se ha encontrado involucrada en la preparación de su plan estratégico? ¿De qué manera?

Tabla 19

¿Ud. se ha encontrado involucrada en la preparación de su plan estratégico? ¿De qué manera?

Empresas	Reuniones para mejoras En equipo	Se actualiza cada 5 años	Autoevaluación
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.			X
Food Export Norte S.A.C.	X		
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.		X	
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.		X	

Fuente: Elaboración Propia

En la figura N°19, se puede apreciar que Karen Fiorela Vásquez Leyva indicó que no cuenta con un plan estratégico como tal, sin embargo se autoevalúan como empresa para poder desarrollar sus objetivos, metas y estrategias, por otro lado, Rosa Beatriz Quiroz Gómez señaló que sí estuvo involucrada en la preparación del plan y que cada cierto tiempo se reúne con su equipo para ver detalles a mejorar, Aura María Muñoz Fernández indicó que sí y que lo realizan integrantes de la misma empresa, y por último María Isabel Uriarte Latorre también indicó que sí y que cada 5 años se actualizaba pero que se proyecta que este tiempo disminuya a ser anualmente por el entorno cambiante.

14.- ¿Su empresa cuenta con sistemas de inteligencia comercial? De ser un si ¿Ud. Considera que los sistemas de inteligencia comercial son un aporte y/o apoyo para su gestión?¿Por qué?

Tabla 20

¿Su empresa cuenta con sistemas de inteligencia comercial? De ser un si ¿Ud. Considera que los sistemas de inteligencia comercial son un aporte y/o apoyo para su gestión? ¿Por qué?

Empresas	Investigación de mercados	Gestión eficiente	Actualmente no
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.			X
Food Export Norte S.A.C			X
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.		X	
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.	X		

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N°20, se puede apreciar que Karen Fiorela Vásquez Leyva indicó que por el momento su empresa no cuenta con un sistema de inteligencia comercial pero que no excluye la posibilidad de implementarlo al igual que Rosa Beatriz Quiroz Gómez, por otro lado Aura María Muñoz Fernández comentó que sí y que definitivamente los sistemas de inteligencia son un gran apoyo comercial ya que facilitan eficientemente su gestión, y por último, María Isabel Uriarte Latorre señaló que si y que tratan de desarrollar la información y los medios tecnológicos, participando en ferias e investigación de mercados.

15.- ¿Ud. Considera que sus resultados personales están relacionados con sus resultados empresariales? ¿Cómo mide sus resultados?

Tabla 21

¿Ud. Considera que sus resultados personales están relacionados con sus resultados empresariales? ¿Cómo mide sus resultados?

Empresas	Valor económico	Valor social	Satisfacción del cliente
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.	X		X
Food Export Norte S.A.C	X		
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.	X		X
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.	X	X	

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N°21, podemos observar que las cuatro féminas aseguran que los resultados empresariales van ligados con los resultados personales puesto que el logro de las metas personales se ve reflejado en el desarrollo empresarial. También se puede apreciar que las cuatro miden los resultados económicos con sus estados financieros, pero también lo calculan con la fidelización de sus clientes y el valor social hacia sus productores.

4.1.3.2. Objetivo específico N°2: Analizar la competitividad de las empresas agroexportadoras de Lambayeque durante el periodo 2018 – 2019.

A continuación, se presenta un análisis de las exportaciones de las cuatro empresas agroexportadoras durante los años en cuestión.

Dichas cantidades exportadas están representadas en valor FOB y en dólares americanos.

A) EXPORTACIONES E IMPORTACIONES FIORELA E.I.R.L

Tabla 22

Exportaciones de la empresa Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L, 2017 – 2019

Empresa	Meses	Valor	Valor	Valor	%	%
		FOB USD 2017	FOB USD 2018	FOB USD 2019	Variación 2017 - 2018	Variación 2018 - 2019
EXPORTACIONES E IMPORTACIONES FIORELA E.I.R.L.	Enero	-	-	-	-	-
	Febrero	-	-	41,760	-	100%
	Marzo	-	-	83,680	-	100%
	Abril	-	80,310	166,400	100%	107%
	Mayo	-	-	64,000	-	100%
	Junio	-	42,000	-	100%	-100%
	Julio	-	-	68,000	-	100%
	Agosto	-	-	60,800	-	100%
	Setiembre	-	-	60,800	-	100%
	Octubre	-	75,000	-	100%	-100%
	Noviembre	-	-	-	-	-
	Diciembre	-	65,400	121,920	100%	86%
Total	-	262,710	667,360	100%	154%	

Fuente: (SUNAT, 2020)

Elaboración: Propia

En la tabla N°22, se puede apreciar que las exportaciones de la empresa “Exportaciones e Importaciones Fiorella E.I.R.L. con respecto a la variación de los años 2017 y 2018 se incrementó en un 100% debido a que en el año 2017 esta empresa no realizó exportaciones en comparación con el año 2018 y con respecto a la variación de los años 2018 y 2019 hubo un incremento en las exportaciones en los meses de febrero, marzo, abril, mayo, julio, agosto, septiembre y diciembre obteniendo un incremento total de 154%.

B) FOOD EXPORT NORTE SAC

Tabla 23

Exportaciones de la empresa Food Export Norte S.A.C, 2017 – 2019

Empresa	Meses	Valor	Valor	Valor	%	%
		FOB USD 2017	FOB USD 2018	FOB USD 2019	Variación 2017 2018	Variación 2018 - 2019
FOOD EXPORT NORTE S.A.C	Enero	92,977	30,842	22,691	-67%	-26%
	Febrero	47,741	91,105	71,775	91%	-21%
	Marzo	-	61,258	21,455	100%	-65%
	Abril	37,123	-	100,927	-100%	100%
	Mayo	-	-	59,815	-	100%
	Junio	43,763	101,260	33,334	131%	-67%
	Julio	-	-	58,255	-	100%
	Agosto	106,124	-	56,098	-100%	100%
	Setiembre	95,176	27,151	59,247	-71%	118%
	Octubre	165,990	73,097	23,309	-56%	-68%
	Noviembre	145,470	22,294	17,926	-85%	-20%
	Diciembre	47,121	21,006	126,328	-55%	501%
Total	781,485	428,014	651,160	-45%	52%	

Fuente: (SUNAT, 2020)

Elaboración: Propia

En la tabla N°23, en la empresa “Food Export Norte S.A.C” se puede apreciar en cuanto a los años 2017 y 2018 tuvo una variación negativa de (45%) mientras que en los años 2018 y 2019 se observa un incremento en las exportaciones en los meses de abril, mayo, julio, agosto, septiembre y diciembre, concluyendo con una variación de 52% logrando recuperarse.

C) FRUTAS Y VEGETALES AURA E.I.R.L

Tabla 24

Exportaciones de la empresa Frutas y vegetales Aura E.I.R.L, 2017 – 2019

Meses	Valor	Valor	Valor	%	%
	FOB USD 2017	FOB USD 2018	FOB USD 2019	Variación 2017-2018	Variación 2018-2019
Enero	-	82,965	149,796	100%	81%
Febrero	-	99,744	30,996	100%	-69%
Marzo	-	134,976	72,336	100%	-46%
Abril	-	33,772	-	100%	-100%
Mayo	-	-	-	-	-
Junio	-	-	-	-	-
Julio	-	-	-	-	-
Agosto	-	-	-	-	-
Setiembre	-	-	-	-	-
Octubre	-	-	-	-	-
Noviembre	-	6,336	8,256	100%	30%
Diciembre	-	7,392	31,319	100%	324%
Total	-	365,185	292,703	100%	-20%

Fuente: (SUNAT, 2020)

Elaboración: Propia

En la tabla N°24, en la empresa “Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L”, se puede apreciar que con respecto a la variación de los años 2018 y 2018 hubo un incremento 100% debido a que no hubieron exportaciones en el año 2017, por otro lado hubo un incremento en las exportaciones del año 2019 en los meses de enero, noviembre y diciembre, y una disminución durante los meses de febrero, marzo y abril, sin mencionar que no exportaron el resto de los meses, lo que conlleva a

que se tenga una disminución de (20%) de exportaciones en la variación del año 2019 con respecto al 2018.

D) PROMOTORA DE LA AGRICULTURA SUSTENTABLE S.A

Tabla 25

Exportaciones de la empresa Promotora de la Agricultura Sustentable S.A, 2017 – 2019

Empresa	Meses	Valor	Valor	Valor	%	%
		FOB USD 2017	FOB USD 2018	FOB USD 2019	Variación 2017-2018	Variación 2018-2019
PROMOTORA DE LA AGRICULTURA SUSTENTABLE S.A.	Enero	89,939	312,566	109,585	248%	-65%
	Febrero	90,641	-	61,236	-100%	100%
	Marzo	-	-	61,236	-	100%
	Abril	-	-	-	-	-
	Mayo	-	-	-	-	-
	Junio	-	-	59,820	-	100%
	Julio	139,084	178,206	242,919	28%	36%
	Agosto	556,863	239,877	240,269	-57%	0.2%
	Septiembre	346,980	288,049	362,534	-17%	26%
	Octubre	254,931	615,958	363,001	142%	-41%
	Noviembre	261,216	303,620	149,026	16%	-51%
	Diciembre	181,628	288,943	231,918	59%	-20%
Total	1,921,281	2,227,219	1,881,545	16%	-16%	

Fuente: (SUNAT, 2020)

Elaboración: Propia

En la tabla N°25, en la empresa “Promotora de la Agricultura Sustentable S.A”, se puede apreciar en cuanto a la variación de los años 2018 y 2017, se tuvo un 16% puesto que en el 2018 no se exporto de febrero a junio, por otro lado, durante el 2019 se recuperaron en los meses de febrero, marzo y junio y solo no exportaron durante los meses de abril y mayo, sin embargo, la variación

de las exportaciones totales del año 2019 tuvo una disminución de un (16%) con respecto al año 2018.

A continuación, se presenta el desarrollo de la entrevista enfocada al objetivo específico N°2, en relación con la variable Competitividad de las empresas agroexportadoras.

1.- ¿Ud. tiene en claro el mercado al cual están enfocados sus productos? ¿Cuáles?

Tabla 26

¿Ud. tiene en claro el mercado al cual están enfocados sus productos? ¿Cuáles?

Empresas	Mercados
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.	Colombia
Food Export Norte S.A.C	Panamá, EE. UU, Portugal y Suecia
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.	Holanda, EE. UU, Rusia y China
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.	EE. UU, Canadá, Australia, Inglaterra y Alemania

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N°26, El 100% de la muestra respondió (si) y señalaron algunos de los países de destino de sus productos.

2.- ¿Cuál es el valor agregado que usted opta para diferenciarse de su competencia? ¿Por qué?

Tabla 27

¿Cuál es el valor agregado que usted opta para diferenciarse de su competencia? ¿Por qué?

Empresas	Diversificación	Impacto social y ambiental	Calidad	Diferenciación
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.			X	
Food Export Norte S.A.C	X		X	
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.				X
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.		X		

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N°27, Karen Fiorela Vásquez Leyva señaló que se diferencia de su competencia por la calidad sus productos, Rosa Beatriz Quiroz Gómez por su calidad y diversificación, Aura María Muñoz Fernández por su diferenciación siendo una de las estrategias que utiliza, y María Isabel Uriarte Latorre por su impacto social y ambiental.

3.- ¿Cuál es el volumen de exportación durante los últimos 3 años? – Data SUNAT

La siguiente figura muestra las cantidades exportadas expresadas en valor FOB y en dólares americanos.

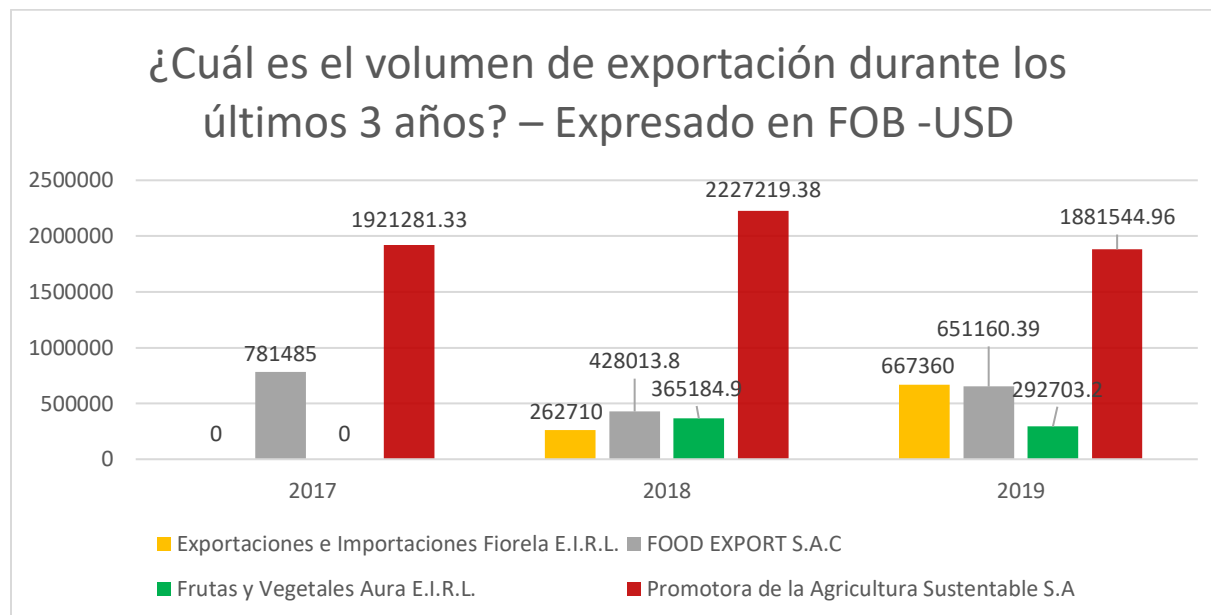


Figura 7. ¿Cuál es el volumen de exportación durante los últimos 3 años? – Data SUNAT

Fuente: Elaboración propia

En la figura N°7, se visualiza el volumen de las exportaciones durante los últimos 3 años de cada una de las empresas dirigidas por féminas, donde se detalla la evolución total respectivamente. Se observa también que en el caso de Exportaciones e importaciones Fiorella E.I.R.L, en el año 2017 no tuvo exportaciones al igual que Frutas y vegetales Aura E.I.R.L, Food Export Norte S.A.C si pudo mantenerse durante los 3 años exportando, Frutas y vegetales Aura E.I.R.L solo exportó en los años 2018 y 2019, y finalmente Promotora de la Agricultura Sustentable S.A si se mantuvo estable en sus exportaciones durante los 3 años.

4.- ¿Con cuántos clientes cuenta usted?

Tabla 28

¿Con cuántos clientes cuenta usted?

Empresa	Clientes
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.	3
Food Export Norte S.A.C	6
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.	4
Promotora de la Agricultura Sustentable S. A	9

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N°28, se visualiza el número de clientes que posee cada empresa entrevistada respectivamente.

5.- ¿Cuenta con planta de proceso propia? ¿Qué tipo?

Tabla 29

¿Cuenta con planta de proceso propia? ¿Qué tipo?

Empresas	Selección mecánica	Servicio de maquila
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.		x
Food Export Norte S.A.C	x	
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.		x
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.		x

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N°29, Rosa Beatriz Quiroz Gómez señaló que su empresa sí cuenta con planta de proceso propia para la selección mecánica como por ejemplo la poza de alimentación, para la

pre-limpieza, detector de metales y para la clasificación gravimétrica, mientras que Aura María Muñoz Fernández, María Isabel Uriarte Latorre y Karen Fiorela Vásquez Leyva indicaron que no cuentan con planta de proceso propia por lo que prestan el servicio de maquila, finalmente María Isabel Uriarte Latorre precisó que tiene una perspectiva a implementar una planta en aproximadamente 3 a 4 años.

