



Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

Facultad de Ciencias Empresariales
Escuela Profesional de Administración

Inteligencia comercial y exportación de la Empresa Inka´S Berries, Huaura - 2023

Tesis

Para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración

Autora

Bellise Raquel Ventura Puelles

Asesor

Dr. Jesús Jacobo Coronado Espinoza

Huacho – Perú

2024



Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales

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

Reconocimiento: Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

FACULTAD....CIENCIAS EMPRESARIALES.....

ESCUELA PROFESIONALADMINISTRACION

INFORMACIÓN

DATOS DEL AUTOR (ES):		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	FECHA DE SUSTENTACIÓN
Bellise Raquel, Ventura Puelles	42514549	27/05/2024
DATOS DEL ASESOR:		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CÓDIGO ORCID
Jesús Jacobo Coronado Espinoza	15591398	0009-0008-7555-0409
DATOS DE LOS MIEMROS DE JURADOS – PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO:		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CÓDIGO ORCID
Felipe Caldas Bermúdez	15609989	0009-0003-4373-1073
Elvis Richar Sánchez García	15736456	0000-0003-0397-5420
Jorge Alberto Alarcón Alva	15728889	0000-0002-0115-0380

INTELIGENCIA COMERCIAL Y EXPORTACION DE LA EMPRESA INKA'S BERRIES, HUAURA-2023

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

1%

★ repositorio.unapiquitos.edu.pe

Internet Source

Exclude quotes Off

Exclude matches < 10 words

Exclude bibliography Off

DEDICATORIA

Dedico mi tesis a mi madre por ser mi inspiración en salir adelante, a mi padre por su apoyo, a mis hijos ya que son mi mayor motivo de salir adelante, a mi papito VIRGILIO PUELLES SOTO para ti hasta el cielo.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, a mi asesor Dr. Jesús Jacobo Coronado Espinoza por brindarme el apoyo suficiente en las dudas que haya tenido agradezco a mis padres que siempre me han apoyado y luchado para poder alcanzar mis objetivos académicos que me han impulsado siempre a perseguir mis metas, como también a la empresa Inka'S Berries, Huaura por realizar mi investigación y a DIOS por brindarme sabiduría y salud.

INDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO	III
INDICE GENERAL	IV
INDICE DE TABLAS.....	VI
INDICE DE FIGURAS.....	VII
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT.....	IX
INTRODUCCIÓN	X
CAPITULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1 Descripción de la realidad problemática	1
1.2 Formulación de problema.....	4
1.1.1. Problema general	4
1.3 Objetivos	4
1.3.1 Objetivo general.....	4
1.4 Justificación.....	5
1.4.1 Justificación metodológica	5
1.4.2 Justificación por su valor teórico.....	5
1.4.3 Justificación por su relevancia practica	5
1.5 Delimitaciones.....	5
1.5.1 Delimitación Conceptual	5
1.5.2 Delimitación del Espacio Geográfico.....	6
1.5.3 Delimitación Temporal.....	6
1.6 Viabilidad del estudio.....	6
CAPITULO II MARCO TEÓRICO	7
2.1. Antecedentes de la Investigación	7
2.1.1. Internacionales.....	7
2.1.2. Nacionales	8
2.2. Bases teóricas	11
2.2.1 Inteligencia comercial.....	11
2.2.2 Exportación.....	16
2.3. Definición de términos básicos	20

2.4. Hipótesis	24
2.4.1. Hipótesis general	24
2.5. Operacionalización de variables.....	25
CAPITULO III METODOLOGIA	27
3.1 Diseño Metodológico	27
3.1.2 Nivel de Investigación	27
3.1.4 Enfoque.....	27
3.2 Población y Muestra.....	28
3.2.1 Población	28
3.2.2 Muestra	28
3.3 Técnicas de recolección de datos	29
3.3.1 Técnicas a emplear	29
3.3.2 Descripción de los instrumentos.....	29
3.4 Técnicas para el procedimiento de la información.....	29
3.5 Matriz de Consistencia	29
CAPITULO IV ANALISIS DE LOS RESULTADOS	31
4.1. Resultados descriptivos de las variables	31
4.2. Contrastación de hipótesis.....	50
CAPITULO V DISCUSIÓN	54
5.1 Discusión.....	54
CAPITULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	56
6.1 Conclusiones	56
6.2 Recomendaciones.....	57
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	58
7.1. Fuentes documentales	58
7.2 Fuentes electrónicas	61

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Considera usted que la empresa Inka`s Berries tiene los requerimientos básicos para una buena exportación.....	31
Tabla 2 Considera usted que la empresa Inka`s Berries tiene los potenciadores eficientes para una buena exportación.....	32
Tabla 3 Considera usted que la empresa Inka`s Berries tiene aplica la innovación para una buena exportación	33
Tabla 4 Considera usted que la pre venta de arándanos es importante antes de la exportación	34
Tabla 5 Considera usted que la pre compra de insumos básicos es importante antes de la exportación	35
Tabla 6 Considera usted que la post venta de arándanos es importante para la exportación....	36
Tabla 7 Considera usted que definir el problema y objetivo de investigación de mercado es importante para la exportación	37
Tabla 8 Considera usted desarrollar un plan es importante para la exportación de arándanos	38
Tabla 9 Considera usted que recolectar información del mercado exterior es importante	39
Tabla 10 Considera usted que analizar el mercado exterior es importante antes de exportar ..	40
Tabla 11 Considera usted que la toma de decisiones es importante antes de exportar.....	41
Tabla 12 Considera usted que es mejor exportar a una empresa de contacto directo	42
Tabla 13 Considera usted que es mejor exportar a una empresa teniendo contacto intermediario	43
Tabla 14 Considera usted que la exportación indirecta a una empresa local es básica	44
Tabla 15 Considera usted que la exportación indirecta a una empresa intermediaria es básica.....	45
Tabla 16 Considera usted que la exportación indirecta a una empresa extranjera es básica	46
Tabla 17 Conoce usted que es y cómo realizar una exportación canguro	47
Tabla 18 Conoce usted que es y cómo realizar un consorcio de exportación.....	48
Tabla 19 Conoce usted que es y cómo realizar un joint venture.....	49

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Considera usted que la empresa Inka`s Berries tiene los requerimientos básicos para una buena exportación.....	31
Figura 2 Considera usted que la empresa Inka`s Berries tiene los potenciadores eficientes para una buena exportación?	32
Figura 3 Considera usted que la empresa Inka`s Berries tiene aplica la innovación para una buena exportación?.....	33
Figura 4 Considera usted que la pre venta de arándanos es importante antes de la exportación?	34
Figura 5 Considera usted que la pre compra de insumos básicos es importante antes de la exportación?	35
Figura 6 Considera usted que la post venta de arándanos es importante para la exportación ..	36
Figura 7 Considera usted que definir el problema y objetivo de investigación de mercado es importante para la exportación.....	37
Figura 8 Considera usted desarrollar un plan es importante para la exportación de arándanos	38
Figura 9 Considera usted que recolectar información del mercado exterior es importante.....	39
Figura 10 Considera usted que analizar el mercado exterior es importante antes de exportar.	40
Figura 11 Considera usted que la toma de decisiones es importante antes de exportar	41
Figura 12 Considera usted que es mejor exportar a una empresa de contacto directo.....	42
Figura 13 Considera usted que es mejor exportar a una empresa teniendo contacto intermediario	43
Figura 14 Considera usted que la exportación indirecta a una empresa local es básica	44
Figura 15 Considera usted que la exportación indirecta a una empresa intermediaria es básica.....	45
Figura 16 Considera usted que la exportación indirecta a una empresa extranjera es básica...	46
Figura 17 Conoce usted que es y cómo realizar una exportación canguro	47
Figura 18 Conoce usted que es y cómo realizar un consorcio de exportación	48
Figura 19 Conoce usted que es y cómo realizar un joint venture	49

RESUMEN

En países del primer mundo, empresas líderes en diversos mercados utilizan la inteligencia de negocios de manera efectiva para impactar positivamente los servicios y/o productos que brindan y la administración de sus organizaciones. Así es como se desarrolla e implementa la inteligencia empresarial en empresas de todos los sectores. Sin embargo, pocas personas conocen y muchas personas no conocen o no utilizan esta herramienta. Por lo tanto, debido a la falta de fondos disponibles para invertir en software, instalar equipos de cómputo y personal capacitado para invertir en software, instalar equipos de cómputo y personal capacitado que les permita utilizar de manera efectiva la información que puede ser utilizada para generar diseños de negocios, las empresas no utilizan la inteligencia empresarial como una herramienta de desarrollo empresarial. En diferentes áreas clave de la empresa con el fin de potenciar su ventaja competitiva, analizar los mercados en los que participan, comprender los diferentes escenarios económicos en los que participan y las normas vigentes que incumplen en sus actividades. Objetivo: Establecer como se relaciona la inteligencia comercial y la exportación de la empresa Inka´s Berries, Huaura – 2023. Metodología. Nivel correlacional, tipo básico, diseño no experimental, enfoque cuantitativo. Conclusión: La inteligencia comercial se relaciona con la exportación de la empresa Inka´s Berries, Huaura – 2023.