6.- ¿Cuenta usted con un área de investigación y desarrollo? ¿Cómo lo hace?

Tabla 30

¿Cuenta usted con un área de investigación y desarrollo? ¿Cómo lo hace?

Empresas	Responsables de cada área	Actualmente no
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.		X
Food Export Norte S.A.C	X	
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.	X	
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.	X	

Fuente: Elaboración propia

En la figura N°30, Karen Fiorela Vásquez Leyva señaló que actualmente no cuenta con un área de investigación y desarrollo sin embargo siempre se informa, por otro lado, Rosa Beatriz Quiroz Gómez, Aura María Muñoz Fernández y María Isabel Uriarte Latorre señalaron que está conformada por los responsables de cada área de la empresa y realizan su propia investigación tomándose las decisiones pertinentes.

7.- ¿El precio está dentro de una de sus estrategias que usted considera frente a la competencia?¿Por qué?

Tabla 31

¿El precio está dentro de una de sus estrategias que usted considera frente a la competencia?¿Por qué?

Empresas	Estrategia de fijación de precio	Calidad	Precios en FOB y CIF	Estrategia de Diferenciación
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.		X		
Food Export Norte S.A.C			X	
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.				X
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.	X			

Fuente: Elaboración Propia

En la figura N°31, Aura María Muñoz Fernández señaló que el precio no es una de sus estrategias ya que sus clientes saben que sus productos son de calidad y diferenciados es por ello que su valor es elevado, pues su estrategia utilizada es la diferenciación, mientras tanto Rosa Beatriz Quiroz Gómez, indicó que el precio si es una de sus estrategias porque se manejan precios en FOB y CIF, María Isabel Uriarte Latorre precisó que el precio es una gran estrategia de fijación con su productor ya que es el mecanismo básico para la obtención del café y puedan tener precios competitivos en el mercado, Karen Fiorela Vásquez Leyva indicó también que el precio si es una de sus estrategias en relación directa con su calidad ofrecida.

8.- ¿Cuál es el tiempo que usualmente su cliente espera al solicitar su producto?

Tabla 32

¿Cuál es el tiempo que usualmente su cliente espera al solicitar su producto?

Empresa	Días
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.	15-20
Food Export Norte S.A.C	29
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.	7
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.	30

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N°32, se puede apreciar los días aproximados que los clientes esperan al solicitar sus productos, puesto que esto depende del destino al que se dirijan, sin embargo, María Isabel Uriarte Latorre recalcó que sus pedidos generalmente son con anticipación ya que empiezan a realizar los embarques a partir de julio y el tiempo de espera sería el tiempo de tránsito que demore en llegar a destino.

9.- ¿Ha tenido alguna mala experiencia respecto a la entrega de su producto en destino? ¿Cuál?

Tabla 33

¿Ha tenido alguna mala experiencia respecto a la entrega de su producto en destino? ¿Cuál?

Empresas	Soluciones inmediatas	Desacuerdo con un cliente	Hasta el momento no	Control de calidad estricto
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.			x	
Food Export Norte S.A.C		x		
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.	x			
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.				x

Fuente: Elaboración Propia

En la figura N°33, Rosa Beatriz Quiroz Gómez indicó que si tuvo una inesperada mala experiencia ya que uno de sus clientes más recurrentes señaló que el producto llegó de mala calidad sin embargo resaltó que ellos siempre se preocupan por verificar que todo este correcto antes de enviar un pedido, así como también Aura María Muñoz Fernández reveló que como toda empresa si ha tenido alguna mala experiencia pero siempre buscan la mejor solución posible, mientras tanto, Karen Fiorela Vásquez Leyva, indicó que hasta el momento de la entrevista no ha tenido malas experiencias y por ultimo María Isabel Uriarte Latorre comentó que no, porque manejan un control de calidad estricto desde la zona de producción.

10.- ¿Cuenta con certificaciones internacionales? ¿Cuáles?

Tabla 34

¿Cuenta con certificaciones internacionales? ¿Cuáles?

Empresas	Certificaciones
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.	-
Food Export Norte S.A.C	SENASA, KOSHER, FDA, y HACCP
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.	-
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.	USDA ORGANIC, CERTIFIED ORGANIC OCIA, FAIRTRADE Y BIRD FRIENDLY

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla N°34, Rosa Beatriz Quiroz Gómez señaló que, si cuenta con certificados internacionales tales como kosher, FDA y HACCP a además del certificado de planta de senasa, María Isabel Uriarte Latorre indicó que los certificados que poseen son USDA organic, certified organic OCIA, FAIRTRADE Y BIRD FRIENDLY, mientras tanto Aura María Muñoz Fernández y Karen Fiorela Vásquez Leyva señalaron aun no poseen certificados internacionales.

11.- ¿Cree usted que la calidad de su producto le ayuda a ser competitiva en el mercado internacional? ¿Por qué?

Tabla 35

¿Cree usted que la calidad de su producto le ayuda a ser competitiva en el mercado internacional? ¿Por qué?

Empresas	Calidad y precio	Calidad y diversificación	Calidad y diferenciación	Calidad y certificaciones
Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.	X			
Food Export Norte S.A.C		X		
Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L.			X	
Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.				X

Fuente: Elaboración Propia

En la figura N°35, Karen Fiorela Vásquez Leyva recalcó que si ya que la calidad y el precio la hacen competitiva en el mercado, por otro lado Rosa Beatriz Quiroz Gómez señaló que su competitividad tanto a nivel nacional como internacional se debe a la calidad y la diversificación de sus productos, mientras que Aura María Muñoz Fernández indicó que la calidad y la diferenciación la hacen competitiva y por último, María Isabel Uriarte Latorre reveló que la calidad y sus certificaciones son la carta de garantía que los hace competitivos en el mercado.

4.1.3.3. Objetivo específico N°3: Comparar las exportaciones en valor FOB de las empresas lideradas por mujeres con respecto a las empresas lideradas por varones.

El presente análisis comparativo se realizó con la finalidad de obtener la tendencia de la variación en porcentajes que tienen las empresas agroexportadoras dirigidas por mujeres frente a empresas agroexportadoras dirigidas por hombres, tomando los siguientes criterios:

- > No superar los 6 millones de valor FOB exportado y tener
- > Domicilio fiscal en Lambayeque.

Se consideró que para el desarrollo de este objetivo se tomara en cuenta a la población de esta investigación (cinco empresas lideradas por mujeres) y a cinco empresas lideradas por varones (que cumplan con los criterios establecidos) siendo un total de diez empresas. Se tomó a la población y no a la muestra ya que se hizo un análisis documentario obtenido de SUNAT con la finalidad de lograr un resultado más contundente en la presente investigación.

Continuando con el desarrollo del objetivo 3 donde se presentan las exportaciones totales por cada una de las empresas agroexportadoras Lambayecanas dirigidas por varones, durante los últimos tres años respectivamente.

Tabla 36

Comparativo de las cantidades exportadas de empresas dirigidas por varones– últimos 3 años

Elaboración: Propia

EMPRESAS DIRIGIDAS POR HOMBRES	DOMICILIO FISCAL	VALOR FOB USD 2017	VALOR FOB USD 2018	VALOR FOB USD 2019
AGROEXPORTACIONES MANA S.A.C.	Car.Pimentel Km. 8 Lambayeque - Chiclayo - Pimentel	22,208	14,000	–
CVQ AGROEXPORT S.A.C.	Mza. C Lote. 1 C.P. Chosica Del Norte Lambayeque - Chiclayo - La Victoria	–	–	660,758
NEGOCIACION AGRICOLA JAYANCA S.A.	Cal.Cristobal Colon #686 Int. 502 Lambayeque - Chiclayo – Chiclayo	3,522,621	4,917,865	2,006,838
NOR CAFÉ S.A.C.	Av. Panamericana Norte #1285 - Lambayeque - Chiclayo – Chiclayo	1,742,143	739,452	602,086
NOR COFFEE D2 S.R.L.	Av. Belaunde Nro. Sn Cnd. Los Parques De San Gabriel (T 24 Dpto 603) Lambayeque - Chiclayo – Chiclayo	–	1,475,297	1,556,626
TOTAL		5,286,972	7,146,614	4,826,307

Fuente: (SUNAT, 2020)

En la tabla N°36, se puede apreciar el domicilio fiscal y las cantidades exportadas por cada una de las empresas dirigidas por varones durante el periodo 2017, 2018 y 2019, siendo notorio que en el año 2018 tuvieron una cantidad exportada mayor con relación a los años 2017 y 2019.

Por otro lado, se detalla las exportaciones de las cinco empresas lideras por mujeres durante los últimos tres años respectivamente.

Tabla 37

Comparativo de las cantidades exportadas de empresas dirigidas por mujeres – últimos 3 años

EMPRESAS DIRIGIDAS POR MUJERES	DOMICILIO FISCAL	VALOR FOB USD 2017	VALOR FOB USD 2018	VALOR FOB USD 2019
EXPORTACIONES E IMPORTACIONES FIORELA E.I.R.L.	Cal.Venezuela #2801 P.J. Cpm Nuevo San Lorenzo Lambayeque - Chiclayo - Jose Leonardo Ortiz	-	262,710	667,360
FOOD EXPORT NORTE SAC	Calle Arequipa Norte #254 Urbanización Patazca Lambayeque - Chiclayo - Chiclayo	781,485	428,014	651,160
FRUTAS Y VEGETALES AURA E.I.R.L.	Av. Grau #925 Dpto. 502 Urb. Santa Victoria (Block D) Lambayeque - Chiclayo - Chiclayo	-	365,185	292,703
PROMOTORA DE LA AGRICULTURA SUSTENTABLE S.A.	Cal.Torres Paz #338 Int. 2do Centro De Chiclayo- Lambayeque - Chiclayo - Chiclayo	1,921,281	2,227,219	1,881,545
PROCESADORA FRUTICOLA S.A.	Cal.Manuel Maria Izaga #556 (5to. Piso) Lambayeque - Chiclayo - Chiclayo	3,045,881	2,749,314	1,769,581
TOTAL		5,748,647	6,032,442	5,262,350

Elaboración: Propia

Fuente: (SUNAT, 2020)

En la tabla N°37, se puede apreciar las cantidades exportadas por cada una de las empresas dirigidas por féminas durante el periodo 2017, 2018 y 2019, manteniendo sus exportaciones constantes durante los años cuestionados.

Con los resultados de las tablas anteriores se procedió a realizar una tabla comparativa de los totales correspondientes para cada año, con la finalidad de determinar el valor porcentual que representan las exportaciones totales de cada uno de los años de las empresas en cuestión.

Tabla 38

Variación % de las empresas agroexportadoras.

Años	Valor total		Valor total		Valor total FOB USD	Total %
	FOB USD – Varones	%	FOB USD - Mujeres	%		
2017	5,286,972	48	5,748,647	52	11,035,619	100
2018	7,146,614	54	6,032,442	46	13,179,056	100
2019	4,826,307	48	5,262,350	52	10,088,657	100

Fuente: Elaboración propia

En la tabla N°38 se puede apreciar los valores porcentuales que representan las empresas en su conjunto en los años 2017, 2018 y 2019. Demostrando que para el año 2017, las empresas lideradas por varones obtuvieron un 48% y las empresas lideradas por mujeres un 52%, en cuanto al año 2018, las empresas lideradas por varones obtuvieron un 54% y las empresas lideradas por mujeres un 46%, finalmente en el año 2019, las empresas lideradas por varones obtuvieron un 48% y las empresas lideradas por mujeres un 52%.

Con resultado de la tabla 38 se procedió a realizar la figura 8 donde se observa el comparativo porcentual demostrando la tendencia que tienen las empresas en su conjunto para determinar en esta investigación cómo es la competitividad de las mujeres frente a los varones (bajo los criterios establecidos), en el mercado Lambayecano.

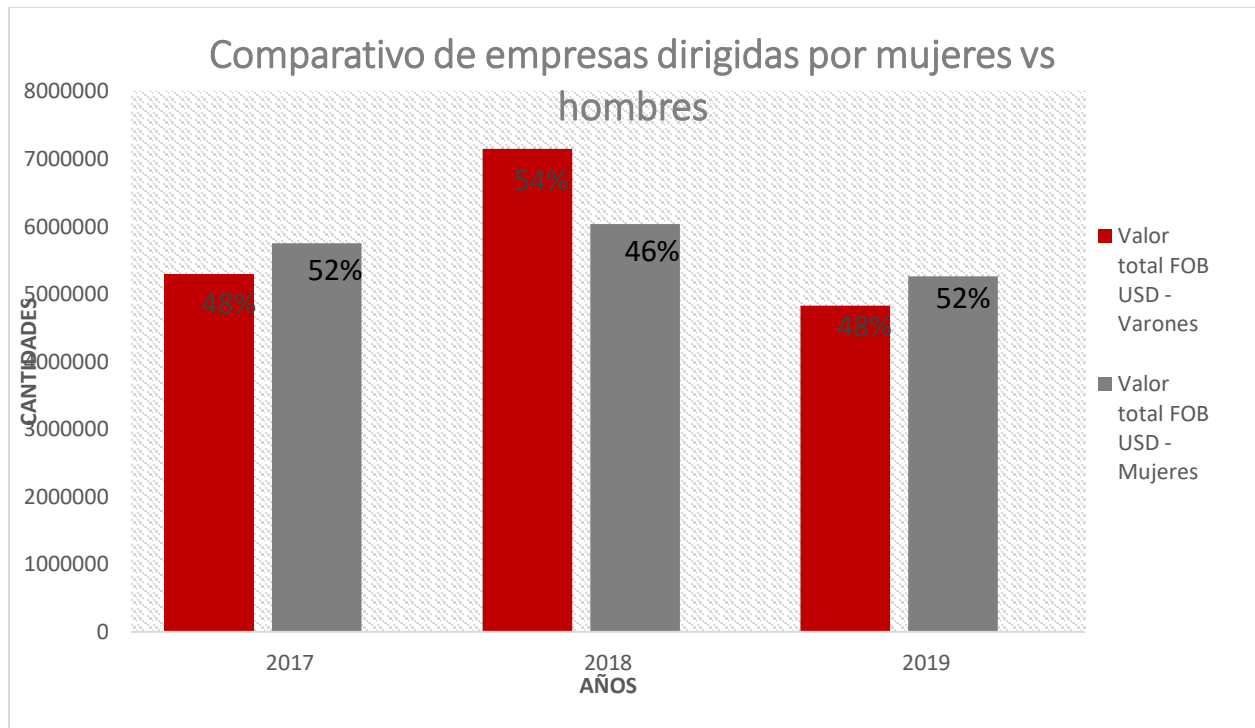


Figura 8. *Comparativo de la tendencia de crecimiento de empresas dirigidas por mujeres vs varones - últimos 3 años*

Elaboración: propia

En la figura N°8, se puede observar la tendencia de crecimiento de las empresas lideradas por hombres frente a las empresas lideradas por mujeres, siendo que en el año 2017 las mujeres lideraron con un 52%, en el 2018 los hombres llevaron una ventaja con un porcentaje de 54%, y en el año 2019 las mujeres vuelven a liderar la comparativa con un 52%.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1. Discusión de resultados

Los resultados de la presente investigación fueron obtenidos a través de entrevistas consentidas que se realizaron a las cuatro féminas que lideran a sus empresas respectivas quedando registrado por medio de fotografías, y grabaciones de voz.

La presente investigación tuvo un grado de confiabilidad alto debido a que fueron sometidas a un formato de validación, bajo el criterio de tres jueces expertos quienes los dos primeros dieron el visto bueno de manera inmediata y el tercero de ellos observó algunos puntos a mejorar y dando las recomendaciones pertinentes para obtener información más precisa al momento de realizar las entrevistas; luego de levantar las observaciones dadas se procedió a firmar la validación de manera exitosa.

Los resultados obtenidos corresponden en efecto, al estudio de una investigación profunda sobre el emprendimiento femenino en empresas agroexportadoras netamente lambayecanas (con domicilio fiscal en Lambayeque), que poseen una cantidad exportable anual no mayor de USD 6 millones FOB, pero no quiere decir que no aplique para empresas que manejen cantidades mayores y/o menores, debido a que las características emprendedoras personales se dan de manera muy genuina en las mujeres.

Este estudio fue diseñado con la finalidad de demostrar que las mujeres cuentan con gran capacidad de crear y liderar empresas, es por ello que el estudio en mención el cual es “Emprendimiento Femenino y la competitividad en las empresas” puede generalizarse o ser aplicado a cualquier rubro y ubicación tanto nacional e internacionalmente, debido a que las características de una mujer emprendedora no difieren de la raza, edad, país, o tipo de negocio.

En cuanto a las limitaciones que se presentaron en el camino de esta investigación, siendo la accesibilidad para el contacto y la entrevista con las féminas, debido a que no se tuvo algún contacto directo, por lo tanto, se realizó una búsqueda minuciosa, acudiendo a la cámara de comercio de Lambayeque, páginas web, redes sociales, data SUNAT, e-mails a sus cuentas institucionales, llamadas telefónicas y visitas a los domicilios fiscales. Los primeros contactos que tuvimos fueron en dos de ellas negativos ya que sus trabajadoras se limitaban a darnos respuestas vagas como; la señora se encuentra de viaje, la próxima semana, nosotros nos comunicamos con ustedes, y postergando reiteradamente las reuniones.

Número limitado de mujeres líderes que existen en el sector agroexportador lambayecano, muy pocas son las mujeres que lideran empresas de este rubro, y para ser precisos solo son 5, esto fue una gran desventaja ya que era probable que no todas accederían a una entrevista y se necesitaba como mínimo la mitad de la muestra para poder realizar una investigación más exacta.

Dentro de los resultados obtenidos no se encontraron investigaciones similares debido a que el emprendimiento femenino es un campo de estudio reciente, extenso y en crecimiento.

En el Perú, el emprendimiento femenino es un tema que hace muy poco viene tomando fuerza y reconocimiento, sin embargo, en España en la investigación de Álvarez, Noguera & Urbano (2012) titulada “Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino” concuerda con nuestra investigación en: que la formación y/o los grados académicos tienen un efecto positivo sobre la probabilidad de ser mujer emprendedora mas no es indispensable, es decir la habilidad que tenga una fémina al momento de emprender sobrevalora la formación académica que esta tenga, no obstante las féminas entrevistadas recalcaron que de ser posible, el

mantenerse en una constante capacitación siempre va a ser un punto a favor para su gestión hacia ellas como mujeres emprendedoras.

Por otro lado, se concuerca con la investigación del Ministerio de la Producción (2017) que en el Perú, existen dos fuerzas sustanciales que impulsan a las personas hacia un emprendimiento: realizar un negocio propio y obtener ingresos adicionales. En efecto, en la presente investigación tres de las mujeres líderes de sus empresas, empezaron de manera independiente, sin contar con una ayuda de alguna herencia familiar, solo una de ellas ha seguido con el patrimonio y de la mano de su padre. Esto les ha permitido lograr independencia económica y su propia satisfacción de lograr sus metas y sueños. Entonces se puede concluir que en el emprendimiento femenino influyen los factores que se basan en oportunidades más que en necesidades.

La presente investigación tiene por finalidad brindar un mayor conocimiento y visibilidad de la importancia de la mujer en las empresas agroexportadoras lambayecanas, ya que se enfoca en aquellas mujeres que han surgido e implementado su propia empresa, en este caso, empresas agroexportadoras. En esta investigación se pudo detectar que existen muy pocas mujeres al mando de empresas agroexportadoras, es por ello que el propósito de esta investigación es abrir paso a nuevas exploraciones, ya que se ha obtenido un primer resultado que resalta el empoderamiento, el rol y el aporte que estas mujeres están originando como líderes.

En cuanto a la hipótesis principal se aceptó, debido a que definitivamente la obtención de certificados internacionales por parte de las emprendedoras son un gran plus para ser más competitivas en los mercados, ya que mejoran las relaciones entre exportador e importador, generan más confianza al momento de ofrecer los productos, amplían la cartera de clientes y

dan un mejor posicionamiento a las empresas, en esta investigación se muestra a dos de las empresas que si cuentan con certificados internacionales, mientras tanto las otras dos aun no poseen, pero está dentro de sus metas y proyectos implementarlos.

Respecto a las hipótesis derivadas, la primera sí fue aceptada ya que se pudo demostrar que estas cuatro empresas lideradas por mujeres han aportado en el incremento de números de empleos, dando oportunidad de surgir a más mujeres en el rubro exportador; tal es el caso de PROASSA, que tienen una línea exclusiva llamada café femenino en donde promueven la participación de la mujer, haciendo talleres de liderazgo, autoestima, biohuertos y tejidos. Cuando se generó la marca (café femenino), fue un gran impulso para las mujeres que venían trabajando en la empresa (en su mayoría mujeres del campo), ya que la remuneración correspondiente a su trabajo es entregado directamente a ellas, ahora representan el 49% de los socios de PROASSA, y cuentan con cerca de 800 mujeres formando parte de esta gran empresa. En tanto a las evidencias podemos decir que falto enfatizar en el porcentaje de mujeres que forman parte de las tres empresas restantes.

La segunda hipótesis derivada fue rechazada, ya que las variaciones oscilaron entre positivas y negativas para los cuatro casos. (Ver tablas N° 22 al 25)

En cuanto a las empresas que disminuyeron, tenemos a PROASSA que, sí cuenta con certificados internacionales, sin embargo, tuvo una disminución del (16%) en la variación del año 2019 con respecto al año 2018, mientras que FRUTAS Y VEGETALES AURA que no cuenta con certificados internacionales también tuvo una disminución de sus exportaciones del (20%) en la variación del año 2019 con respecto al año 2018, por último, FOOD EXPORT NORTE, que también cuenta con certificados internacionales, tuvo una disminución de (45%) de sus exportaciones en la variación del año 2018 con respecto al año 2017.

En cuanto a las empresas que aumentaron su cantidad exportada, se tiene a EXPORTACIONES E IMPORTACIONES FIORELA, que no cuenta con certificados pero que creció considerablemente en la variación del 2018 con respecto al 2017 en un 100% debido a que en el año 2017 no tuvo exportaciones, y en la variación del 2019 con respecto al 2018 en un 154%, mientras que FOOD EXPORT NORTE, que, si cuenta con certificados internacionales, aumento sus exportaciones en un 52% en la variación del año 2019 con respecto al año 2018, por otro lado, FRUTAS Y VEGETALES AURA que no cuenta con certificados internacionales, incremento sus exportaciones en un 100% en la variación del 2018 con respecto al 2017, debido a que no tuvo exportaciones en el año 2017, y por último, PROASSA tuvo una variación en sus exportaciones de 16% en la variación del 2018 con respecto al año 2017. Lo que demuestra que dichos certificados internacionales son importantes, pero no indispensables para poder exportar y reivindicarse en el rubro, sin embargo, son muy necesarios al momento de querer incursionar hacia nuevos mercados con exigencias altas en cuanto a certificaciones.

La evidencia obtenida no fue suficiente, puesto que se necesitó el estado de ganancias y pérdidas de cada una de las empresas para poder obtener un resultado más detallado y poder decir si se han generado utilidades o no.

La tercera hipótesis fue aceptada debido a que como resultado del tercer objetivo en la comparativa de exportaciones generales tanto de empresas lideradas por mujeres frente a empresas lideradas por varones se obtuvo una competencia muy equivalente, siendo esta diferencia de cantidades exportadas mínimas. Este resultado trata de eliminar esa brecha empresarial existente entre hombres y mujeres, en la lucha constante de igualdad entre géneros. Estas mujeres han resaltado en la liberación comercial, en el impacto del crecimiento

económico en la region Lambayeque, pues las empresas que lideran han sido muy competitivas. El resultado de su productividad ha sido reflejado en el rendimiento demostrado en esta comparativa.

La tecnología y la innovación son un factor clave para las mujeres, que no solo aporta a un mejor desarrollo personal sino también al posicionamiento de las empresas que lideran ya que el avance y liderazgo de las mujeres son fundamentales para el rendimiento empresarial, y que un gran objetivo es construir un mundo laboral mejor para las mujeres y forjar un legado duradero de crecimiento.

Como resultado de la investigación encontramos que debería ser evaluada una nueva hipótesis que surgió a raíz de esta investigación, siendo la siguiente: El emprendimiento femenino ha permitido el desarrollo y crecimiento económico de las mujeres, impulsándolas a la creación de su propia empresa logrando la satisfacción en el cumplimiento de sus metas y brindando mayores oportunidades de empleabilidad a otras mujeres que lo requieran.

Como segunda hipótesis que nació es la siguiente: La proporción de mujeres que inician una empresa es por la motivación de tener un negocio propio y, por el contrario, la proporción de hombres que inician un negocio es por el motivo de obtener ingresos adicionales.

CONCLUSIONES

1. Se pudo determinar que estas mujeres emprendedoras aportan a la competitividad de las empresas debido a que poseen una gran lista de habilidades y capacidades logrando crear y mantener en el tiempo a las empresas que dirigen, siendo competitivas en el rubro exportador lambayecano. Estas mujeres tienen una gran visión a futuro como líderes, sueños y metas aún por alcanzar, han demostrado gran habilidad de negociación con clientes extranjeros, de solución de conflictos en las adversidades que en el camino se les han presentado, ya que las cuatro mujeres indicaron que con los años de experiencia en el rubro han aprendido a conocer a sus clientes, y a dar soluciones inteligentes. Ver tabla N°11.
2. Las características que definen a las emprendedoras son lo aguerridas ante situaciones de adversidad, la iniciativa y las ganas de seguir aprendiendo, la capacidad de liderazgo, el optimismo y la perseverancia para saber asumir los riesgos y tolerar el fracaso, minimizando el impacto en cada una de sus empresas la buena comunicación y trabajo en equipo, las experiencias vividas positivas y negativas han sido un impulso para seguir y no abandonar. Estas 4 mujeres sin importar la edad, situación, o momento, han logrado emprender algo propio, y son el ejemplo de futuras emprendedoras. El emprendimiento femenino tiene distintos motivos, pero la misma meta, la cual es lograr llevar al éxito a la empresa la cual lideran, existiendo en el camino sacrificios tanto personales como económicos, y todo esto es comprobable con las entrevistas realizadas a cada una de las féminas.
3. Analizando las cantidades exportadas de cada una de las empresas dirigidas por féminas se demostró que en la presente investigación no se caracterizó por el incremento del

valor FOB de sus exportaciones debido a que sus variaciones fueron tanto positivas como negativas, sin embargo sí poseen características que las definen al momento de ser competitivas, cada una posee un valor agregado que las hace aun mantenerse en el tiempo, como son los certificados internacionales, poseer una planta propia, la calidad de sus productos, el impacto social y ambiental, y el precio como una de sus estrategias en el mercado.

4. El resultado del comportamiento de las exportaciones de las empresas lideradas por mujeres frente a las empresas lideradas por varones fue muy competitivo. El porcentaje exportado de estas mujeres reflejan el buen gestionamiento y liderazgo, ya que no es fácil competir ante un rubro el cual es dominado por hombres. Este comparativo manifiesta el porqué de esta investigación, la cual se hizo con el propósito de demostrar lo tan competitivas que pueden ser las mujeres liderando sus propias empresas. Ver figura N°8
5. En el mundo, el emprendimiento femenino ha aumentado considerablemente sobre todo en los países con economías emergentes debido a que en los últimos años las mujeres ven la manera de desarrollarse personal y profesionalmente, buscando nuevas oportunidades de negocios en el mercado, y la necesidad de independencia hacia sus logros propios. Ver anexo N°8.

RECOMENDACIONES

1. A los futuros investigadores se recomienda ampliar el tema con futuras líneas de investigación tomando en cuenta la situación en la que el Perú y el mundo se encuentran afrontando que es la COVID-19, y ver la resiliencia de mujeres vs varones líderes de sus propias empresas frente a esa situación.
2. A los futuros investigadores se recomienda la aplicación del presente tema de investigación a otras ciudades y/o países, así como también establecer otros criterios, como giro de negocio, tamaño de empresa, tipo de producto, entre otros.
3. A las empresarias, se sugiere desarrollar publicaciones online que destaque el trabajo que realizan las mujeres emprendedoras del país, casos de éxitos e historias personales, donde se muestre a aquellas mujeres que tienen algún tipo de emprendiendo ya sea pequeño o grande, así como también consejos, anécdotas motivadoras y definiciones claves, que les permita desarrollarse y sentirse empoderadas.
4. A las empresas del rubro exportador se sugiere el apoyo a aquellas mujeres y campesinas, que trabajan sus propias tierras, inculcándoles conocimientos, desarrollo de talleres donde se les dé a conocer el real valor de sus tierras, el uso y los implementos que serán usados para la explotación de estas, con información verídica y legal.
5. A las entidades privadas se sugiere que se involucren en la participación del empoderamiento de la mujer, mediante, capacitaciones, premios, concursos, charlas y asesorías especializadas ya que, en el Perú, solo el 14% de microempresas conducidas por mujeres han podido acceder a algún tipo de capacitación. Tal es el caso de lo que viene realizando el BCP con el “Premio Mujeres Emprendedoras BCP” con la cual capacitan a más de 10 mil microempresarias. Ver anexo N°9

6. Al gobierno se sugiere una difusión eficiente de los programas existentes que apoyan y motivan al emprendimiento femenino en el Perú, tales como: Emprende UP, Mujeres del pacifico, y la Asociación de Emprendedores del Perú – ASEP, ya que pueden existir, pero si esta información no llega al público objetivo, no se obtendrán los resultados esperados. Ver anexo N°10.
7. Al gobierno se sugiere que se generen nuevos programas presenciales y/o digitales, dirigidos por mujeres empresarias certificadas, o emprendedores con la experiencia necesaria real y demostrable, así como también cursos básicos de como emprender, y cursos motivacionales, que generen impulso en aquellas mujeres que aún no saben cómo iniciar sus ideas de negocios.
8. Al gobierno se sugiere la creación de mecanismos para facilitar el financiamiento económico requerido por las mypes de mujeres emprendedoras, siendo el acceso al crédito bancario y al capital de riesgo (disminución de garantías) para tener facilidades financiadas, a la vez la eliminación o disminución de las burocracias impuestas.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Alcaraz, R. (2015). *El Emprendedor de Éxito*. México: Mc Graw-Hill. Recuperado el 05 de Noviembre de 2020, de https://www.academia.edu/36454870/EL_EMPRENDEDOR_DE_%C3%89XITO

Álvarez, A., & Cáceres, M. (2017). *Diagnóstico de motivos del emprendimiento femenino en la asociación de mujeres empresarias del Perú (Capítulo Arequipa)*. Recuperado el Septiembre de 2019, de http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15388/1/ALVAREZ_VALLE_ANA_DIA.pdf