La autora

Palabras claves: inteligencia comercial, exportación, competitividad.

ABSTRACT

In first world countries, leading companies in various markets use business intelligence effectively to positively impact the services and/or products they provide and the administration of their organizations. This is how business intelligence is developed and implemented in companies in all sectors. However, few people know and many people do not know or do not use this tool. Therefore, due to the lack of funds available to invest in software, install computer equipment and trained personnel to invest in software, install computer equipment and trained personnel that will allow them to effectively use the information that can be used to generate Business designs, companies do not use business intelligence as a business development tool. In different key areas of the company in order to enhance its competitive advantage, analyze the markets in which they participate, understand the different economic scenarios in which participants and the current regulations that they do not comply with in their activities. Objective: Establish how commercial intelligence and export of the company Inka's Berries, Huaura – 2023 are related. Methodology. Correlational level, basic type, non-experimental design, quantitative approach. Conclusion: Commercial intelligence is related to the export of the company Inka's Berries, Huaura – 2023.

the author

Keywords: commercial intelligence, export, competitiveness.

INTRODUCCIÓN

También en nuestro país, los usuarios que manejan soluciones o herramientas de inteligencia de negocios no reciben la atención necesaria, por lo que es irrelevante capacitarlos y capacitarlos para obtener resultados satisfactorios para la empresa mediante el procesamiento de la información que adquieren, ya que son los usuarios finales. Quién tomará las decisiones importantes es parte fundamental para lograr sinergia en la aplicación y manejo de herramientas, procesamiento de la información y uso óptimo de los datos adquiridos (Sanchez & Salcedo, 2017). Inka's Berries es una empresa peruana que desarrolla nuevas variedades de arándanos y produce arándanos frescos para exportación. Fundada hace más de 14 años, Inka's Berries ha sentado las bases para el crecimiento y desarrollo de los arándanos peruanos, explorando y validando su potencial a nivel nacional y promoviéndolos a nivel mundial. Confirmando que el Perú es un país fértil para la innovación y el desarrollo agrícola, los arándanos ocupan un lugar más importante en la economía peruana:

2011: Primer año de exportación de arándanos

2012: Exportaciones \$465,000

2018: valor de exportación de 590 millones de dólares estadounidenses

En la investigación se tienen los siguientes capítulos:

Capítulo I: de la introducción, está la justificación de la investigación, los alcances del estudio y el objetivo general y específicos.

Capítulo II: de Marco teórico están las teorías y conceptos de la inteligencia comercial y la exportación, que sustentan la investigación, variables, características, teorías para realizar la investigación de manera científica.

Capítulo III: de Metodología, se encuentra el tipo, diseño, nivel y enfoque de la investigación, la población y muestra utilizada en la investigación, además de

las técnicas e instrumentos empleados en la adquisición de datos de la inteligencia comercial y la exportación.

Capítulo IV: de los resultados, se presenta las tablas, las figuras con la interpretación y toma de decisiones.

Capítulo V: de la discusión, donde se discute los resultados obtenidos con otros autores.

Capítulo VI: de las conclusiones y recomendaciones, se da a conocer todas las conclusiones a las que se llegó y se realiza algunas recomendaciones acerca de la inteligencia comercial y la exportación.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

A nivel internacional, las empresas han comenzado a utilizar la inteligencia empresarial como una herramienta para la previsión competitiva y se han convertido en un factor importante en el desarrollo empresarial. El avance tecnológico y la globalización han permitido la creación de diversos softwares relacionados con la gestión de la información, lo que repercute positivamente en las empresas que desean desarrollar y fortalecer los servicios que brindan a sus clientes. Sin embargo, la gran cantidad de información adquirida no se utiliza de manera óptima ni en el momento oportuno, desconociendo su potencial (Dominguez & Hurtado, 2019)

En países del primer mundo, empresas líderes en diversos mercados utilizan la inteligencia de negocios de manera efectiva para impactar positivamente los servicios y/o productos que brindan y la administración de sus organizaciones. Así es como se desarrolla e implementa la inteligencia empresarial en empresas de todos los sectores. Sin embargo, pocas personas conocen y muchas personas no conocen o no utilizan esta herramienta.

Por lo tanto, debido a la falta de fondos disponibles para invertir en software, instalar equipos de cómputo y personal capacitado para invertir en software, instalar equipos de cómputo y personal capacitado que les permita utilizar de manera efectiva la información que puede ser utilizada para generar diseños de negocios, las empresas no utilizan la inteligencia empresarial como una herramienta de desarrollo empresarial. En diferentes áreas clave de la empresa con el fin de potenciar su ventaja competitiva, analizar los

mercados en los que participan, comprender los diferentes escenarios económicos en los que participan y las normas vigentes que incumplen en sus actividades.

También en nuestro país, los usuarios que manejan soluciones o herramientas de inteligencia de negocios no reciben la atención necesaria, por lo que es irrelevante capacitarlos y capacitarlos para obtener resultados satisfactorios para la empresa mediante el procesamiento de la información que adquieren, ya que son los usuarios finales. Quién tomará las decisiones importantes es parte fundamental para lograr sinergia en la aplicación y manejo de herramientas, procesamiento de la información y uso óptimo de los datos adquiridos (Sanchez & Salcedo, 2017).

Inka's Berries es una empresa peruana que desarrolla nuevas variedades de arándanos y produce arándanos frescos para exportación. Fundada hace más de 14 años, Inka's Berries ha sentado las bases para el crecimiento y desarrollo de los arándanos peruanos, explorando y validando su potencial a nivel nacional y promoviéndolos a nivel mundial. Confirmando que el Perú es un país fértil para la innovación y el desarrollo agrícola, los arándanos ocupan un lugar más importante en la economía peruana:

2011: Primer año de exportación de arándanos

2012: Exportaciones \$465,000

2018: valor de exportación de 590 millones de dólares estadounidenses

VARIABLES DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS. Podría decirse que falta esta herramienta Inka's Berries Company tuvo los siguientes efectos negativos. Ventas de productos en declive, descuido de la herramienta en la toma de decisiones, planificación insuficiente de lanzamiento de productos, acceso insuficiente a herramientas de internet, falta de capacitación del personal sobre la herramienta, falta de procesos tradicionales de

integración con nuevas tecnologías y plataformas de inteligencia comercial, información cero en las bases de datos de clientes.

Si la compañía no restaura estos efectos, habrá una reducción próxima en los envíos de productos que afectarían la propia reputación frente a los consumidores de otros países. Debido a esto la compañía tiene que realizar constantes capacitaciones y talleres donde educan a su personal y de esta manera puedan tener una administración eficaz a la hora de comercializar un producto y también de tener una conducta comercial inteligente.

Variable exportación. En esta variable podemos señalar que las insuficientes exportaciones de la empresa no condujeron al éxito deseado, generando así los siguientes eventos negativos. Comercialización inadecuada del producto, falta de comprensión de varios subgrupos en la base de clientes, aumento de la confiabilidad, reclamos de que los clientes entienden el producto, falta de capacitación de los colaboradores sobre estrategias de ventas, falta de comprensión de los requisitos del cliente y prevención de los mismos, planificación inadecuada o estrategia general de marketing corporativo, con escasa evaluación, análisis y control de los planes de marketing.

Para revertir la situación a priori mencionada y evitar aquellas situaciones previstas, se deben tomar e implementar a la brevedad las siguientes decisiones: aplicación de herramientas de inteligencia de negocios en la toma de decisiones de la empresa, capacitación de los empleados directamente relacionados con los clientes, tener una base de datos de clientes actualizada de segmentos extranjeros, Establecer nuevas plataformas de marketing para promocionar productos, integrar procesos de gestión, ventas y marketing, nuevas tecnologías y plataformas de inteligencia de negocios, cambiar métodos de exportación e invertir en nuevas tecnologías

1.2 Formulación de problema

1.1.1. Problema general

¿Cómo se relaciona la inteligencia comercial y la exportación de la empresa Inka´s Berries, Huaura – 2023?

1.1.2. Problemas específicos

¿Cómo se relaciona la competitividad y la exportación de la empresa Inka´s Berries, Huaura – 2023?

¿Cómo se relaciona la toma de decisiones y la exportación de la empresa Inka´s Berries, Huaura – 2023?