Álvarez, C., Noguera, M., & Urbano, D. (2012). *Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino. Un estudio cuantitativo en España*. 43-52. Recuperado el Junio de 2020, de <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/383/Claudia%20Alvarez.pdf>

Arellano Bastidas, C. (2018). *Factores determinantes que influyen en el emprendimiento femenino del emporio comercial de Gamarra*. Obtenido de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3836/1/2018_Arellano-Bastidas.pdf

Asociación de Emprendedores de Perú. (Noviembre de 2018). *Sólo 3 programas del Estado apoyan el emprendimiento femenino en el Perú*. Recuperado el 2020, de <https://asep.pe/index.php/solo-3-programas-del-estado-apoyan-el-emprendimiento-femenino-en-el-peru-noviembre/>

Bendezú García, A., & Torres Farfán, G. (junio de 2018). *Los costos de producción y su impacto en la competitividad empresarial del sector joyería del departamento de Lima*. Obtenido

de

[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624359/Bendezu_GA.pdf](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624359/Bendezu_GA.pdf?f?sequence=10&isAllowed=y)
f?sequence=10&isAllowed=y

Bonales Valencia, J., & Pedraza Rendón, O. (2015). Competitividad Internacional de las Empresas Mexicanas Exportadoras Porcícolas. *Investigación Administrativa*(116), 25-41. Recuperado el Septiembre de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/4560/456044959002.pdf>

Briseño García, O., & López Lira Arjona, A. (2016). El emprendimiento femenino: un estudio multi-caso de factores críticos en el noreste de México. *Innovaciones de Negocios*, 13(25). Recuperado el 05 de Noviembre de 2020, de <http://eprints.uanl.mx/12629/1/13.25%20A2.pdf>

Cáceres Rojas, R., & Ramos Pacheco, L. (2017). *Emprendimiento laboral y empoderamiento de mujeres artesanas de la Asociación de tejedoras - "Tejidos huaycán"*. Obtenido de <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/3410/Caceres%20Rojas-Pacheco%20Ramos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cordero, D., & Urbano, D. (2020). Institutions and female entrepreneurial activity in Latin-America. *RAN*, 6(1), 12. Recuperado el 06 de Noviembre de 2020, de <http://www2.udec.cl/~ran/ojs/index.php/ran/article/download/149/246>

Feijó Gonzales, A., & Vintimilla Ochoa, V. (2016). *Evaluación estratégica de la industria de leche 2009-2014 en el Ecuador y el impacto de la nueva matriz productiva, aplicado a la empresa Lacteos San Antonio C.A. para fortalecer su competitividad*. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/5356/1/11717.pdf>

- Gartner, W. (1985). Un marco conceptual para describir el fenómeno de la creación de nuevas empresas. *The Academy of Management*, 696-706. Recuperado el 24 de Septiembre de 2019, de https://www.jstor.org/stable/258039?read-now=1&seq=1#page_scan_tab_contents
- Ibarra Cisneros, M., González Torres, L., & Demuner Flores, M. (2017). *Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California*. Recuperado el 05 de Noviembre de 2020, de <http://www.scielo.org.mx/pdf/estfro/v18n35/2395-9134-estfro-18-35-00107.pdf>
- La Cámara. (24 de Agosto de 2020). María Alejandra Chirinos: “Las mujeres emprendedoras son clave para la economía mundial”. *La revista Digital de la CCI*. Obtenido de <https://lacamara.pe/maria-alejandra-chirinos-las-mujeres-emprendedoras-son-clave-para-la-economia-mundial/>
- Medrano Cristóbal, L., & Rodríguez Hidalgo, P. (Julio de 2020). *Estrategias competitivas empleadas por las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín relacionadas con el proceso de internacionalización hacia el mercado de Estados Unidos (Periodo 2014-2018)*. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/652464/Medrano_CL.pdf?sequence=12&isAllowed=y
- Messina, M. (2018). *Manual didáctico Emprendedurismo*. Montevideo, Uruguay: Comisión Sectorial de Enseñansa. Recuperado el 23 de Septiembre de 2019, de <https://www.cse.udelar.edu.uy/wp-content/uploads/2018/12/Manual-dida%CC%81ctico-Emprendedurismo-Messina.pdf>

- Ministerio de Economía y Finanzas. (2018). *Política Nacional de Competitividad y Productividad*.
Obtenido de <https://www.mef.gob.pe/es/por-instrumento/decreto-supremo/18913-decreto-supremo-n-345-2018-ef/file>
- Ministerio de la Producción. (Junio de 2017). Perfil de la mujer emprendedora en el Perú. *Cambio en el bienestar de las empresarias en el país*. Lima, Perú. Recuperado el Marzo de 2020, de <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/oee-documentos-publicaciones/publicaciones-anuales/item/789-perfil-de-la-mujer-emprendedora-en-el-peru>
- Monterroso, E. (2016). *Competitividad y Estrategia: Conceptos, fundamentos y relaciones*.
Obtenido de <http://www.redsocialesunlu.net/wp-content/uploads/2016/05/RSOC014-002-Competitividad-y-estrategia-MONTERROSO.pdf>
- Mora Riapira, E., Vera Colina, M., & Melgarejo Molina, Z. (2015). *Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá*. Obtenido de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0123592314001600?token=C75AD639A2F80E56595F5A76A59A5C8E5A1487E6F9751850FF04539485B35A5D9662B17FABEAC7477BFC42AF35A65B6D>
- Moreira, M., Bajaña, I., Pico, R., Guerrero, G., & José Villarroel. (2018). Factores que Influyen en el Emprendimiento y su Incidencia en el Desarrollo Económico del Ecuador. *Revista Ciencias Sociales y Económicas*, 2(1), 22. Recuperado el 23 de Septiembre de 2019, de <http://revistas.uteq.edu.ec/index.php/csye/article/download/215/161/>.
- Muñoz Fernández, A. (2020). Entrevista para tesis de emprendimiento femenino y competitividad de las empresas exportadoras de Lambayeque. (R. A. Cerdán Medina, & S. D. Sarmiento Chavez, Entrevistadores)

- Napolitano, G. (2018). Motivación en el ámbito laboral: El caso de Procter & Gamble. Inc., Babelcube.
- Ortiz, P., & Olaz, Á. (2016). El emprendimiento de la mujer en España. Factores moderadores. Recuperado el Junio de 2020, de https://nanopdf.com/download/el-emprendimiento-de-la-mujer-en-espaa-factores-moderadores_pdf
- Oyarvide Ramírez, H. P., Nazareno Véliz, I. T., Roldán Ruenes, A., & Ferrales Arias, Y. (2016). Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. *Retos de la Dirección*, 10(1), 71-93. Recuperado el Septiembre de 2019, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2306-91552016000100006&script=sci_arttext&tlng=en
- Parra, M., Rubio, G., & López, L. M. (2017). Emprendimiento y Creatividad: aspectos esenciales para crear empresa. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Pasquali, M. (2019). *¿En qué países hay más mujeres que se dedican a emprender?* Obtenido de <https://es.statista.com/grafico/19263/paises-con-mas-mujeres-emprendedoras/>
- Porter, M. (1990). *The competitive advantage of nations*. Obtenido de http://www.economie.ens.fr/IMG/pdf/porter_1990_-_the_competitive_advantage_of_nations.pdf
- Quiroz Gómez, R. B. (2018). Entrevista para tesis de emprendimiento femenino y competitividad de las empresas exportadoras de Lambayeque. (R. A. Cerdán Medina, & S. D. Sarmiento Chavez, Entrevistadores)
- Real Academia Española. (05 de Noviembre de 2020). *Definición de Competitividad*. Recuperado el 2020, de <https://dle.rae.es/competitividad>

- Real Academia Española. (2020). *Definición de emprendimiento y emprender*. Recuperado el 05 de Noviembre de 2020, de <https://dle.rae.es/?id=Esj9hsT>
- Rodríguez Estrada, M. (2015). Liderazgo. En *Desarrollo de actividades directivas* (pág. 82). México: El Manual Moderno.
- Ruiz Sanchez, M., Peña Guerrero, J., & Prieto Cubillos, B. (2020). *Caracterización y motivaciones para el emprendimiento femenino en Mipymes de Villavicencio - Colombia*. Recuperado el 05 de Noviembre de 2020, de <https://revistas.udenar.edu.co/index.php/rtend/article/download/5880/6660?inline=1>
- Saavedra García, M. (2017). *Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n33/n33a05.pdf>
- Santiago Bernasconi, E. (2015). *Innovacion y competitividad empresarial*. Obtenido de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/399536/TESI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Siles Nates, M. M. (Junio de 2020). *Características Emprendedoras Personales (CEP)*. Lima. Recuperado el 05 de Noviembre de 2020, de https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/3255/Mario_Tesis_Maestro_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sunat. (2020). *Consulta exportaciones en valor FOB*. Recuperado el 07 de Junio de 2020, de http://www.aduanet.gob.pe/cl-ad-itconsultadwh/ieITS01Alias?accion=consultar&CG_consulta=1
- Uriarte La torre, M. I. (2018). Entrevista para tesis de emprendimiento femenino y competitividad de las empresas exportadoras de Lambayeque. (R. A. Cerdán Medina, & S. D. Sarmiento Chavez, Entrevistadores)

- Vara Horna, A. (2012). *Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales*. Lima: Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres. Obtenido de <https://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>
- Vasquez Leyva, K. F. (2020). Entrevista para tesis de emprendimiento femenino y competitividad de las empresas exportadoras de Lambayeque. (R. A. Cerdán Medina, & S. D. Sarmiento Chavez, Entrevistadores)
- Villa, M., Román, D., Román, A., Albarracín, L., Jalón, E., & Cedeño, D. (2017). *El emprendimiento en la formación del estudiante en los institutos tecnológicos superiores*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6595071.pdf>
- Vílchez Rumiche, C. (mayo de 2019). *Determinantes del éxito empresarial de las mujeres emprendedoras peruanas sin educación universitaria - Un estudio empírico en el periodo 2007 - 2017*. Obtenido de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4177/ECO_067.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- World Economic Forum. (2017). *The Global Competitiveness Report 2016–2017*. Geneva: World Economic Forum. Obtenido de http://www3.weforum.org/docs/GCR20162017/05_Full_Report/The_Global_Competitiveness_Report_2016-2017_FINAL.pdf.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Tabla 39

Matriz de consistencia

TÍTULO DE LA EMPRENDIMIENTO FEMENINO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS						
TESIS: AGROEXPORTADORAS DE LAMBAYEQUE EN EL PERIODO 2018 – 2019						
LÍNEA DE MYPES Y EMPRENDIMIENTO						
INVESTIGACIÓN						
AUTOR(ES): RUBÍ ABIGAIL CERDÁN MEDINA Y SUGGEY DEYANIRA SARMIENTO CHAVEZ						
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA	
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general				
¿Cómo incidido emprendimiento femenino en la competitividad de las empresas agroexportadora	ha Determinar el como emprendimiento femenino aporta a la competitividad de las empresas	El emprendimiento empresarial femenino ha permitido desarrollar certificaciones	VI: Emprendimiento femenino	Capacidad de logro Propensión a asumir riesgos Experiencia/Satisfacción del trabajo Padres empresarios Autoconfianza	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque: Exploratorio/ Descriptivo • Tipo: Entrevistas/ análisis documental 	

s de agroexportadora internacionales
 Lambayeque en s de que ha mejorado
 el periodo 2018 - Lambayeque su participación
 2019? durante el en el mercado
 periodo 2018 - optimizando la VD:
 2019 relación Competitividad
 costo/beneficio y de las empresas
 generando un exportadoras
 valor agregado
 que ha permitido
 mejorar
 considerablement
 e su
 competitividad
 empresarial y
 oportunidades de
 desarrollo laboral
 justas y
 equitativas.

Educación
 Planificación
 Tecnología
 Productividad
 Innovación
 Organización interna
 Calidad

- Alcance: empresarias y empresas del sector exportador de Lambayeque.
- Diseño: Mixto
- Unidad de investigación: Agroexportadoras de la región Lambayeque.

Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Indicadores	Fuente de Información
1. ¿Cómo se caracterizó el emprendimiento femenino en las empresas agroexportadoras de Lambayeque en los años 2018 - 2019?	1. Caracterizar el emprendimiento femenino en las empresas agroexportadoras de Lambayeque.	1. Se caracterizó con el incremento del número de empleos y número de empresas creadas por mujeres superando las limitaciones del entorno	Búsqueda de oportunidades Años emprendiendo/ Nivel de Endeudamiento Persistencia Ocupación de los padres/ Búsqueda de contactos Edad Grado de instrucción Nivel de planificación	Empresas agroexportadoras de Lambayeque/Entrevistas Data SUNAT de Exportaciones/Análisis documentario
2. ¿Cuál fue la competitividad en las empresas agroexportadoras de Lambayeque en	2. Analizar los niveles de competitividad de las empresas agroexportadoras de Lambayeque	2. La competitividad de las empresas agroexportadoras se caracterizó por el incremento del valor FOB en las	Tipos de maquinarias y equipos de apoyo a la exportación Volumen de exportación en el tiempo Segmento de mercado/	Gerentes Comerciales de las agroexportadoras/Entrevista

el periodo 2018 - durante el exportaciones
2019? periodo 2018 – mejorando el
2019. margen de utilidad
y usando como
valor agregado las
certificaciones
internacionales.

3. Comparar las 3. Las
3. ¿Cuál fue el exportaciones en exportaciones en
comportamiento valor FOB de las valor FOB de las
de las empresas empresas
exportaciones en lideradas por lideradas por
valor FOB de las mujeres en mujeres tuvo un
empresas relación a las comportamiento
lideradas por empresas equivalente al de
mujeres con lideradas por las empresas
respecto a las varones. lideradas por
empresas
lideradas por
varones?

Investigación y
desarrollo
Velocidad y capacidad
de respuesta
Certificaciones
Internacionales

Elaboración: Propia

Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables

Tabla 40

Operacionalización de la variable emprendimiento femenino

Variable: Emprendimiento femenino		
Definición conceptual: Capacidad que tiene una mujer para alcanzar una meta y enfrentarse a nuevos desafíos manteniendo una actitud positiva al enfrentar retos y dificultades para ella misma y su familia. (Álvarez & Cáceres, 2017)		
Instrumento: Guía de entrevista		Técnica: Descriptiva
Dimensiones	Indicadores	Ítems del instrumento
Capacidad de Logro	Búsqueda de oportunidades	- Desde su punto de vista, ¿Qué determina el emprendimiento de una mujer? - ¿Realiza algún sacrificio para alcanzar sus metas? ¿Qué tipo de sacrificios?
Propensión a asumir riesgos	Años emprendiendo Nivel de endeudamiento	- ¿Cree usted que se encuentra preparada para hacerle frente a los riesgos que existen en el negocio del comercio exterior? ¿Por qué? - Ud. ¿Ha incurrido en algún tipo de financiamiento para poder permanecer en el tiempo? ¿De qué manera?
Experiencia / satisfacción del trabajo	Persistencia	- ¿Qué tipo de experiencias (positivas o negativas) cree usted que ha tenido en el ámbito del comercio exterior que ha sido relevante en cuanto a su emprendimiento como mujer?
Padres empresarios	Ocupación de los padres	- ¿Qué tipo de trabajo tuvieron o tienen sus padres?