¿Cómo se relaciona la investigación de mercado y la exportación de la empresa Inka´s Berries, Huaura – 2023?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Establecer como se relaciona la inteligencia comercial y la exportación de la empresa Inka´s Berries, Huaura – 2023.

1.3.2 Objetivos específicos

Explicar cómo se relaciona la competitividad y la exportación de la empresa Inka´s Berries, Huaura – 2023.

Explicar como se relaciona la toma de decisiones y la exportación de la empresa Inka´s Berries, Huaura – 2023.

Explicar cómo se relaciona la investigación de mercado y la exportación de la empresa Inka´s Berries, Huaura – 2023.

1.4 Justificación

1.4.1 Justificación metodológica

El estudio es metodológicamente sólido porque en la práctica se propone una nueva estrategia en cuanto a la incidencia entre las dos variables. La investigación tiene como objetivo encontrar nuevas tecnologías para la generación de conocimiento, nuevas formas de hacer investigación en diferentes empresas con tendencias de negocio.

1.4.2 Justificación por su valor teórico

Cabe señalar que este trabajo tiene una base teórica en cuanto cuestiona las teorías existentes respecto a la inteligencia de negocios y la exportación de arándanos, particularmente en la empresa Inka's Berrires, es decir, el estudio busca la incidencia de la variable independiente versus la variable dependiente, para comprender el impacto de la inteligencia comercial en las exportaciones de arándanos de la empresa.

1.4.3 Justificación por su relevancia practica

Se presentan razones prácticas, ya que se revelará la utilidad y aplicabilidad de los hallazgos de la investigación de inteligencia de negocios y su incidencia en las exportaciones de arándanos, se despertará la relevancia de los resultados obtenidos por quienes ejercen dicha labor, y su aplicación a otras empresas.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Delimitación Conceptual

El estudio se basa en dos variables. El primero es la inteligencia empresarial, que consiste en un nuevo enfoque mediante el cual las empresas pueden gestionar la información de forma óptima y correcta. A esto le siguen las exportaciones, donde las exportaciones de arándanos han superado los niveles

previos a la pandemia, lo cual es bueno para la demanda, ya que las condiciones de consumo posteriores a la pandemia apuntan a un mayor consumo de productos que contribuyen a la salud. Sin embargo, a pesar de la enorme capacidad productiva del Perú, aún existen algunos desafíos pendientes en el sector logístico que deben ser abordados para asegurar un mejor desempeño en el 2023.

1.5.2 Delimitación del Espacio Geográfico

La investigación se lleva a cabo en la empresa Inka's Berries ubicada en el Fundo Guayabal, distrito de Santa María, provincia de Huaura, departamento de Lima

1.5.3 Delimitación Temporal

La investigación se lleva a cabo en el año 2023, siendo un año clave para el desarrollo empresarial y cumplimiento de objetivos.

1.6 Viabilidad del estudio

La presente investigación se considera viable porque cuenta con soporte teórico acerca de ambas variables, contamos recursos económicos propios y asimismo se contará con la autorización de la gerencia de la empresa y apoyo del personal que labora en la empresa Inka's Berries.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

2.1.1. Internacionales

Tarupí (2020) en su tesis titulada “*plan de exportación de café pilado desde la empresa Belcet S.A (Portoviejo – Manabí) hacia la Asociación Nacional de Cafeteros (Chinchiná - Caldas)*”, su objetivo es desarrollar un programa de exportación que contribuya al mejoramiento económico del Ecuador y de las empresas estudiadas, concluye que: La socialización del programa de exportación de Belcet S.A le ha permitido recibir orientación técnica en la comercialización internacional del café colombiano, optimizando el tiempo y los recursos de la organización (p. 119).

Andrade (2019) en su tesis titulada “*análisis del potencial de exportación de la mermelada de maracuyá al mercado internacional, periodo 2009-2017*”, su objetivo es analizando el potencial de exportación de la mermelada de maracuyá en el mercado internacional, esta afirmación se sustenta en los siguientes puntos de vista, cooncluye que: Estadísticas dadas por diferentes fuentes de información muestran que los créditos aumentaron, y se dice que se realizaron importantes inversiones para cambiar la matriz productiva (90% de los créditos), los datos observados muestran que las PYMES recibieron el 26% de los créditos (en comparación con otras regiones que reciben menos cantidad en comparación con las regiones), pero a pesar de que cuentan con el apoyo de estas instituciones, así ha aumentado el número de empresas (32,6% en 2014), y también ha aumentado la productividad del país (p. 84).

Gutiérrez (2018) en su tesis titulada *“inteligencia de negocios en el comercio internacional de calzado deportivo entre Ecuador y Asia”*, su objetivo es establecer la inteligencia comercial en el comercio internacional de los calzados deportivos entre Asia y Ecuador, concluye que: en noviembre y diciembre se tuvo mas exportación a Asia, lo cual se entiende que por las fiestas navideñas y año nuevo son los meses claves para tener mas exportacion buscando mejores ingresos y ganancias para la empresa (p. 118).

Lazo & Jara (2017) en su tesis titulada *“la importancia de la inteligencia comercial: caso practico exportaciones ecuatorianas”*, su objetivo es determinar la importancia de la inteligencia comercial de las empresas exportadoras y ecuatorianas, concluye que: Business Intelligence es la mejor opción para garantizar el éxito de una empresa en el mundo globalizado ya que ayuda en la toma de decisiones e implementación de técnicas de comercio exterior. Se debe tener en cuenta que para que los usuarios puedan observar y utilizar estas herramientas, deben tener acceso a las tecnologías de la información disponibles en diferentes entidades profesionales (p. 51).

2.1.2. Nacionales

López & Palpa (2022) en su tesis titulada *“relación entre el uso de inteligencia comercial y la importación de máquinas expendedoras en la ciudad de Huancayo de la empresa Econovending, 2018 – 2019”*, su objetivo es identificar la relación entre el uso de inteligencia de negocios y la importación de máquinas expendedoras por parte de la empresa Econovending en Huancayo, 2018-2019, nivel descriptivo, cuantitativo y diseño transaccional no experimental, su población y muestra es 14 trabajadores, concluye que: El proceso exploratorio

incluyó un análisis de la selección previa de proveedores y una indagación para la selección de un sistema operativo que ayudara a predecir las estrategias de venta o búsqueda de información, lo que se traduciría en un aumento del número de clientes y máquinas expendedoras, con importaciones, ya que 14 rubros realizados En forma investigativa, según estadísticas de Spearman, se concluye que el proceso de exploración está directamente relacionado con la importación de máquinas expendedoras de la empresa Econovending S.A.C, ya que el rs calculado es mayor al rs teórico ($0.752 > 0.543$) y a su vez, debido a que el p-valor es menor que Alpha ($p= 0.000 < \alpha = 0.05$), por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_a) (p. 89).

Madrid (2021) en su tesis titulada *“la inteligencia comercial y su relación con el desarrollo empresarial de la empresa Madrid contadores & auditores de Magdalena del Mar: 2018”*, su objetivo es identificar la relación entre inteligencia de negocio y desarrollo de negocio para las firmas de contadores y auditores de Madrid, de nivel descriptivo y correlacional, tipo no experimental, su población y muestra la conforman los 25 trabajadores de la empresa, concluye que: La inteligencia de negocios es un conjunto de procesos y técnicas que facilitan la recolección rápida de datos de los sistemas de información para su análisis e interpretación con el fin de utilizarlos para la toma de decisiones y dar a conocer a los líderes empresariales en beneficio de la organización. Como resultado, solo el 36% de los empleados encuestados en Madrid, Contadores & Auditores consideran normal la relación existente entre inteligencia de negocio y desarrollo de negocio (p. 84).

Carhuapoma (2021) en su tesis titulada *“la inteligencia comercial y su incidencia en la exportación de las empresas agropecuarias de la región Piura,*

2021”, su objetivo es determinando Cómo Afecta la Inteligencia de Negocios a las Exportaciones de las Empresas Agropecuarias de la Región Piura 2021, diseño no experimental de corte transversal, tipo básico, nivel descriptivo y correlacioal, su población y muestra la conforman 124 empresas, concluye que: Determinamos que la inteligencia comercial afectó las exportaciones de las empresas agropecuarias de la región Piura 2021, ya que el 87,23% de las empresas nunca tuvo dificultades con el trámite documental y sus bienes nunca fueron decomisados por falta de información comercial o por mala conducta. La clasificación arancelaria del producto no es la correcta, como se puede observar en los resultados de la Figura 3, el 70,21% de las empresas no tuvo problemas para negociar los términos, lo que significa que están utilizando suficiente inteligencia comercial, por lo que negociaron con éxito (p. 62).

Chafloque (2020) en su tesis titulada *“desarrollo de una solución tecnológica de inteligencia comercial para analizar las exportaciones en la región de Lambayeque periodo 2015-2020”*, su objetivo es desarrollo de soluciones tecnológicas de inteligencia de negocios para analizar las exportaciones de la región Lambayeque 2015-2020, su diseño es cuasi experimental, de tipo aplicada, concluye que: Se concluyó que es importante la información que brinda el gobierno central a través del gobierno abierto, es decir, datos abiertos liberados por el estado para su procesamiento, con el objetivo de crear escenarios para una adecuada debida diligencia en los negocios internacionales, para lo cual se desarrolló una solución tecnológica, aduanas a través del portal de la SUNAT (p. 48).

Aldave (2018) en su tesis titulada *“inteligencia comercial y su incidencia en la comercialización de palta de la empresa Agrokasa del distrito de Supe Pueblo,*

periodo 2017”, su objetivo es entendiendo cómo la inteligencia de negocios afecta la comercialización de paltas en Agrokasa, Distrito de Supe, 2017, su población está conformada por 750 trabajadores y su muestra por 254, concluye que: Los resultados muestran que la accesibilidad de la información obtenida por los colaboradores de una empresa utilizando herramientas tecnológicas incide directamente en el 81,9% de las ventas de productos de la empresa al mercado nacional e internacional (p. 73).

2.2. Bases teóricas

2.2.1 Inteligencia comercial

Definición:

La inteligencia artificial continúa por ser un ensayo de reproducir la capacidad del cerebro de un individuo, sin embargo, sin sus contratiempos ni sus debilidades. Escribirlo: con más memoria, mayor capacidad de análisis y falta de errores y bases mentales. Y la capacidad de negocios tiene una gran relación con el procedimiento en cuestión, ya que es la que obtiene las informaciones y las transforma en datos para luego tomar las decisiones correctas... y, por supuesto, para aumentar las ventas (Upbe, 2023).

La inteligencia comercial es la suma de métodos, procedimientos y herramientas de administración de empresas. La ejecución de un análisis de inteligencia de mercado es la primera etapa que todas las compañías tienen que ejecutar en el momento de entrar en un comercio o bien para aumentar su porcentaje en el comercio mundial. El procedimiento consiste en la recolección y tratamiento adecuado de la información que requiere la compañía para tomar una decisión (expoberto, 2022).

La inteligencia comercial, o Business Intelligence, se trata de convertir las cifras que se obtienen de manera cotidiana en conocimiento.

Se entiende por business intelligence (BI) o inteligencia de negocios, una combinación que hace uso del análisis de negocios, la minería de datos, la visualización de datos, las herramientas y las infraestructuras de datos, y que están recomendadas por los expertos para apoyar a las empresas en la toma de decisiones que se basan en los datos. En la realidad, comprendes que posees una mente comercial moderna en el momento en que posees una percepción integral de la información de tu compañía y utilizas esa información para generar el cambio, remover las inercias y adecuarse velozmente a las transformaciones del mercado o de la fuente (Tableau, 2023).

El objetivo principal, a través de esta actividad, es examinar la manera en la que se flujo la información desde las fuentes hasta los usuarios, intentando optimizar recursos y tiempos, y de esta forma contribución a la elaboración de decisiones (Salesland, 2021).

Procesos de la IC:

- Minería de datos: El uso de herramientas de análisis, estadística y aprendizaje automático para hallar las corrientes en grandes grupos de información.
- Elaboración de informes: Comunicar el estudio de cifras a las partes interesadas con el fin de que estas últimas puedan arribar a una conclusión y tomar una decisión.
- Referencias de valor y métricas de desempeño: A fin de comparar los resultados actuales con los históricos, es habitual utilizar herramientas

de análisis personalizadas, en este caso, para el seguimiento de la evolución en función de los objetivos.

- Descriptivo: el uso de un estudio de información inicial para precisar qué sucedió.
- Generación de consulta: Para extraer las contestaciones de las colectivas de información, la BI hace preguntas específicas acerca de la información.
- Análisis estadístico: Recibir los resultados de un análisis narrativo y ampliar aún más la información a través de las estadísticas para entender cómo se produjo esta corriente y por qué.
- Visualización de información: Transformar la recolección de información en representaciones visuales, como, por ejemplo, tablas, gráficos y histogramas, con el fin de facilitar la comprensión de la información.
- Análisis visual: Investigar datos a través de la representación visual para contar ideas acerca de la marcha y continuar en el curso de la investigación.
- Organizar los datos: Recoger varios registros de datos, identificando las características y medidas, y luego prepararlos para el estudio de los datos.

Beneficios:

- Mayor eficiencia: Tener una presencia global para una empresa optimiza sus procesos y operaciones generales. No sirve de nada obtener muchos clientes potenciales para su SaaS si no descubre que su departamento de ventas no tiene los recursos para administrarlos.

- Análisis más profundo: al analizar datos de fuentes internas y externas de la empresa de CRM, redes sociales, datos demográficos o estacionales, puede obtener información más precisa.
- Facilidad para predecir y resolver problemas: Business Intelligence no solo proporciona información sobre el pasado y el presente, sino también sobre el futuro. También permite realizar previsiones, anticipar problemas y diseñar estrategias más efectivas. Por ejemplo, si sabes que tus ventas siempre aumentarán a principios de año, podrás preparar mejor tus campañas de marketing y contratar más personal para no perder volumen.
- Mejor gestión del conocimiento interno de la empresa: Toda la información obtenida se almacena en un historial, accesible y organizada para que se pueda consultar fácilmente cuando se requiera y se puedan tomar decisiones rápidas y eficientes.
- Servicio al cliente mejorado: La base de datos generada por inteligencia comercial centraliza toda la información de su negocio y está siempre actualizada. Esto facilita la atención al cliente online y telefónica y facilita la implementación de una estrategia de atención al cliente, ya sea multicanal u omnicanal.

Dimensiones:

Bassat (2011) menciona que la doctrina de inteligencia de negocios es una doctrina dependiente que incluye todo tipo de inteligencia que requiere inteligencia de negocios para agrupar cosas que se han hecho. Según las investigaciones, la influencia de dicha inteligencia, incluidas las matemáticas, la

política y la inteligencia comercial, en el interior de las costumbres de los empresarios ahora parece formarse en la inteligencia comercial.

- Investigación de Mercado: Depende de qué tan profundos sean los atributos del objeto que se investiga para poder pensar profundamente en el entorno en el que se está vendiendo, por lo que es importante tener una estrategia precisa para hacerlo en la organización.
- Competitividad: Se refiere a la forma en que una empresa se diferencia de sus competidores, considerada un elemento esencial de diferenciación. Por lo tanto, realiza investigaciones sobre su entorno, se alinea con la organización para vencer a la competencia y optimiza los procesos dentro de la organización para gestionar la entrega a los clientes objetivo con buena calidad.
- Toma de decisiones: es una serie de pasos de actividades encaminadas a solucionar las dificultades surgidas en el entorno, teniendo en cuenta dudas, contingencias, etc., lo que se refleja en la calidad del producto final, por ello, es importante estudiar detenidamente los planes a implementar, para no tener un impacto negativo en la empresa.

Inteligencia comercial en la exportación:

Rojas (2018) menciona que las empresas cometen errores cuando implementan inteligencia de negocios y la aplican donde no es adecuado anticipar las respuestas y expectativas de los consumidores internacionales. En este sentido, la inteligencia de negocios se caracteriza por ser una herramienta táctica para las empresas que ayuda en la toma de decisiones y motiva a las empresas a obtener una ventaja competitiva en los mercados en los que operan.

En el contexto de los exportadores, la generación de inteligencia comercial incluye la obtención de información sobre las necesidades de los clientes internacionales y las prácticas de los competidores en los mercados extranjeros. Asimismo, contiene los departamentos necesarios para trasladar dicho conocimiento a la toma de decisiones corporativas, que requieren una organización interdepartamental.

No obstante, tener algún conocimiento del estado actual del país y del mercado reducirá las dudas de los responsables de las actividades de exportación y reducirá las barreras psicológicas asociadas a mejorar las actividades de comercio internacional. Así, la inteligencia de negocios brinda a los responsables de exportar el conocimiento de la influencia de la distancia que obtienen en el marketing de la empresa, reduciendo dudas relacionadas con la toma de decisiones y haciendo que las empresas estén menos dispuestas a cambiar factores de mercado. producto o servicio (Rojas, 2021).

2.2.2 Exportación

Definición:

Las exportaciones son bienes y servicios producidos en un país y vendidos a compradores en otro país. Estos, junto con las importaciones, constituyen el comercio internacional. Los países a menudo buscan intencionalmente mercados extranjeros en todo el mundo para comerciar, en lugar de dentro de sus fronteras geográficas, lo que aumenta los ingresos y las oportunidades comerciales (Adex, 2023).