	Búsqueda de contactos	de	- ¿Considera usted que una herencia familiar es un pilar importante para emprender? ¿Por qué?
Autoconfianza	Edad		- ¿Considera usted que existe una edad determinada para que una mujer decida emprender? ¿Por qué? - ¿Cuántos años tiene dirigiendo esta empresa?
Educación	Grado de instrucción	de	- ¿Considera importante los grados académicos? ¿Por qué? - ¿Cuál es su grado de instrucción?
Planificación	Nivel de Planificación	de	- ¿Cuál es su meta personal y empresarial? - ¿Ud. se ha encontrado involucrada en la preparación de su plan estratégico empresarial? - ¿Su empresa cuenta con sistemas de inteligencia comercial? De ser un si ¿Ud. Considera que los sistemas de inteligencia comercial son un aporte y/o apoyo para su gestión? ¿Por qué? - ¿Ud. considera que sus resultados personales están relacionados con sus resultados empresariales? ¿Cómo mide sus resultados?

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 41

Operacionalización de la variable Competitividad

Variable: Competitividad de las empresas agroexportadoras		
Definición conceptual: Según Feijó Gonzales & Vintimilla Ochoa, (2016) la competitividad se desarrolla cuando una empresa tiene la capacidad para suministrar bienes y servicios igual o más eficientes que sus competidores.		
Instrumento: Guía de entrevista		Técnica: Descriptiva
Dimensiones	Indicadores	Ítems del instrumento
Tecnología	Tipos de maquinarias y equipos de apoyo a la exportación.	- ¿Cuenta con planta de proceso propia? ¿Qué tipo? - ¿Cuál es el valor agregado que usted opta para diferenciarse de su competencia? ¿Por qué?
Productividad	Volumen de exportación en el tiempo	- ¿Cuál es el volumen de exportación durante los 3 años? – Data SUNAT
Innovación	Segmento de mercado Investigación y desarrollo	- ¿Ud. tiene en claro el mercado al cual están enfocado sus productos? ¿Cuáles? - ¿Cuenta usted con un área de investigación y desarrollo? ¿Cómo lo hace? - ¿El precio está dentro de una de sus estrategias que usted considera frente a la competencia? ¿Por qué?
Organización interna	Velocidad y capacidad de respuesta	- ¿Cuál es el tiempo que usualmente su cliente espera al solicitar su producto?

		<ul style="list-style-type: none"> - ¿Ha tenido alguna mala experiencia respecto a la entrega de su producto en destino? ¿Cuál? - ¿Con cuántos clientes cuenta usted?
		<hr/> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuenta con certificaciones internacionales? ¿Cuáles? - ¿Cree usted que la calidad de su producto le ayuda a ser competitiva en el mercado internacional? ¿Por qué?
Calidad	Certificaciones Internacionales	

Fuente: Elaboración Propia

Apellidos y Nombres

Firma

Chiclayo, 04 de noviembre del 2020

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
1. SUFICIENCIA: 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.
2. CLARIDAD: 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.

<p>3. COHERENCIA: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.</p>	<p>El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.</p>	<p>El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.</p>	<p>El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo</p>	<p>El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.</p>
<p>4. RELEVANCIA: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.</p>	<p>El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.</p>	<p>El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.</p>	<p>El ítem es esencial importante, decir debe ser incluido.</p>	<p>El ítem es muy relevante y debe ser incluido.</p>

INFORMACIÓN DEL ESPECIALISTA:

Nombres y Apellidos:

Sexo: Hombre () Mujer () **Edad** ____ (años)

Profesión:

Especialidad:

Años de experiencia:

Cargo que desempeña actualmente:

Institución donde labora:

Firma:

FORMATO DE VALIDACIÓN

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.

Tabla 42

Variable Independiente - Emprendimiento Femenino

Nombre del Instrumento	Guía de entrevista					
motivo de evaluación:						
Autor del Instrumento	Rubí Abigail Cerdán Medina y Suggey Deyanira Sarmiento Chavez					
Variable 1	Emprendimiento femenino					
Definición Conceptual:	Capacidad que tiene una mujer para alcanzar una meta y enfrentarse a nuevos desafíos manteniendo una actitud positiva al enfrentar retos y dificultades para ella misma y su familia. (Álvarez & Cáceres, 2017)					
Población:	En la presente investigación se utilizará como población a las cuatro empresas seleccionadas que están vinculadas al comercio exterior y las cuales están lideradas por mujeres emprendedoras.					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 CAPACIDAD DE LOGRO	- ¿Cuál es su meta personal y empresarial? - Desde su punto de vista ¿Qué determina el emprendimiento de una mujer?					

	- ¿Realiza algún sacrificio para alcanzar sus metas? ¿Qué tipo de sacrificios?
D2 PROPENSIÓN A ASUMIR RIESGOS	- ¿Ud. ha incurrido en algún tipo de financiamiento para poder permanecer en el tiempo?¿De qué manera? - ¿Cree usted que se encuentra preparada para hacerle frente a los riesgos que existen en el negocio del comercio exterior? ¿Por qué?
D3 EXPERIENCIA / SATISFACCIO N DEL TRABAJO	- ¿Qué tipo de experiencias (positivas o negativas) cree usted que ha tenido en el ámbito del comercio exterior que ha sido relevante en cuanto a su emprendimiento como mujer?
D4 PADRES EMPRESARIO S	- ¿Qué tipo de trabajo tuvieron o tienen tus padres? - ¿Considera usted que una herencia familiar es un pilar importante para emprender?¿Por qué?
D5 AUTOCONFIA NZA	- ¿Considera usted que existe una edad determinada para que una mujer decida emprender? ¿Por qué?

	- ¿Cuántos años tiene dirigiendo esta empresa?
D6 EDUCACIÓN	- ¿Considera importante los grados académicos? ¿Por qué? - ¿Cuál es su grado de instrucción?
D7 PLANIFICACIÓN	- ¿Ud. se ha encontrado involucrada en la preparación de su plan estratégico?¿De qué manera? - ¿Su empresa cuenta con sistemas de inteligencia comercial? De ser un si ¿Ud. Considera que los sistemas de inteligencia comercial son un aporte y/o apoyo para su gestión?¿Por qué? - ¿Ud. Considera que sus resultados personales están relacionados con sus resultados empresariales? ¿Cómo mide sus resultados?

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 43

Variable Dependiente - Competitividad de Empresas Exportadoras

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Guía de Entrevista					
Autor del Instrumento Variable 2	Rubí Abigail Cerdán Medina y Suggey Deyanira Sarmiento Chavez					
Definición Conceptual:	Según Feijó Gonzales & Vintimilla Ochoa, (2016) la competitividad se desarrolla cuando una empresa tiene la capacidad para suministrar bienes y servicios igual o más eficientes que sus competidores.					
Población:	En la presente investigación se utilizará como población a las cuatro empresas seleccionadas que están vinculadas al comercio exterior y las cuales están lideradas por mujeres emprendedoras.					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 TECNOLOGÍA	- ¿Cuenta con planta de proceso propia? ¿Qué tipo? - ¿Cuál es el valor agregado que usted opta para diferenciarse de su competencia? ¿Por qué?					
D2 PRODUCTIVIDAD AD	- ¿Cuál es el volumen de exportación durante los 3 años? – Data SUNAT					

**D3
INNOVACIÓN**

- ¿Ud. tiene en claro el mercado al cual están enfocado sus productos? ¿Cuáles?
- ¿Cuenta usted con un área de investigación y desarrollo? ¿Cómo lo hace?
- ¿El precio está dentro de una de sus estrategias que usted considera frente a la competencia? ¿Por qué?

**D4
ORGANIZACIÓN INTERNA**

- ¿Cuál es el tiempo que usualmente su cliente espera al solicitar su producto?
- ¿Ha tenido alguna mala experiencia respecto a la entrega de su producto en destino? ¿Cuál?
- ¿Con cuántos clientes cuenta usted?

D5 CALIDAD

- ¿Cuenta con certificaciones internacionales? ¿Cuáles?
 - ¿Cree usted que la calidad de su producto le ayuda a ser competitiva en el mercado internacional? ¿Por qué?
-

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 4: Validación de los expertos

1



FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y RECURSOS HUMANOS

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS JUICIO DE EXPERTO

Estimado Docente:

Siendo conocedores de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de nombrarlo como JUEZ EXPERTO para revisar a detalle el contenido del instrumento de recolección de datos:

1. Cuestionario () 2. Guía de entrevista (X) 3. Guía de focus group ()
4. Guía de observación () 5. Otro _____ ()

Presento la matriz de consistencia y el instrumento, la cual solicito revisar cuidadosamente, además le informo que mi proyecto de tesis tiene un enfoque:

1. Cualitativo (X) 2. Cuantitativo () 3. Mixto ()

Los resultados de esta evaluación servirán para determinar la validez de contenido del instrumento para mi proyecto de tesis de pregrado.

Título del proyecto de tesis:	EMPENDIMIENTO FEMENINO EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE LAMBAYEQUE EN EL PERIODO 2016-2017
Línea de investigación:	MYPES Y EMPENDIMIENTO

De antemano le agradezco sus aportes.

Estudiantes autores del proyecto:

Apellidos y Nombres	Firma
RUBÍ ABIGAIL CERDÁN MEDINA	
SUGGEY DEYANIRA SARMIENTO CHAVEZ	

Asesor(a) del proyecto de tesis:

Apellidos y Nombres	Firma
CARLOS ALBERTO QUEREVALÚ MORANTE	

Chiclayo, 05 de marzo del 2018

Figura 9. Validación de instrumentos juicio experto – Docente: Danna Johana Jiménez Boggio

- 1/4

Elaboración: Propia

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
1. SUFICIENCIA: 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.
2. CLARIDAD: 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.
3. COHERENCIA: 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.
4. RELEVANCIA: 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

INFORMACIÓN DEL ESPECIALISTA:

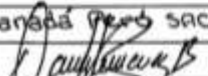
Nombres y Apellidos:	Danna Johana Jiménez Boggio
Sexo:	Hombre () Mujer (X) Edad 32 (años)
Profesión:	Lic. comercio y negocios internacionales
Especialidad:	Magister Business Administration
Años de experiencia:	10
Cargo que desempeña actualmente:	Asesora de comercio exterior
Institución donde labora:	Vita Canada Perú SAC
Firma:	

Figura 10. Validación de instrumentos juicio experto – Docente: Danna Johana Jiménez

Boggio - 2/4

Elaboración: Propia

FORMATO DE VALIDACIÓN

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.

TABLA N° 1
VARIABLE 1 (Emprendimiento femenino)

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Guía de entrevista					
Autor del Instrumento	RUBÍ ABIGAIL CERDÁN MEDINA Y SUGGEY DEYANIRA SARMIENTO CHAVEZ					
Variable 1: (Variable Independiente)	EMPREDIMIENTO FEMENINO					
Definición Conceptual:	"Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad" (Stevenson 1990)					
Población:	En la presente investigación se utilizara como población a las empresas vinculadas al comercio exterior las cuales están lideradas por mujeres emprendedoras.					
Dimensión / Indicador	Ítem	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 CAPACIDAD DE LOGRO	- ¿Cuál es su meta empresarial? - ¿Qué determina el emprendimiento de una mujer?	4	4	4	4	
D2 PROPENSIÓN A ASUMIR RIESGOS	- ¿Actualmente cuál es su nivel de endeudamiento respecto a sus activos? - ¿Cree usted que se encuentra preparada para hacerle frente a los riesgos que existen en el negocio del comercio exterior?	4	4	4	4	
D3 EXPERIENCIA/ SATISFACCIÓN DEL TRABAJO	- ¿Qué tipo de experiencias (positivas o negativas) cree usted que ha tenido en el ámbito del comercio exterior que ha sido relevante en cuanto a su emprendimiento como mujer?	4	4	4	4	
D4 PADRES EMPRESARIOS	- ¿Qué tipo de trabajo tuvieron o tienen tus padres? - ¿Considera usted que una herencia familiar es un pilar importante para emprender?	4	4	4	4	
D5 EDAD	- ¿Considera usted que existe una edad determinada para que una mujer decida emprender? ¿Por qué? - ¿Cuántos años tiene dirigiendo esta empresa?	4	4	4	4	
D6 EDUCACIÓN	- ¿Considera importante los grados académicos? - ¿Cuál es su grado de instrucción?	4	4	4	4	

Figura 11. Validación de instrumentos juicio experto – Docente: Danna Johana Jiménez Boggio - 3/4

Elaboración: Propia

TABLA Nº 2
VARIABLE 2 (Competitividad de Empresas Exportadoras)

Nombre del instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario					
Autor del instrumento	RUBI ABIGAIL CERDÁN MEDINA Y SUGGEY DEYANIRA SARMIENTO CHAVEZ					
Variable 2: (Variable Dependiente)	COMPETITIVIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS					
Definición Conceptual:	Según Alic (1997) "La competitividad significa la capacidad de las empresas de un país para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado internacional en medio de la competencia con empresas de otros países".					
Población:	En la presente investigación se utilizara como población a las empresas vinculadas al comercio exterior las cuales están lideradas por mujeres emprendedoras					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 TECNOLOGÍA	-¿Cuenta con planta de proceso propia? ¿Qué tipo? -¿Cuál es el valor agregado que usted opta para diferenciarse de su competencia? ¿Por qué?	4	4	4	4	
D2 FLEXIBILIDAD	-¿Cuál es el volumen de exportación durante los 5 años? – Data SUNAT -¿Con cuántos clientes cuenta usted?	4	4	4	4	
D3 INNOVACIÓN	- ¿Usted tiene en claro el mercado al cual están enfocado sus productos? -¿Cuenta usted con un área de investigación y desarrollo? - ¿El precio está dentro de una de sus estrategias que usted considera frente a la competencia?	4	4	4	4	
D4 AGILIDAD COMERCIAL	- ¿Cuál es el tiempo que usualmente su cliente espera al solicitar su producto? - ¿Ha tenido alguna mala experiencia respecto a la entrega de su producto en destino?	4	4	4	4	
D5 CALIDAD	-¿Cuenta con certificaciones internacionales? ¿Cuáles? - ¿Cree usted que la calidad de su producto le ayuda a ser competitiva en el mercado internacional?	4	4	4	4	

Figura 12. Validación de instrumentos juicio experto – Docente: Danna Johana Jiménez

Boggio - 4/4

Elaboración: Propia



FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y RECURSOS HUMANOS

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS
JUICIO DE EXPERTO**

Estimado Docente:

Siendo conocedores de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de nombrarlo como JUEZ EXPERTO para revisar a detalle el contenido del instrumento de recolección de datos:

1. Cuestionario () 2. Guía de entrevista (X) 3. Guía de focus group ()
4. Guía de observación () 5. Otro _____ ()

Presento la matriz de consistencia y el instrumento, la cual solicito revisar cuidadosamente, además le informo que mi proyecto de tesis tiene un enfoque:

1. Cualitativo (X) 2. Cuantitativo () 3. Mixto ()

Los resultados de esta evaluación servirán para determinar la validez de contenido del instrumento para mi proyecto de tesis de pregrado.

Título del proyecto de tesis:	EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE LAMBAYEQUE EN EL PERIODO 2016-2017
Líneas de investigación:	MYPES Y EMPRENDIMIENTO

De antemano le agradezco sus aportes.