Este es un sistema que se conoce desde la antigüedad. La palabra exportación se deriva de la palabra latina "exportatio" y se refiere al acto de enviar y recibir

bienes y mercancías, cuyo resultado final afecta las ganancias de la empresa o país emisor. Existen diferentes procedimientos o variedades de exportación: por ejemplo, de una empresa matriz a una sucursal en otro país (Montes, 2020).

En una economía de exportación, se pueden considerar operaciones comerciales que impliquen el transporte de bienes o servicios fuera del territorio nacional. El envío también se puede realizar por cualquier medio de transporte habitual, como marítimo, terrestre o aéreo. La exportación supone el movimiento legal de bienes y servicios de un territorio aduanero a otro. Un territorio aduanero puede corresponder a un país o a un bloque económico (Significados.com, 2021).

Exportaciones en el siglo XX:

En la vida moderna, cada país ha hecho sus propias leyes de acuerdo a sus propios intereses y necesidades. Es una de las principales fuentes de ingresos de un país. Por lo tanto, los gobiernos quieren proteger a sus propios productores colocando barreras a las importaciones, como imponer impuestos o aranceles extremadamente altos, que lógicamente afectan a los países productores y a los países productores únicos.

Un país como Venezuela es un ejemplo. Históricamente, el país ha dependido en gran medida de las exportaciones de petróleo. Por lo tanto, es previsible que ante cambios en la demanda mundial de petróleo o problemas con otros países pueda afectar seriamente su economía. Pero al mismo tiempo, la creciente demanda puede generar muchos ingresos para la economía. Otro aspecto a considerar es el comercio ilícito como el tráfico de drogas y de armas, que obviamente nunca se puede catalogar como “exportación” porque dicha

actividad queda fuera del marco legal. Asimismo, existen exportaciones de bienes no tangibles como los bienes bancarios.

Beneficios de la exportación:

Las exportaciones son uno de los componentes que se utilizan para calcular el Producto Interno Bruto (PIB), junto con las importaciones conforman la balanza comercial del país.

La balanza comercial es la diferencia entre exportaciones e importaciones, y puede ser positiva (si se exportan más exportaciones que importaciones) o negativa.

En el marco más general del país, conforma lo que se conoce como balanza de pagos, el estudio de las transacciones de divisas en el exterior, ya sea unidireccional o inversa, un componente importante de esta es la balanza en cuenta corriente.

En términos más simples, este saldo es sumamente importante porque si es positivo y el país exporta más de lo que importa, entonces recibe más dinero (moneda extranjera) de lo que paga, de lo contrario pierde Moneda extranjera hay que aportarla al mundo. Mantener esto crea un desequilibrio porque hay que adquirir estas divisas a través de préstamos u otro tipo de medios.

Las actividades exportadoras obligan a las empresas a combinar innovación y mejoras tecnológicas y a prestar atención a la calidad y cantidad de la producción para satisfacer plenamente las necesidades y requerimientos de los mercados externos en los que adquieren sus bienes y servicios.

Exportación de arándanos en el Perú:

Las exportaciones de arándanos peruanos son muy exitosas en 2022, y se espera que las ventas finales alcancen los 1500 millones de USD, un aumento del 30 % con respecto al año anterior. Según la Asociación de Exportadores (ADEX), mi país se convertirá a fin de año en el principal exportador mundial del producto. Las buenas expectativas se basan en el buen comportamiento de la actividad productiva y la gran distancia con el segundo exportador de arándanos (España) (Figueredo, 2022).

Las exportaciones de arándanos ya han superado los niveles previos a la pandemia, lo que es bueno para la demanda, ya que las condiciones de consumo posteriores a la pandemia apuntan a un mayor consumo del producto que promueve la salud. Sin embargo, a pesar de la enorme capacidad productiva del Perú, aún existen algunos desafíos pendientes en el sector logístico que deben ser abordados para asegurar un mejor desempeño en el 2023.

Actualmente, Perú es considerado uno de los países con mejor manejo de las nuevas tecnologías para el cultivo de arándanos. Por ello, empresas como Inka's Berries no solo se centran en el cultivo de frutas, sino también en el desarrollo de nuevas variedades (Gestión, 2022)

Dimensiones:

- **Exportación directa:** Las exportaciones pueden ser realizadas directamente por la empresa productora o indirectamente a través de intermediarios. La exportación directa es entonces una estrategia en la que la propia empresa se encarga del proceso de exportación, pudiendo controlar simultáneamente el proceso de comercialización y conocer el mercado internacional, para lo cual el vendedor puede aportar un

comprobante, un agente comercial, un distribuidor. empresa o una subsidiaria comercial (Aduanero, 2022).

- **Exportación indirecta:** La exportación indirecta implica el uso de intermediarios (comercio, comercializadores) encargados de la comercialización, distribución y venta de los productos exportados a sus mercados de destino. Sin duda, esta persona debe ser alguien en quien se confíe plenamente y que tenga resultados que la respalden, ya que, si esta persona no puede cumplir y mantener los requisitos mínimos de la empresa, entonces se pierde credibilidad. También puede ser una ventaja si el comerciante cumple con todos los requisitos que buscas (Aduanero, 2022)
- **Exportación concertada:** Este tipo de exportación implica crear sinergia entre diferentes empresas, como empresas manufactureras, con el objetivo de aumentar la penetración en el mercado externo, aumentando así las ventas, compartiendo experiencia y conocimiento, y generando una situación de ganar-ganar (Aduanero, 2022)

2.3. Definición de términos básicos

Análisis:

Se le llama análisis de mercado al procedimiento de conseguir información importante acerca del sector en donde tu compañía trabaja o aspira a trabajar. En él se examinan las circunstancias actuales del comercio (a nivel macroeconómico y microeconómico) con el fin de tomar decisiones de interés y que generen ganancias para tu compañía (Lopez & Palpa, 2022).

Competitividad:

Se refiere a la forma en que una empresa se diferencia de sus competidores, considerada un elemento esencial de diferenciación (Salesland, 2021).

Compra:

Una compra es un procedimiento que genera una troca. Esta se exhibe en oposición a un procedimiento que se llama venta. En esta, el comprador compra un producto o servicio que desea, por un precio y una compensación por el mismo. Esta compensación puede ser económica, a través de un pago monetario. A diferencia, adicionalmente, también sería una compra cuando se pagara por un bien o servicio específico (Coll, 2022)

Definir problemas y objetivo:

Aquí se trata de definir cuál es el problema y que se quiere lograr con la investigación de mercado, esto enfocado a incrementar la competitividad de la empresa en el mercado a través de la innovación (Adex, 2023).

Empresa local:

Las compañías de la zona son aquellas que llevan a cabo su labor dentro de un ámbito geográfico específico, que puede ser una localidad, un pueblo, un estado o un municipio. Estas compañías son muy importantes debido a que apoyan la economía de la zona, crear empleos y proporcionar capacidad para proveer a la población (económica, 2022)

Empresa extranjera:

Una compañía foránea es una organización que comercializa sus productos o servicios en una nación distinta al lugar en donde se creó originalmente. La denominación de una compañía que comercializa sus productos o servicios en

territorios extraños a su ámbito original, suele ser también considerada como compañía extranjera (Chavez, 2022).

Exportación:

Las exportaciones son bienes y servicios producidos en un país y vendidos a compradores en otro país. Estos, junto con las importaciones, constituyen el comercio internacional (Adex, 2023).

Exportación directa:

Las exportaciones pueden ser realizadas directamente por la empresa productora o indirectamente a través de intermediarios (Aduanero, 2022).

Exportación indirecta:

La exportación indirecta implica el uso de intermediarios (comercio, comercializadores) encargados de la comercialización, distribución y venta de los productos exportados a sus mercados de destino (Upbe, 2023).

Exportación concertada:

Este tipo de exportación implica crear sinergia entre diferentes empresas, como empresas manufactureras, con el objetivo de aumentar la penetración en el mercado externo, aumentando así las ventas, compartiendo experiencia y conocimiento, y generando una situación de ganar-ganar (Aduanero, 2022)

Exportación canguro:

La distribución equitativa o en sentido inverso (acuerdo de reciprocidad comercial), se produce cuando una compañía con poca experiencia en el ámbito de la exportación, o carente de recursos, acuerda comercializar sus productos a través de

la misma estructura y red de distribución de otra compañía más experimentada en el ámbito global (CEUPE, 2022).