Estudiantes autores del proyecto:

Apellidos y Nombres	Firma
RUBI ABIGAIL CERDÁN MEDINA	
SUGGEY DEYANIRA SARMIENTO CHAVEZ	

Asesor(a) del proyecto de tesis:

Apellidos y Nombres	Firma
CARLOS ALBERTO QUEREVALÚ MORANTE	

Chiclayo, 05 de marzo del 2018

Figura 13. *Validación de instrumentos juicio experto – Docente Jeanne Marie Robles Rodríguez - 1/4*

Elaboración: Propia

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
1. SUFICIENCIA: 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.
2. CLARIDAD: 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.
3. COHERENCIA: 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.
4. RELEVANCIA: 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/7113/6574/5708/articulo3_juicio_de_experto_27-36.pdf

INFORMACIÓN DEL ESPECIALISTA:


Nombres y Apellidos:	Jeanne Marie Robles Rodríguez
Sexo:	Hombre () Mujer (X) Edad 47 (años)
Profesión:	Economista
Especialidad:	MYPES y Emprendimiento.
Años de experiencia:	18
Cargo que desempeña actualmente:	Docente - Asesor
Institución donde labora:	Universidad de San Martín de Porres.
Firma:	

Figura 14. Validación de instrumentos juicio experto – Docente Jeanne Marie Robles Rodríguez - 2/4

Elaboración: Propia

FORMATO DE VALIDACIÓN

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.

TABLA N° 1
VARIABLE 1 (Emprendimiento femenino)

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Guía de entrevista					
Autor del Instrumento	RUBÍ ABIGAIL CERDÁN MEDINA Y SUGGEY DEYANIRA SARMIENTO CHAVEZ					
Variable 1: (Variable Independiente)	EMPREDIMIENTO FEMENINO					
Definición Conceptual:	"Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad" (Stevenson 1990)					
Población:	En la presente investigación se utilizara como población a las Empresas vinculadas al comercio exterior las cuales están lideradas por mujeres emprendedoras.					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 CAPACIDAD DE LOGRO	- ¿Cuál es su meta empresarial? - ¿Qué determina el emprendimiento de una mujer?	4	4	4	4	
D2 PROPENSIÓN A ASUMIR RIESGOS	- ¿Actualmente cuál es su nivel de endeudamiento respecto a sus activos? - ¿Cree usted que se encuentra preparada para hacerle frente a los riesgos que existen en el negocio del comercio exterior?	4	4	4	4	
D3 EXPERIENCIA/ SATISFACCION DEL TRABAJO	- ¿Qué tipo de experiencias (positivas o negativas) cree usted que ha tenido en el ámbito del comercio exterior que ha sido relevante en cuanto a su emprendimiento como mujer?	4	4	4	4	
D4 PADRES EMPRESARIOS	- ¿Qué tipo de trabajo tuvieron o tienen tus padres? - ¿Considera usted que una herencia familiar es un pilar importante para emprender?	4	4	4	4	
D5 EDAD	- ¿Considera usted que existe una edad determinada para que una mujer decida emprender? ¿Por qué? - ¿Cuántos años tiene dirigiendo esta empresa?	4	4	4	4	
D6 EDUCACIÓN	- ¿Considera importante los grados académicos? - ¿Cuál es su grado de instrucción?	4	4	4	4	

Figura 15. Validación de instrumentos juicio experto – Docente: Jeanne Marie Robles Rodríguez - 3/4

Elaboración: Propia

TABLA N° 2
VARIABLE 2 (Competitividad de Empresas Exportadoras)

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario					
Autor del Instrumento	RUBÍ ABIGAIL CERDÁN MEDINA Y SUGGEY DEYANIRA SARMIENTO CHAVEZ					
Variable 2: (Variable Dependiente)	COMPETITIVIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS					
Definición Conceptual:	Según Alic (1997) "La competitividad significa la capacidad de las empresas de un país para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado internacional en medio de la competencia con empresas de otros países".					
Población:	En la presente investigación se utilizara como población a las 3 empresas vinculadas al comercio exterior las cuales están lideradas por mujeres emprendedoras					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 TECNOLOGÍA	-¿Cuenta con planta de proceso propia? ¿Qué tipo? -¿Cuál es el valor agregado que usted opta para diferenciarse de su competencia? ¿Por qué?	4	4	4	4	
D2 FLEXIBILIDAD	-¿Cuál es el volumen de exportación durante los 5 años? – Data SUNAT -¿Con cuántos clientes cuenta usted?	4	4	4	4	
D3 INNOVACIÓN	- ¿Usted tiene en claro el mercado al cual están enfocado sus productos? -¿Cuenta usted con un área de investigación y desarrollo? - ¿El precio está dentro de una de sus estrategias que usted considera frente a la competencia?	4	4	4	4	
D4 AGILIDAD COMERCIAL	- ¿Cuál es el tiempo que usualmente su cliente espera al solicitar su producto? - ¿Ha tenido alguna mala experiencia respecto a la entrega de su producto en destino?	4	4	4	4	
D5 CALIDAD	-¿Cuenta con certificaciones internacionales? ¿Cuáles? - ¿Cree usted que la calidad de su producto le ayuda a ser competitiva en el mercado internacional?	4	4	4	4	

Figura 16. Validación de instrumentos juicio experto – Docente: Jeanne Marie Robles

Rodríguez - 4/4

Elaboración: Propia



**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS
JUICIO DE EXPERTO**

Estimado Docente:

Siendo conocedores de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de nombrarlo como JUEZ EXPERTO para revisar a detalle el contenido del instrumento de recolección de datos:

1. Cuestionario () 2. Guía de entrevista (X) 3. Guía de focus group ()
4. Guía de observación () 5. Otro _____ ()

Presento la matriz de consistencia y el instrumento, la cual solicito revisar cuidadosamente, además le informo que mi proyecto de tesis tiene un enfoque:

1. Cualitativo (X) 2. Cuantitativo () 3. Mixto ()

Los resultados de esta evaluación servirán para determinar la validez de contenido del instrumento para mi proyecto de tesis de pregrado.

Título del proyecto de tesis:	EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE LAMBAYEQUE EN EL PERIODO 2016-2017
Línea de investigación:	MYPES Y EMPRENDIMIENTO

De antemano le agradezco sus aportes.

Estudiantes autores del proyecto:

Apellidos y Nombres	Firma
RUBI ABIGAIL CERDÁN MEDINA	
SUGGEY DEYANIRA SARMIENTO CHAVEZ	

Asesor(a) del proyecto de tesis:

Apellidos y Nombres	Firma
CARLOS ALBERTO QUEREVALÚ MORANTE	

Chiclayo, 05 de marzo del 2018

Figura 17. Validación de instrumentos juicio experto – Docente: Dante Godofredo Supo Rojas

- 1/5

Elaboración: Propia

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
1. SUFICIENCIA: 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.
2. CLARIDAD: 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.
3. COHERENCIA: 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.
4. RELEVANCIA: 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

INFORMACIÓN DEL ESPECIALISTA:


Nombres y Apellidos:	Dante Godofredo Supo Rojas
Sexo:	Hombre <input checked="" type="checkbox"/> Mujer () Edad _____ (años)
Profesión:	Ingeniero Industrial
Especialidad:	
Años de experiencia:	27
Cargo que desempeña actualmente:	Docente
Institución donde labora:	USMP
Firma:	

Figura 18. Validación de instrumentos juicio experto – Docente: Dante Godofredo Supo Rojas

- 2/5

Elaboración: Propia

FORMATO DE VALIDACIÓN

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.

TABLA N° 1
VARIABLE 1 (Emprendimiento femenino)

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Guía de entrevista					
Autor del Instrumento	RUBÍ ABIGAIL CERDÁN MEDINA Y SUGGEY DEYANIRA SARMIENTO CHAVEZ					
Variable 1: (Variable Independiente)	EMPREDIMIENTO FEMENINO					
Definición Conceptual:	"Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad" (Stevenson 1990)					
Población:	En la presente investigación se utilizará como población a las 6 empresas vinculadas al comercio exterior las cuales están lideradas por mujeres emprendedoras					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 NECESIDAD DE LOGRO	- ¿Cuál es su meta empresarial? - ¿Qué determina el emprendimiento de una mujer?	3	4	3	4	
D2 PROPENSIÓN A TOMA DE RIESGO	- ¿Actualmente cuál es su nivel de endeudamiento respecto a sus activos? - ¿Cree usted que se encuentra preparada para hacerle frente a los riesgos que existen en el negocio del comercio exterior?	3	4	3	4	
D3 EXPERIENCIA/ SATISFACCION DEL TRABAJO	- ¿Qué tipo de experiencias (positivas o negativas) cree usted que ha tenido en el ámbito del comercio exterior que ha sido relevante en cuanto a su emprendimiento como mujer?	3	4	3	4	
D4 PADRES EMPRESARIOS	- ¿Qué tipo de trabajo tuvieron o tienen tus padres? - ¿Considera usted que una herencia familiar es un pilar importante para emprender?	3	4	3	4	
D5 EDAD	- ¿Considera usted que existe una edad determinada para que una mujer decida emprender? ¿Por qué?	3	4	3	4	

Figura 19. Validación de instrumentos juicio experto – Docente: Dante Godofredo Supo Rojas

- 3/5

Elaboración: Propia

D6 EDUCACIÓN	-¿Considera importante los grados académicos? -¿Cuál es su grado de instrucción?	3	4	3	4	
---------------------	---	---	---	---	---	--

TABLA N° 2
VARIABLE 2 (Competitividad de empresas exportadoras)

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Guía de entrevista					
Autor del Instrumento	RUBÍ ABIGAIL CERDÁN MEDINA Y SUGGEY DEYANIRA SARMIENTO CHAVEZ					
Variable 2: (Variable Dependiente)	COMPETITIVIDAD DE EMPRESAS EXPORTADORAS.					
Definición Conceptual:	Según Alic (1997) "La competitividad significa la capacidad de las empresas de un país para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado internacional en medio de la competencia con empresas de otros países".					
Población:	En la presente investigación se utilizará como población a las 6 empresas vinculadas al comercio exterior las cuales están lideradas por mujeres emprendedoras					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 TECNOLOGÍA	- ¿Cuenta con planta de proceso propia? ¿Qué tipo? - ¿Cuál es el valor agregado que usted opta para diferenciarse de su competencia? ¿Por qué?	3	4	3	4	
D2 FLEXIBILIDAD	- ¿Cuál es el volumen de exportación durante los 5 años? – Data SUNAT -¿Con cuántos clientes cuenta usted?	4	4	4	4	
D3 INNOVACIÓN	- ¿Usted tiene en claro el mercado al cual están enfocado sus productos? - ¿Cuenta usted con un área de investigación y desarrollo? - ¿El precio está dentro de una de sus estrategias que usted considera frente a la competencia?	4	4	4	4	

Figura 20. Validación de instrumentos juicio experto – Docente: Dante Godofredo Supo Rojas

- 4/5

Elaboración: Propia

D4 AGILIDAD COMERCIAL	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuál es el tiempo que usualmente su cliente espera al solicitar su producto? - ¿Ha tenido alguna mala experiencia respecto a la entrega de su producto en destino? 	4	3	4	4	
D5 CALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuenta con certificaciones internacionales? ¿Cuáles? - ¿Cree usted que la calidad de su producto le ayuda a ser competitiva en el mercado internacional? 	4	4	3	4	

Figura 21. Validación de instrumentos juicio experto – Docente: Dante Godofredo Supo Rojas

- 5/5

Elaboración: Propia

Anexo 5: Entrevistas realizadas a las mujeres representantes de las empresas

Objetivo N°1: Caracterizar el emprendimiento femenino en las empresas agroexportadoras de Lambayeque.

Tabla 44

Entrevista a Karen Fiorela Vásquez Leyva 1/2

<i>Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.</i>	
Pregunta	<i>Karen Fiorela Vásquez Leyva</i>
1. Desde su punto de vista, ¿Qué determina el emprendimiento de una mujer?	Yo creo que la independización es clave.
2. ¿Realiza algún sacrificio para alcanzar sus metas? ¿Qué tipos de sacrificios?	Siempre, yo soy quien hace casi todo el trabajo, viajo a comprar todo personalmente, estoy pendiente de la empresa que me hace el servicio de limpieza y soy quien viajo a frontera a ver que la mercadería se embarque en óptimas condiciones, además de regularizar documentos con mi agente de aduanas.
3. ¿Cuál es su meta personal y empresarial?	Incursionar a nuevos mercados, cumpliendo siempre con altos estándares de calidad, de acuerdo a las exigencias de los mercados y en cuanto a lo personal, seguir creciendo profesionalmente.
4. ¿Ud. ha incurrido en algún tipo de financiamiento para poder permanecer en el tiempo? ¿De qué manera?	Si, tenemos prestamos con algunos bancos.

5. **¿Cree usted que se encuentra preparada para hacerle frente a los riesgos que existen en el negocio del comercio exterior? ¿Por qué?** Con 13 años en el mercado, creo que tengo la experiencia necesaria para afrontar cualquier situación.
6. **¿Qué tipo de experiencias (positivas o negativas) cree usted que ha tenido en el ámbito del comercio exterior que ha sido relevante en cuanto a su emprendimiento como mujer?** Hubo un caso donde tuvimos un retraso en la entrega de nuestros productos ya que se presentaron problemas durante el tránsito a destino, pero se solucionó y todo ok.
7. **¿Qué tipo de trabajo tuvieron o tienen tus padres?** Mi padre fue transportista.
8. **¿Considera usted que una herencia familiar es un pilar importante para emprender? ¿Por qué?** Creo que uno no debe esperar una herencia cuando se quiere emprender, aunque es de mucha ayuda tener con que empezar.
9. **¿Considera usted que existe una edad determinada para que una mujer decida emprender? ¿Por qué?** No, desde muy joven me gusto siempre trabajar, aprovechaba siempre las vacaciones del colegio para hacerlo, aprendí de mis tíos, y de mi abuela sobre los negocios en granos, tuve un gran gusto sobre este rubro y es por eso por lo que decidí emprender este negocio
10. **¿Cuántos años tiene dirigiendo esta empresa?** 13 años

- 11. ¿Considera importante los grados académicos? ¿Por qué?** Considero que el conocimiento es importante siempre, pero también la habilidad, yo dejé los estudios por trabajar, y luego por el mismo trabajo necesitaba aprender y decidí retomar mis estudios para culminar mi carrera.
- 12. ¿Cuál es su grado de instrucción?** Soy licenciada en Administración.
- 13. ¿Ud. se ha encontrado involucrada en la preparación de su plan estratégico? ¿De qué manera?** No tenemos un plan estratégico en sí, pero si nos preocupamos por autoevaluarnos para de una u otra manera saber que queremos lograr y pues poder desarrollar algún plan a futuro.
- 14. ¿Su empresa cuenta con sistemas de inteligencia comercial? De ser un si ¿Ud. Considera que los sistemas de inteligencia comercial son un aporte y/o apoyo para su gestión? ¿Por qué?** No, no contamos con sistemas de inteligencia comercial actualmente.
- 15. ¿Ud. Considera que sus resultados personales están relacionados con sus resultados empresariales? ¿Cómo mide sus resultados?** Si, ya que a mi parecer todo va de la mano, si a mi empresa le va bien, yo crezco en todos los aspectos. Medimos nuestros resultados con la satisfacción del cliente y obviamente con el valor monetario.

Fuente: (Vasquez Leyva, 2020)

Elaboración: propia

Tabla 45

Entrevista a Rosa Beatriz Quiroz Gómez – 1/2

Food Export Norte S.A.C	
Pregunta	Rosa Beatriz Quiroz Gómez
1. Desde su punto de vista, ¿Qué determina el emprendimiento de una mujer?	La satisfacción en toda la empresa, que los objetivos se vean en los resultados.
2. ¿Realiza algún sacrificio para alcanzar sus metas? ¿Qué tipos de sacrificios?	Sí, mi sacrificio personal es el ahorro, saber administrar los recursos y conseguir tener todo lo que la empresa ha logrado hasta ahora. Cuando hubo el fenómeno del niño nos afectó mucho, se inundó todo, con el ahorro tuvimos que levantar todo y seguir.
3. ¿Cuál es su meta personal y empresarial?	Crece en mercado y desarrollar otros productos (cebolla y banano), en mi meta personal es seguir capacitándome.
4. ¿Ud. ha incurrido en algún tipo de financiamiento para poder permanecer en el tiempo? ¿De qué manera?	Aun pagamos el local y tenemos algunos préstamos con los bancos para el pre y la post exportación.
5. ¿Cree usted que se encuentra preparada para hacerle frente a los riesgos que existen en el negocio del comercio exterior? ¿Por qué?	Si, ya que los años de experiencia me respaldan. Siempre es bueno capacitarse y actualizarse.