Innovación:

En términos específicos, es una acción que mediante la cual se transforma, se actualiza o se renueva una cosa, servicio o producto con el fin de generar un nuevo valor. La innovación tiene una relación muy cercana con la capacidad de ganar a largo plazo que tienen las compañías (Zendesk, 2023)

Inteligencia comercial:

La inteligencia comercial es la suma de métodos, procedimientos y herramientas de administración de empresas. La ejecución de un análisis de inteligencia de mercado es la primera etapa que todas las compañías tienen que ejecutar en el momento de entrar en un comercio o bien para aumentar su porcentaje en la comercio mundial (expoberto, 2022).

Investigación de Mercado:

Depende de qué tan profundos sean los atributos del objeto que se investiga para poder pensar profundamente en el entorno en el que se está vendiendo (Lopez & Palpa, 2022).

Potenciadores eficientes:

El propósito de cada compañía es poseer un staff de personas altamente calificadas, con un grado de efectividad que genere el desarrollo de la compañía y la correcta posición en el mercado. A pesar de ello, cuando un grupo se encuentra desamparado su capacidad de producción en una compañía decae, esto tiene un efecto significativo sobre la compañía (Adex, 2023).

Post venta:

La acción de postventa se comprende como la totalidad de las acciones que realiza la marca con el cliente luego de que éste haya hecho la compra. Lo cual sirve para determinar el nivel de contentamiento del cliente y, por ende, perfeccionar su vivencia (Zendesk, 2023).

Pre venta:

Las preventas son un sistema de comercialización en el que los consumidores encomian un producto con anterioridad, haciendo que se les sea adjudicado un precio especial. Es una táctica que tienen las compañías a disponibilidad para entregar sus productos con anterioridad a que estos sean puestos a disposición del público en general (CEUPE, 2022).

Toma de decisiones:

Es una serie de pasos de actividades encaminadas a solucionar las dificultades surgidas en el entorno, teniendo en cuenta dudas, contingencias, etc. (Aldave, 2018).

2.4. Hipótesis**2.4.1. Hipótesis general**

La inteligencia comercial se relaciona con la exportación de la empresa Inka's Berries, Huaura – 2023.

2.4.2. Hipótesis específicas

La competitividad se relaciona con la exportación de la empresa Inka's Berries, Huaura – 2023.

La toma de decisiones se relaciona con la exportación de la empresa Inka's Berries, Huaura – 2023.

La investigación de mercado se relaciona con la exportación de la empresa Inka´s

Berries, Huaura – 2023.

2.5. Operacionalización de variables

Según Bassat (2011) indica que las dimensiones de la Inteligencia comercial son:

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
V1: Inteligencia Comercial	Competitividad	Requerimientos básicos Potenciadores eficientes Innovación	1, 2, 3	Likert
	Toma de decisiones	Pre venta Compra Post venta	4, 5, 6	Likert
	Investigación de mercado	Define el problema y objetivo Desarrolla el plan Recolecta información Analiza Toma decisión	7, 8, 9, 10, 11	Likert

Según Marín Martínez (2012) indica que las dimensiones de la exportación son:

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
V3: Exportación	Exportación directa	Empresa local Empresa extranjera	12, 13	Likert
	Exportación indirecta	Empresa local Empresa intermediaria Empresa extranjera	14, 15, 16	Likert

	Exportación concertada	Exportación Canguro Consortio de exportación Joint-venture	17, 18, 19	Likert
--	------------------------	--	------------	--------

CAPITULO III METODOLOGIA

3.1 Diseño Metodológico

3.1.1 Tipo de Investigación

“La investigación básica consiste en mantener conocimientos y realizarlos en la práctica además de mantener estudios científicos con el fin de encontrar respuesta a posibles aspectos de mejora en situación de la vida cotidiana” (Gerena, 2010). El tipo de investigación que se llevará a cabo es básica.

3.1.2 Nivel de Investigación

“La utilidad y el propósito principal de los estudios correlacionales son saber cómo se puede comparar un concepto o variable conociendo el comportamiento de otras variables relacionadas” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). El nivel de investigación que se trabajará en la investigación es descriptivo y correlacional.

3.1.3 Diseño

Según Arias (2012) indica que “el diseño de investigación es la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado” (p. 27). El diseño de investigación es no experimental.

3.1.4 Enfoque

Hernández, Fernández, & Baptista (2014) definen que el enfoque cuantitativo es “la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de

comportamiento y probar teorías”. El enfoque de investigación es cuantitativo.

3.2 Población y Muestra

3.2.1 Población

La población está conformada por los trabajadores de Inka´s Berries con un total de 300 trabajadores en el distrito de Santa María, basándonos en la planilla facilitada por el área de recursos humanos de la empresa.

3.2.2 Muestra

La Muestra está conformada por:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N - 1) \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

n= Tamaño de muestra

N= Población = 300

Z= 1.96

p= 0.5

q= 0.5

E= 0.5

Reemplazando valores de la fórmula se tiene:

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5) \cdot (300)}{(300 - 1) \cdot 0.5^2 + 1.96^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}$$

$$n = 170$$

3.3 Técnicas de recolección de datos

3.3.1 Técnicas a emplear

Para la recolección de datos se utilizará la encuesta.

3.3.2 Descripción de los instrumentos

El instrumento que se empleará es el cuestionario que consiste en una serie de preguntas que deben ser respondidas por las personas encuestados.

3.4 Técnicas para el procedimiento de la información

Excel v.2010, SPSS v.2.00

3.5 Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	METODOLOGIA
<p>PROBLEMA GENERAL: ¿Cómo se relaciona la inteligencia comercial y la exportación de la empresa Inka's Berries, Huaura – 2023?</p> <p>PROBLEMAS ESPECIFICOS: ¿Cómo se relaciona la competitividad y la exportación de la empresa Inka's Berries, Huaura – 2023? ¿Cómo se relaciona la toma de decisiones y la exportación de la empresa Inka's Berries, Huaura – 2023? ¿Cómo se relaciona la investigación de mercado y la exportación de la empresa Inka's Berries, Huaura – 2023?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Establecer como se relaciona la inteligencia comercial y la exportación de la empresa Inka's Berries, Huaura – 2023.</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS: Explicar cómo se relaciona la competitividad y la exportación de la empresa Inka's Berries, Huaura – 2023. Explicar como se relaciona la toma de decisiones y la exportación de la empresa Inka's Berries, Huaura – 2023. Explicar cómo se relaciona la investigación de mercado y la exportación de la empresa Inka's Berries, Huaura – 2023.</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL: La inteligencia comercial se relaciona con la exportación de la empresa Inka's Berries, Huaura – 2023.</p> <p>HIPOTESIS ESPECIFICOS: La competitividad se relaciona con la exportación de la empresa Inka's Berries, Huaura – 2023. La toma de decisiones se relaciona con la exportación de la empresa Inka's Berries, Huaura – 2023. La investigación de mercado se relaciona con la exportación de la empresa Inka's Berries, Huaura – 2023.</p>	<p>VARIABLE X Inteligencia Comercial</p> <p>VARIABLE Y Exportación</p>	<p>X1= Competitividad</p> <p>X2= Toma de decisiones</p> <p>X3= Investigación de mercado</p> <p>Y1= Exportación directa</p> <p>Y2= Exportación indirecta</p> <p>Y3= Exportación concertada</p>	<p>NIVEL DE INVESTIGACION: correlacional</p> <p>DISEÑO DE LA INVESTIGACION No experimental</p> <p>TIPO DE INVESTIGACION Básica</p> <p>ENFOQUE DE LA INVESTIGACION: Cuantitativo</p> <p>POBLACION: 2190 trabajadores</p> <p>MUESTRA: 69 trabajadores</p> <p>ESTADISTICO DE PRUEBA: Spss</p> <p>TECNICA: Encuesta</p> <p>INSTRUMENTOS: Cuestionario</p> <p>11 preguntas para medir la variable X</p> <p>8 Preguntas para medir la variable Y</p>

CAPITULO IV

ANALISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos de las variables

Tabla 1

¿Considera usted que la empresa Inka`s Berries tiene los requerimientos básicos para una buena exportación?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	34	20%
A veces	61	36%
Siempre	75	44%
TOTAL	170	100%

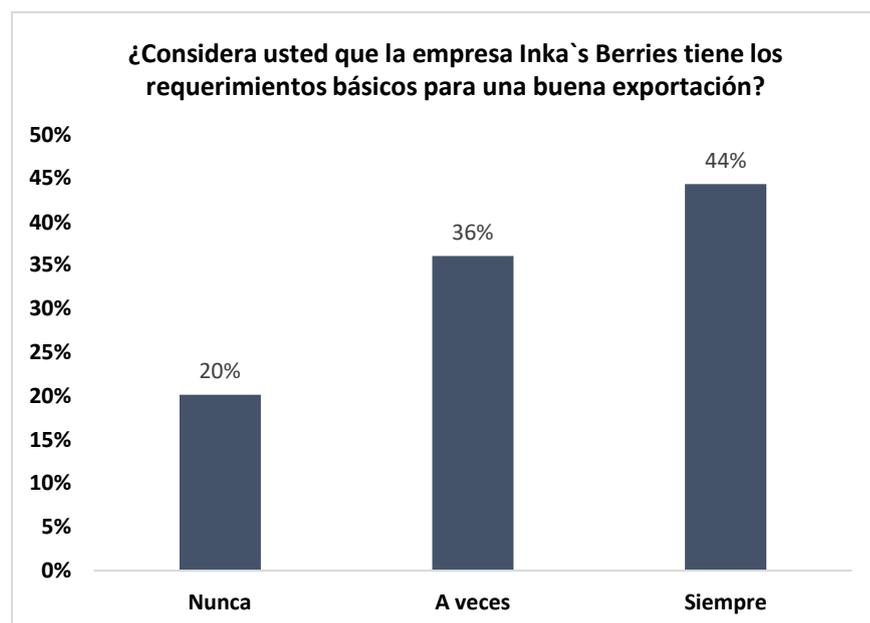


Figura 1 ¿Considera usted que la empresa Inka`s Berries tiene los requerimientos básicos para una buena exportación?