6. **¿Qué tipo de experiencias (positivas o negativas) cree usted que ha tenido en el ámbito del comercio exterior que ha sido relevante en cuanto a su emprendimiento como mujer?** Cuando nos dijeron que nuestro producto estaba en mal estado, y en realidad ellos se equivocaron (queremos creer eso) con la fecha de los lotes. Para nosotros fue un golpe duro porque era un cliente de muchos años y creímos que había una confianza.
7. **¿Qué tipo de trabajo tuvieron o tienen tus padres?** Mi padre fue comerciante, empezó con una tienda de abarrotes
8. **¿Considera usted que una herencia familiar es un pilar importante para emprender? ¿Por qué?** Si, ya que mi padre me enseñó todo lo que he aprendido hasta ahora.
9. **¿Considera usted que existe una edad determinada para que una mujer decida emprender? ¿Por qué?** No, la meta te la pones tú!, tú decides cuando emprender.
10. **¿Cuántos años tiene dirigiendo esta empresa?** Dirijo la empresa de la mano de mi padre desde los 23 años, actualmente tengo 36 (13 años).
11. **¿Considera importante los grados académicos? ¿Por qué?** Sí, es importante capacitarse en todo momento. Nunca dejar de aprender, pero también el tener la habilidad en un emprendimiento es clave, porque hay muchos casos en los que tienes el conocimiento, pero no la habilidad y es ahí el problema, que por más conocimientos que tengas no emprendes.
12. **¿Cuál es su grado de instrucción?** Soy técnica en administración.

- 13. ¿Ud. se ha encontrado involucrada en la preparación de su plan estratégico? ¿De qué manera?** Si, cada cierto tiempo hacemos reuniones para ver cada detalle a mejorar.
- 14. ¿Su empresa cuenta con sistemas de inteligencia comercial? De ser un si ¿Ud. Considera que los sistemas de inteligencia comercial son un aporte y/o apoyo para su gestión? ¿Por qué?** Actualmente no.
- 15. ¿Ud. Considera que sus resultados personales están relacionados con sus resultados empresariales? ¿Cómo mide sus resultados?** Si, ya que mi crecimiento personal va de la mano con cada logro de la empresa. A partir de los balances generales, estados de resultados, ventas, costos, utilidad

Fuente: (Quiroz Gómez, 2018)

Elaboración: propia

Tabla 46

Entrevista a Aura María Muñoz Fernández – 1/2

Frutas y Vegetales Aura EIRL	
Pregunta	Aura María Muñoz Fernández
1. Desde su punto de vista, ¿Qué determina el emprendimiento de una mujer?	Yo creo que todas las mujeres tienen que salir adelante igual que los hombres, en este negocio no hay diferencias, lo que se venden son frutas y no personas y hay que tener mucha habilidad para poder vender y vender bien, sobre todo ser constante, tener clientes que te compren siempre, eso es habilidad más que otra cosa.
2. ¿Realiza algún sacrificio para alcanzar sus metas? ¿Qué tipos de sacrificios?	Si, viajar mucho. Hay veces que no se puede estar presente en algunas cosas que se quiere.
3. ¿Cuál es su meta personal y empresarial?	Tener una planta propia y seguir ganando experiencia.
4. ¿Ud. ha incurrido en algún tipo de financiamiento para poder permanecer en el tiempo? ¿De qué manera?	No, todo es capital propio.
5. ¿Cree usted que se encuentra preparada para hacerle frente a los riesgos que existen en el negocio del comercio exterior? ¿Por qué?	Si, en este rubro llevo aprendiendo 8 años aproximadamente, de igual manera pienso que por más conocimientos que creas tener todos los días se aprende algo distinto

6. **¿Qué tipo de experiencias (positivas o negativas) cree usted que ha tenido en el ámbito del comercio exterior que ha sido relevante en cuanto a su emprendimiento como mujer?** Yo creo que básicamente el reconocimiento que tienen los clientes a la calidad de la fruta que ofrecemos, ya que me ha motivado a seguir siendo competitiva y lograr todo lo que me propongo.
7. **¿Qué tipo de trabajo tuvieron o tienen tus padres?** Mi madre fue ama de casa y mi padre trabajo un tiempo con café
Considero que si te dejan algo hecho ya no sería emprender. ¡Solo continuas! En el caso que te dejan tierras, dinero, etc. Todo depende de las ganas de prosperar de la persona.
8. **¿Considera usted que una herencia familiar es un pilar importante para emprender? ¿Por que?** No, no hay edad, cualquiera puede emprender, hay gente mucho mayor que tiene emprendimientos y les va bien, la edad no es un factor, creo que el factor va más por el lado de que es lo que quieres desarrollar como emprendimiento.
9. **¿Considera usted que existe una edad determinada para que una mujer decida emprender? ¿Por qué?**
10. **¿Cuántos años tiene dirigiendo esta empresa?** 8 años
Para mí no, la experiencia y la habilidad que tengamos es más importante y si no la tienes, entonces deberías tener las ganas de aprender para tener la experiencia. Hoy es muy fácil tener grados, pero los grados no te dan experiencia.
11. **¿Considera importante los grados académicos? ¿Por qué?**
12. **¿Cuál es su grado de instrucción?** Técnico contable

- 13. ¿Ud. se ha encontrado involucrada en la preparación de su plan estratégico? ¿De qué manera?** Si, en equipo realizamos un plan estratégico.
- 14. ¿Su empresa cuenta con sistemas de inteligencia comercial? De ser un si ¿Ud. Considera que los sistemas de inteligencia comercial son un aporte y/o apoyo para su gestión? ¿Por qué?** Si, son un gran apoyo comercial, reducimos tiempo con ello.
- 15. ¿Ud. Considera que sus resultados personales están relacionados con sus resultados empresariales? ¿Cómo mide sus resultados?** Hay varias formas de medirlos, pero la que más satisfacción te da es la que todos estén contentos, lo que siempre hay que mirar son los números. Tenemos clientes que son fieles a nosotros desde hace años, si te das cuenta tus resultados son cuando el cliente que te compro ese año te vuelve a comprar el que viene y el siguiente, y así, cuando te busca y esta fidelizado contigo.

Fuente: (Muñoz Fernández, 2020)

Elaboración: Propia

Tabla 47

Entrevista a María Isabel Uriarte La torre – 1/2

Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.	
Pregunta	María Isabel Uriarte La Torre
<p>1. Desde su punto de vista, ¿Qué determina el emprendimiento de una mujer?</p>	<p>Bueno desde la escuela secundaria, yo estudiaba en un colegio religioso “Rosario”, ahí siempre hay una motivación de servir a los demás, y siempre hemos tenido los sábados que nos llevaban a pueblos jóvenes a hacer labor social y luego el optar por la carrera de sociología un poco consolido esa motivación y bueno yo vengo de una familia campesina entonces un poco como que tire para el campo no ósea las actividades que hacíamos en la universidad y nuestra labor social era en las comunidades, eso ayudo formando todo en el tiempo el interés por ver como aportamos al desarrollo de espacios que no son atendidos por el gobierno. Que se cree que no es necesario hacer inversiones ahí y también pues el hecho de que nosotros constituimos quizá el 20 % de jóvenes privilegiados que pudimos llegar a la universidad por sacrificio de nuestros padrea y quizá de cada uno de nosotros también, pero hay el 80% de los jóvenes que no tienen esa oportunidad entonces hasta cierto punto nosotros somos privilegiados y si algo tenemos que hacer es aportar al desarrollo a las oportunidades de esa gente que no las tiene.</p>
<p>2. ¿Realiza algún sacrificio para alcanzar sus metas? ¿Qué tipos de sacrificios?</p>	<p>Seguramente hay mucho sacrificio personal y familiar, por lo general yo paso el 50% de mi tiempo en el campo porque la organización de los</p>

productores es básica para que funcione el sistema, si no tenemos la organización de los productores no funciona la asistencia técnica, la certificación, no hay café no hay mercado, entonces un aspecto central es la organización de productores.

Bueno mi meta personal es seguir creciendo profesionalmente y a la vez ayudar a mi crecimiento empresarial, pues también nosotros quisiéramos crecer en volumen, uno de nuestros problemas es que el volumen que nosotros exportamos es muy pequeño para la cantidad de socios que nosotros tenemos, tenemos productores muy pequeños aquí en Lambayeque tenemos cerca de 700 productores con 2 quintales, 3 quintales, 5 quintales, etc, entonces es como una familia que tiene 7 hijos y tiene un ingreso parecido a otra familia que tiene 2 hijos, ósea quien está en mejores condiciones de salir adelante la que tiene 2 hijos, entonces como que nosotros somos una organización muy grande y que no tenemos la cantidad suficientes de ingresos como para que la calidad de vida de los productores mejoren, entonces nuestro primer reto es ver como incrementamos el volumen de exportación para dar mejores condiciones a nuestros socios, compañeros de trabajo, como mejoramos permanentemente la calidad más aun de lo que tenemos porque es la única arma para competir en el mercado, el cliente te comprara si tú le das una buena calidad de café, si el importador tiene 10 muestras de café, él va a probar y si una tiene 86 y las demás tiene 84 él va a comprar la de 86 porque la calidad es fundamental,

3. ¿Cuál es su meta personal y empresarial?

entonces también aportamos por mejorar cada vez más la calidad. Y el otro reto es como mejoramos nuestra inserción en el mercado interno, con las marcas que tenemos café femenino, café Penachí, café Cañarís que tenemos registrados, lo estamos haciendo muy a parte del paquetito de café para el público en general estamos haciéndolo mediante cafeterías ejemplo, algunos casinos, restaurantes. La estrategia de ingreso a supermercado l hemos dejado un poco de lado por la inversión que requiere ya que el supermercado quiere que tú le financies que dejes tu café 90 días y te pagan lo que se vende además debes tener alguna impulsadora porque va una impulsadora de otro café y lo pone adelante del tuyo, además tienes que pagar para las revistas, propagandas que ellos sacan y por eso nosotros no estamos en condiciones de hacer eso y por eso preferimos la venta directa aunque más pequeño pero poco a poco estamos ingresando.

4. **¿Ud. ha incurrido en algún tipo de financiamiento para poder permanecer en el tiempo? ¿De qué manera?** Si, pero lo tenemos garantizado ya que tenemos el 1.5 por ahí, es decir tenemos un 1.50 para pagar 1 sol que debemos, no tenemos problemas en endeudamiento.
5. **¿Cree usted que se encuentra preparada para hacerle frente a los riesgos que existen en el negocio del comercio exterior? ¿Por qué?** Claro que sí, es difícil, pero la experiencia y gracias a que somos un equipo no solamente de personas sino también de instituciones eso es lo que nos da la fortaleza para enfrentar los problemas que si son difíciles.
6. **¿Qué tipo de experiencias (positivas o negativas) cree usted que ha tenido en el** Bueno en el inicio, el momento en que nos dimos cuenta que teníamos una pérdida de 80 mil dólares sin saber cómo ni porque, esa fue una experiencia

ámbito del comercio exterior que ha sido relevante en cuanto a su emprendimiento como mujer?

muy fuerte pero al mismo tiempo fue un empujón muy grande a ver como superamos los problemas

Mis padres fueron campesinos, yo soy de Lajas provincia de chota de la comunidad de Llangoden. Mis padres eran agricultores, como cualquier otro productor pero tenía muy claro el interés en la educación, nuestra salida de chota fue básicamente por el interés que tenía mi padre por educar a sus hijas mujeres, entonces cunado mi hermana mayor en la comunidad donde yo vivía había solamente hasta segundo de primaria, cuando ella termino la mandaron al distrito donde vivía mi abuelita, el siguiente año terminaba mi segunda hermana y tenía que mandarla a ella también a mi abuela entonces ahí decidió de que no, y como él también se dedicaba al comercio llevaba cosas, traía cosas, hasta que un día de esos llego sin nada mi mama asustada le dice el dinero y las cosas, y dice no ya deje adelantado para una casa en Chiclayo así que nos vamos y listo. Acá se dedicó al comercio mi madre a la bodega y con eso nos educó.

7. ¿Qué tipo de trabajo tuvieron o tienen tus padres?

8. ¿Considera usted que una herencia familiar es un pilar importante para emprender? ¿Por qué?

Si depende mucho de lo que tu hayas visto en tu familia, iniciativas, emprendimiento y hasta valores incluso.

9. ¿Considera usted que existe una edad determinada para que una mujer decida emprender? ¿Por qué?

No, a cualquier edad, solo considero que existe una mayor ventaja cuando lo hacen más jóvenes, pero puedes hacerlo a cualquier edad.

10. ¿Cuántos años tiene dirigiendo esta empresa?

Proassa desde el año 1995 tiene 25 años, pero antes como ONG venimos del año 1979. Yo dirijo esta empresa desde su creación de Proassa.

11. ¿Considera importante los grados académicos? ¿Por qué?

Si es importante la formación académica, bueno si yo no hubiese estudiado la carrera de sociología no tuviera esta visión más amplia de cómo generar desarrollo de como ver la organización de productores, las certificaciones es decir toda la cadena, a veces un ingeniero es paramétrico campo, cultivo rendimiento y ahí se quedan sociología quizá nos da un espacio mucho más grande para mirar los problemas y tratar de encontrar soluciones y si no hubiese hecho una maestría en negocios por ejemplo de repente me vi socióloga en la administración de la ONG y de repente me vi en la parte comercial, es importante para poder estar en condiciones para aportar, la educación es básica para salir adelante, pero también las ganar de querer hacerlo y la habilidad que cada persona tenga.

12. ¿Cuál es su grado de instrucción?

Maestría en negocios con grado completa y una maestría en agroexportaciones.

13. ¿Ud. se ha encontrado involucrada en la preparación de su plan estratégico? ¿De qué manera?

Si cada 5 años se actualiza y ahora lo hemos hecho solo por 3 porque las condiciones son muy cambiantes, quizá en un futuro se haga anualmente.

14. ¿Su empresa cuenta con sistemas de inteligencia comercial? De ser un si ¿Ud. Considera que los sistemas de

Tratamos de desarrollar la información y los medios tecnológicos, participar en ferias, investigación de mercados es como algo obligatoria entre el staff que tiene la empresa.

inteligencia comercial son un aporte y/o apoyo para su gestión? ¿Por qué?

15. ¿Ud. Considera que sus resultados personales están relacionados con sus resultados empresariales? ¿Cómo mide sus resultados?

Siempre se ve el resultado económico, mis socios dirían sabes que saco mi plata lo pongo a plazo fijo y gano más, pero por el valor social que se está haciendo hay socios que han puesto su dinero dicen ya pue no importa.

En valor de su dinero no le podemos dar más del 1 o 2%, si ellos ven el costo de oportunidad van a un banco o caja y les pueden dar el 7 o 8 % a plazo fijo, entonces es el tipo de socios que tenemos que están comprometidos con la misión y visión de la empresa, que hace que sus pequeños ahorros lo tengas con nosotros así a 1 o 2% anual.