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 170 trabajadores de la empresa de los cuales: el 20% considera que nunca la empresa Inka`s Berries tiene los requerimientos básicos para una buena exportación, el 36% considera que a veces la empresa Inka`s Berries tiene los requerimientos básicos para una buena exportación y el 44% considera que siempre la empresa Inka`s Berries tiene los requerimientos básicos para una buena exportación.

Tabla 2

¿Considera usted que la empresa Inka`s Berries tiene los potenciadores eficientes para una buena exportación?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	27	16%
A veces	59	35%
Siempre	84	49%
TOTAL	170	100%

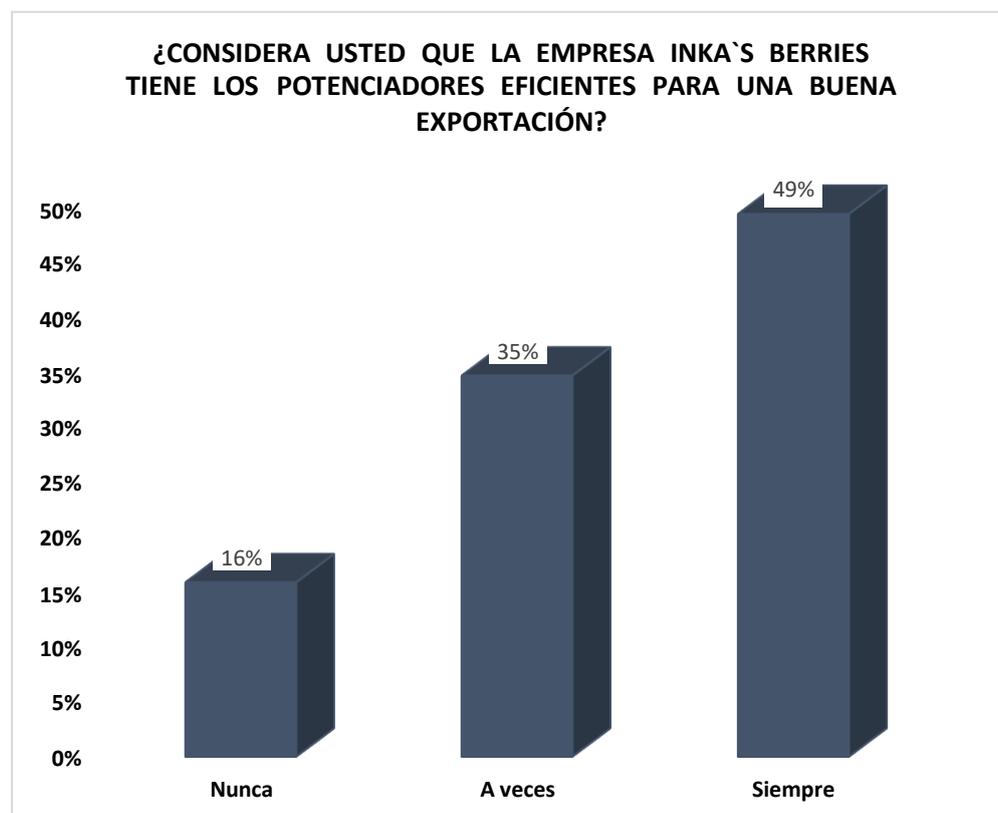


Figura 2 ¿Considera usted que la empresa Inka`s Berries tiene los potenciadores eficientes para una buena exportación?

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 170 trabajadores de la empresa de los cuales: el 16% considera que nunca la empresa Inka`s Berries tiene los potenciadores eficientes para una buena exportación, el 35% considera que a veces la empresa Inka`s Berries tiene los potenciadores eficientes para una buena exportación y el 49% considera que siempre la empresa Inka`s Berries tiene los potenciadores eficientes para una buena exportación.

Tabla 3

¿Considera usted que la empresa Inka`s Berries tiene aplica la innovación para una buena exportación?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	75	44%
A veces	69	41%
Siempre	26	15%
TOTAL	170	100%

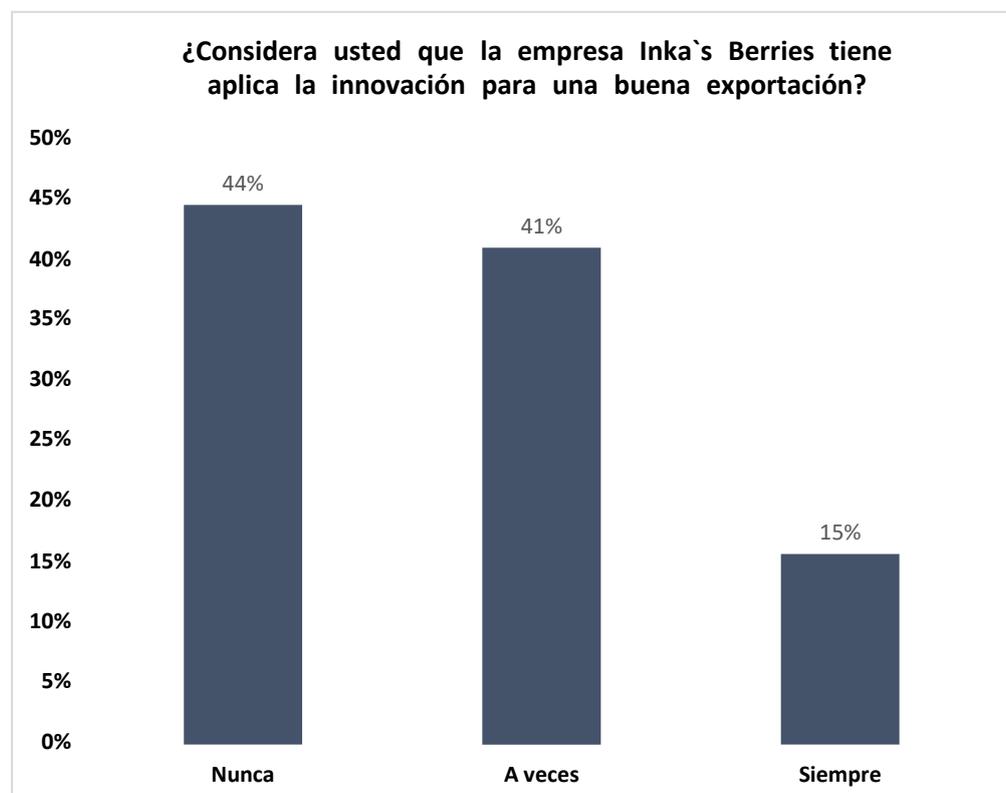


Figura 3 ¿Considera usted que la empresa Inka`s Berries tiene aplica la innovación para una buena exportación?

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 170 trabajadores de la empresa de los cuales: el 44% considera que nunca la empresa Inka`s Berries tiene aplica la innovación para una buena exportación, el 41% considera que a veces la empresa Inka`s Berries tiene aplica la innovación para una buena exportación y el 15% considera que siempre la empresa Inka`s Berries tiene aplica la innovación para una buena exportación.