Fuente: (Uriarte La torre, 2018)

Elaboración: Propia

Objetivo N°2: Analizar la competitividad de las empresas agroexportadoras de Lambayeque durante el periodo 2018 – 2019.

Tabla 48

Entrevista a Karen Fiorela Vásquez Leyva - 2/2

<i>Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L.</i>	
Pregunta	<i>Karen Fiorela Vásquez Leyva</i>
1. ¿Ud. tiene en claro el mercado al cual están enfocado sus productos? ¿Cuáles?	Si, exportamos con frecuencia a Colombia vía terrestre.
2. ¿Cuál es el valor agregado que usted opta para diferenciarse de su competencia? ¿Por qué?	Ofrecemos productos inocuos y de óptima calidad sometidos a un proceso selección y garantizando la entrega puntual a nuestros clientes
3. ¿Con cuántos clientes cuenta usted?	En el mercado internacional contamos actualmente con 3 clientes, en el mercado nacional son varios no podría indicarle la cantidad.
4. ¿Cuenta con planta de proceso propia? ¿Qué tipo?	No contamos con planta propia, alquilamos servicio
5. ¿Cuenta usted con un área de investigación y desarrollo? ¿Cómo lo hace?	No actualmente, pero siempre trato de estar informada en todo aspecto.
6. ¿El precio está dentro de una de sus estrategias que usted considera frente a la competencia? ¿Por qué?	Si, ya que siempre ofrecemos el mejor precio entre nuestra competencia para la calidad de productos que vendemos.
7. ¿Cuál es el tiempo que usualmente su cliente espera al solicitar su producto?	Después del cierre del pedido el cliente suele esperar de 15 a 20 días.

- | | |
|--|---|
| 8. ¿Ha tenido alguna mala experiencia respecto a la entrega de su producto en destino? ¿Cuál? | Hasta ahora no, todos mis productos son enviados vía terrestre a nuestro vecino país Colombia. |
| 9. ¿Cuenta con certificaciones internacionales? ¿Cuáles? | No, estamos analizando la posibilidad de obtener certificaciones, lo cual nos está costando mucho esfuerzo. |
| 10. ¿Cree usted que la calidad de su producto le ayuda a ser competitiva en el mercado internacional? ¿Por qué? | La calidad y el precio que ofrecemos nos ha hecho muy competitivos. |

Fuente: (Vasquez Leyva, 2020)

Elaboración: Propia

Tabla 49

Entrevista a Rosa Beatriz Quiroz Gómez - 2/2

Food Export Norte S.A.C

Pregunta	Rosa Beatriz Quiroz Gómez
1. ¿Ud. tiene en claro el mercado al cual están enfocado sus productos? ¿Cuáles?	Si, actualmente exportamos a panamá, estados unidos, Portugal, Suecia. Pero también hemos logrado llegar a otros mercados.
2. ¿Cuál es el valor agregado que usted opta para diferenciarse de su competencia? ¿Por qué?	Calidad y diversificación. La calidad que ofrecemos es lo que nos diferencia del resto y a la vez la gran cantidad de productos que producimos.
3. ¿Con cuántos clientes cuenta usted?	Contamos aproximadamente con 6 clientes.
4. ¿Cuenta con planta de proceso propia? ¿Qué tipo?	Si, tenemos planta propia, así ahorramos mucho en costos. Tenemos para la selección de producto lo hacemos mediante maquinas, por ejemplo, la poza de alimentación, para la pre-limpieza, detector de metales y para la clasificación gravimétrica.
5. ¿Cuenta usted con un área de investigación y desarrollo? ¿Cómo lo hace?	Si, nos reunimos todas las cabezas de la empresa y se toman decisiones.
6. ¿El precio está dentro de una de sus estrategias que usted considera frente a la competencia? ¿Por qué?	Si, porque los precios que tenemos están en precio FOB y CIF.

- 7. ¿Cuál es el tiempo que usualmente su cliente espera al solicitar su producto?** De 7 a 8 días el producto está listo puesto en nuestro almacén, luego el tiempo que el cliente espera su producto es de 29 días aprox. puesto que va a depender mucho del lugar de destino. Si, con un cliente de confianza, nos dijeron que el producto era de mala calidad, no cocinaba, estaba muy duro, pero pedimos pruebas y cuando nos mandan las fotos nos dimos cuenta de que la fecha era del año 2016, cuando los sacos que habíamos enviado eran del 2018 (siempre nos encargamos de verificar que todo este correcto antes de enviar nuestros productos)
- 8. ¿Ha tenido alguna mala experiencia respecto a la entrega de su producto en destino? ¿Cuál?** Si, contamos con 2 certificaciones (kosher para estados unidos y FDA) y una en proceso que es HACCP, además del certificado de planta de Senasa.
- 9. ¿Cuenta con certificaciones internacionales? ¿Cuáles?** Si, tanto nacional como internacional. Nuestros precios son competitivos por la calidad, diversificación y servicio de maquila que ofrecemos.
- 10. ¿Cree usted que la calidad de su producto le ayuda a ser competitiva en el mercado internacional? ¿Por qué?**

Fuente: (Quiroz Gómez, 2018)

Elaboración: Propia

Tabla 50

Entrevista a Aura María Muñoz Fernández - 2/2

<i>Frutas y Vegetales Aura EIRL</i>	
Pregunta	Aura María Muñoz Fernández
1. ¿Ud. tiene en claro el mercado al cual están enfocado sus productos? ¿Cuáles?	Si, los mercados a los que con frecuencia se exporta es a Holanda, Estados Unidos, Rusia y China
2. ¿Cuál es el valor agregado que usted opta para diferenciarse de su competencia? ¿Por qué?	Nos enfocamos en que nuestros productos sean especiales, tales como; mango, palta, y por ser productos altamente perecibles es que nuestra carga generalmente es aérea. Es decir, la calidad de la fruta es otra, es a lo que nos referimos cuando damos un valor agregado a nuestro producto ya que es muy diferente ofrecer un mango maduro y enviarlo que ofrecer un mango verde y enviarlo para que madure. Nuestra fruta se llama ready to eat.
3. ¿Con cuántos clientes cuenta usted?	Contamos con un aproximado de 8 a 9 clientes.
4. ¿Cuenta con planta de proceso propia? ¿Qué tipo?	No, por el momento alquilamos servicio.
5. ¿Cuenta usted con un área de investigación y desarrollo? ¿Cómo lo hace?	Si, cada cierto tiempo se hacen reuniones para ver en que se puede mejorar.

- No, nosotros tenemos un precio y los clientes saben que ofrecemos un producto diferenciado, es por ello que el precio siempre es mayor, nuestra competencia tiene precios más bajos, pero nuestro segmento de mercado exige calidad y no precio.
6. **¿El precio está dentro de una de sus estrategias que usted considera frente a la competencia? ¿Por qué?**
- Aproximadamente 7 días, pero también depende del destino.
7. **¿Cuál es el tiempo que usualmente su cliente espera al solicitar su producto?**
- Si, claro. Como toda empresa nos tenemos que afrontar a situaciones buenas y malas, pero se busca a la brevedad la mejor solución posible.
8. **¿Ha tenido alguna mala experiencia respecto a la entrega de su producto en destino? ¿Cuál?**
- Generalmente los productos que trabajan con nosotros tienen certificación, nosotros tenemos una certificación que se llama GS1, que va dirigido al tema de trazabilidad que al tema de la calidad.
9. **¿Cuenta con certificaciones internacionales? ¿Cuáles?**
- Si, claro, la calidad y la diferenciación de nuestros productos son lo que nos hace netamente competitivos en el mercado.
10. **¿Cree usted que la calidad de su producto le ayuda a ser competitiva en el mercado internacional? ¿Por qué?**

Fuente: (Muñoz Fernández, 2020)

Elaboración: Propia

Tabla 51

Entrevista a María Isabel Uriarte La Torre - 2/2

<i>Promotora de la Agricultura Sustentable S.A.</i>	
Pregunta	María Isabel Uriarte La Torre
<p>1. ¿Ud. tiene en claro el mercado al cual están enfocado sus productos? ¿Cuáles?</p>	<p>Si, exportamos casi el 90% de nuestro café a USA y Canadá, y otro poco a Australia, Inglaterra y Alemania (las exportaciones de realizan desde junio hasta diciembre) a veces cuando nos queda stock seguimos exportando en enero y febrero. Exportamos en grano por los aranceles, todo café con valor agregado, industrializado tiene aranceles para ingresar a otros países.</p>
<p>2. ¿Cuál es el valor agregado que usted opta para diferenciarse de su competencia? ¿Por qué?</p>	<p>Uno son los criterios ambientales y sociales, nosotros estamos en la parte de comercialización no porque seamos comerciantes, sino porque es parte de la cadena y nos permite agregar valor al café de los productores. Que el productor pueda tener un mejor precio, los servicios de asistencia técnica, capacitación permanente que le permita competir en el mercado.</p>
<p>3. ¿Con cuántos clientes cuenta usted?</p>	<p>Los clientes que canalizan nuestro café son 4, pero nuestra relación va más allá del importador, nuestra relación va más con el tostador y en eso si son cientos, casualmente por el criterio social y ambiental que manejamos</p>
<p>4. ¿Cuenta con planta de proceso propia? ¿Qué tipo?</p>	<p>No, nosotros compramos servicios. Tenemos una planta industrial san Antonio, y tenemos nuestro almacén de campo, que nos lleva todos nuestros productos, pero no es planta nuestra. Aunque si</p>

tenemos una perspectiva de aquí a 3 a 4 años de implementar nuestra propia planta.

5. ¿Cuenta usted con un área de investigación y desarrollo? ¿Cómo lo hace?

No como área específica, pero si dentro de la administración y la gerencia desarrollamos ese trabajo que tiene que ver con mejorar la presentación del producto, formas de llegar al cliente, presentaciones; lo vemos como trabajo obligatorio de gerencia y administración, pero no lo tenemos como área separada. Somos una empresa pequeña y no podemos tener tanto personal para una sola actividad.

6. ¿El precio está dentro de una de sus estrategias que usted considera frente a la competencia? ¿Por qué?

Si, el precio en realidad es el mecanismo básico para que tú tengas o no tengas café, si tú no le das al productor por lo menos el precio más alto del mercado, el productor no te va a entregar el café. Para nosotros en estrategia de la fijación de precio juega el precio del mercado y el precio de la bolsa (se mueve a cada minuto) y hay que estar viendo cómo se comporta el precio de la bolsa.

7. ¿Cuál es el tiempo que usualmente su cliente espera al solicitar su producto?

Generalmente nosotros tenemos clientes a largo plazo, por ejemplo, nosotros vendemos en enero-febrero la cosecha que vamos a embarcar a partir de julio, es decir tenemos contratos hasta diciembre, entonces el cliente en base a nuestra oferta de nuestra disponibilidad mensual, él dice cuanta cantidad necesita, también de acuerdo a los tostadores, maso menos se manejan historiales. De

acuerdo a eso hacemos nuestro cronograma de embarque y embarcamos.

8. **¿Ha tenido alguna mala experiencia respecto a la entrega de su producto en destino? ¿Cuál?** No, porque tenemos un control de calidad estricto desde la zona de producción. Nosotros nunca embarcamos un café para sorprender al cliente. Siempre tratamos de que la muestra que enviamos, el lote que trabajamos sea igual o mejor que la muestra, pero nunca por debajo de esta.
9. **¿Cuenta con certificaciones internacionales? ¿Cuáles?** USDA organic, certified organic OCIA, FAIRTRADE y BIRD FRIENDLY.
10. **¿Cree usted que la calidad de su producto le ayuda a ser competitiva en el mercado internacional? ¿Por qué?** Si, esa es la carta de garantía con lo que nosotros podemos competir, con la calidad y con las certificaciones.

Fuente: (Uriarte La torre, 2018)

Elaboración: Propia

Anexo 6: Evidencia de las entrevistas con las mujeres representantes de las empresas

Las siguientes fotografías quedaron como evidencia con la autorización correspondiente, de que se realizó una entrevista presencial a la señora María Isabel Uriarte Latorre, siendo la representante y líder de la empresa Promotora de la Agricultura sustentable S.A, al igual con la señora Rosa Beatriz Quiroz Gómez siendo la representante y líder de la empresa empresa Food Export Norte S.A.C, muy agradecidas con su apoyo y paciencia. A la señora Karen Fiorella Vásquez Leyva representante de la empresa Exportaciones e Importaciones Fiorela E.I.R.L se le realizó una entrevista de manera virtual, por el medio de whatsapp, debido a la rapidez y facilidad por parte de ella, sin embargo, a pesar de la falta de tiempo, se logró concretar con éxito toda la información necesaria para la investigación. En cuanto a la entrevista con la señora Aura María Muñoz Fernández representante de la empresa Frutas y Vegetales Aura E.I.R.L., se le realizó una entrevista presencial sin embargo no se pudo obtener una evidencia debido a la pandemia de la Covid-19, puesto que la entrevista se realizó días antes que dictaran la cuarentena al Perú, y en ella se había acordado tener otra cita para la foto correspondiente que por falta de tiempo no se logró concretar el mismo día, cabe resaltar que a pesar de los contratiempos y la pandemia, se pudo obtener toda la información necesaria de la primera reunión.



Figura 22. *Visita a María Isabel Uriarte La torre*



Figura 23. *Entrevista a María Isabel Uriarte La torre*



Figura 24. *Entrevista a Rosa Beatriz Quiroz Gómez.*

Anexo 7: Reconocimiento del I premio nacional: Mujer emprendedora 2015



Figura 25. *Premio Nacional de mujer emprendedora a Rosa Beatriz Quiroz Gómez*

Fuente: Google

En la figura N° 25 se observa a la señora Rosa Beatriz Quiroz Gómez obteniendo el premio nacional de mujer emprendedora en el año 2015.

Anexo 8: Mujeres emprendedoras en el mundo



Figura 26. *Mujeres emprendedoras en el mundo*

Fuente: (Pasquali, 2019)

En la figura N°26 según un estudio realizado a 49 países por la Global Entrepreneurship Research Association, las empresarias son especialmente comunes en los países en vía de desarrollo. Por ejemplo, se observa que Angola representa un 40.7%, para Chile la proporción es de 21.2%, seguido de Colombia con un 17.8%. Por otro lado, se demuestra que, en el resto de los países con economías desarrolladas, como son el caso de España, Francia, Japón y Alemania, poseen tasas muy bajas de mujeres empresarias, con una proporción inferior al 10%.

Anexo 9: Mujeres emprendedoras BCP



Figura 27. *Mujeres emprendedoras BCP.*

Fuente: (La Cámara, 2020)

En la Figura N°27 se observa a las mujeres emprendedoras que participaron en el concurso “ Premio Mujeres Emprendedoras BCP” en el cual capacitan a más de 10 mil microempresarias buscando empoderar a las mujeres emprendedoras peruanas en diferentes aspectos de sus emprendimientos. Recalcando que solo el 14% de microempresas creadas por mujeres han podido acceder a algún tipo de capacitación en el Perú.

Anexo 10: Programas que apoyan al emprendimiento femenino en el Perú



Figura 28. *Programas que apoyan al emprendimiento femenino en el Perú-1*

Fuente: (Asociación de Emprendedores de Perú, 2018)



Figura 29. *Programas que apoyan al emprendimiento femenino en el Perú-2*

Fuente: (Asociación de Emprendedores de Perú, 2018)

En la figura N° 28 y 29, se muestran los tres programas que existen de apoyo en el Perú, hacia las mujeres emprendedoras, siendo Emprende Up, Mujeres del pacifico, y Asociación de emprendedoras del Perú ASEP.