Tabla 4

¿Considera usted que la pre venta de arándanos es importante antes de la exportación?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	46	27%
A veces	91	54%
Siempre	33	19%
TOTAL	170	100%

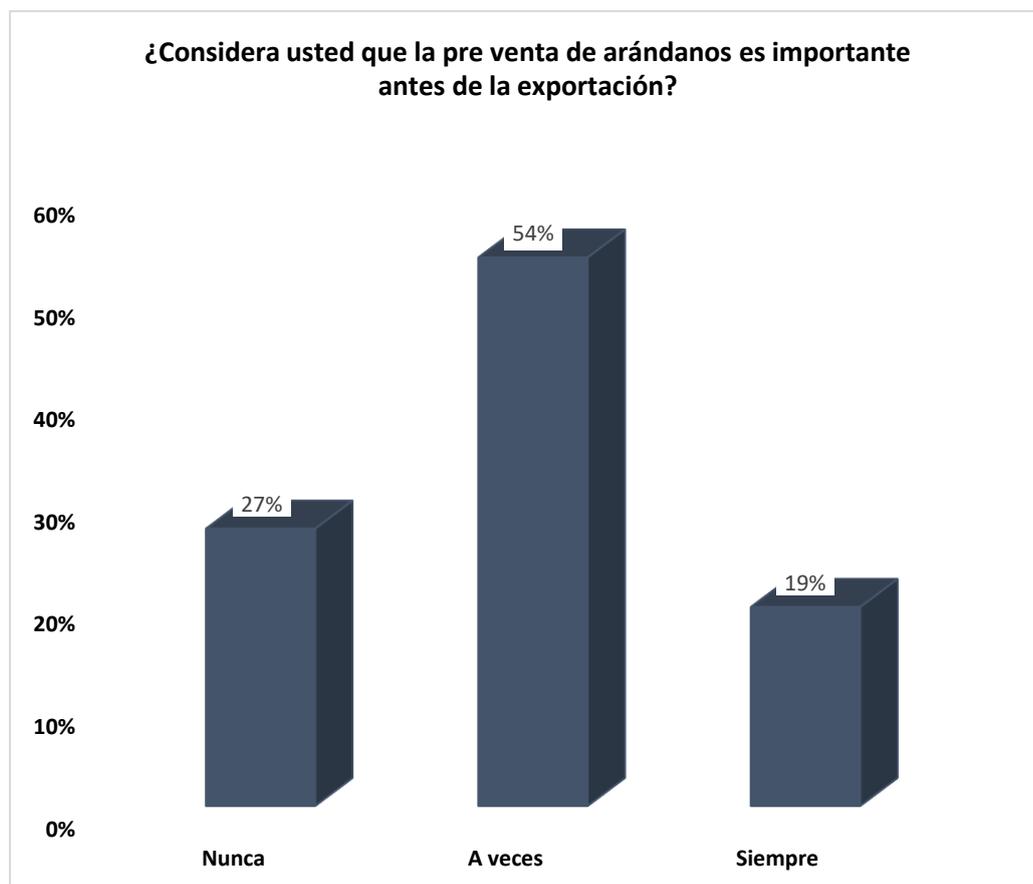


Figura 4: ¿Considera usted que la pre venta de arándanos es importante antes de la exportación?

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 170 trabajadores de la empresa de los cuales: el 27% considera que nunca la pre venta de arándanos es importante antes de la exportación, el 54% considera que a veces la pre venta de arándanos es importante antes de la exportación y el 19% considera que siempre la pre venta de arándanos es importante antes de la exportación.

Tabla 5

¿Considera usted que la pre compra de insumos básicos es importante antes de la exportación?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	24	14%
A veces	57	34%
Siempre	89	52%
TOTAL	170	100%

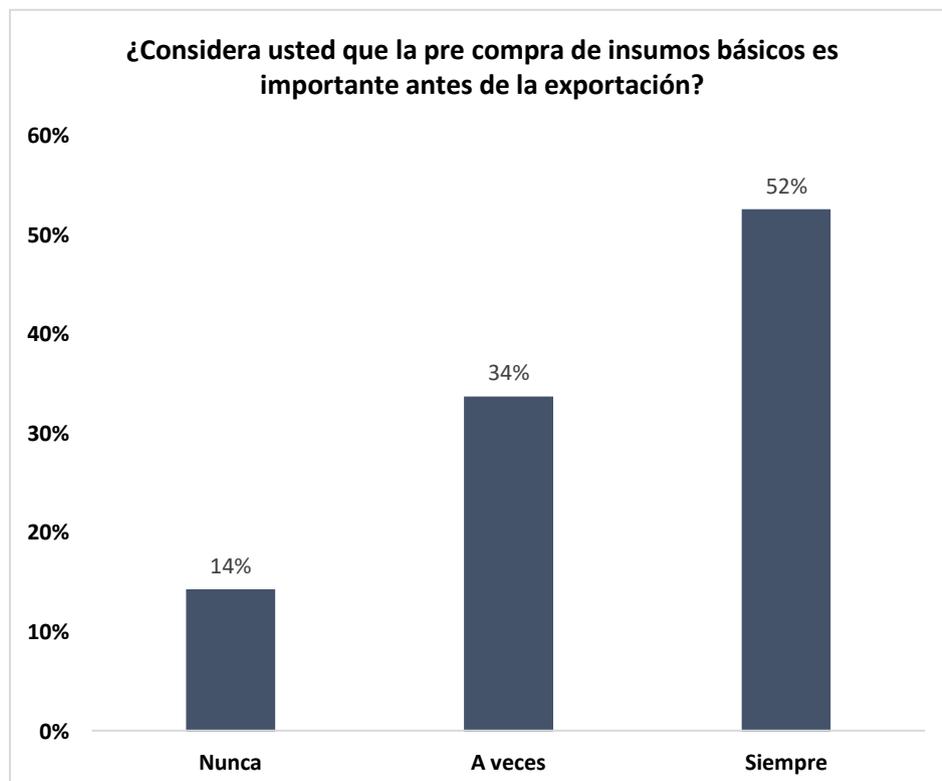


Figura 5 ¿Considera usted que la pre compra de insumos básicos es importante antes de la exportación?

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 170 trabajadores de la empresa de los cuales: el 14% considera que nunca el pre compra de insumos básicos es importante antes de la exportación, el 34% considera que a veces el pre compra de insumos básicos es importante antes de la exportación y el 52% considera que siempre el pre compra de insumos básicos es importante antes de la exportación.

Tabla 6

¿Considera usted que la post venta de arándanos es importante para la exportación?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	67	39%
A veces	82	48%
Siempre	21	12%
TOTAL	170	100%

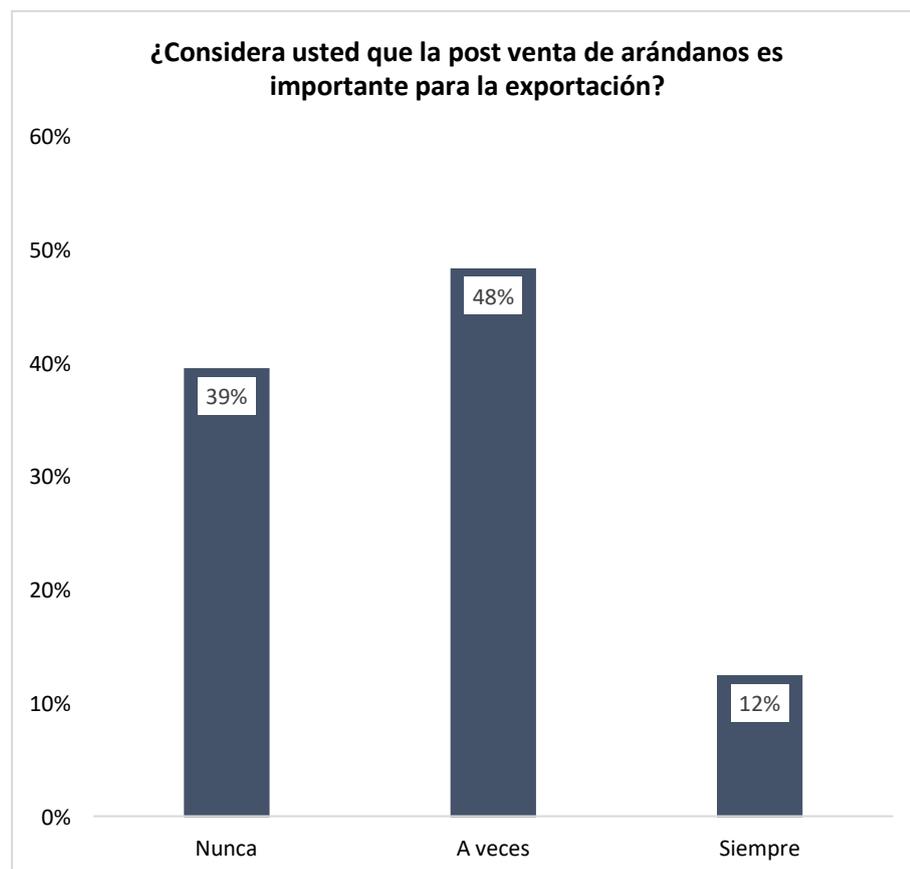


Figura 6 ¿Considera usted que la post venta de arándanos es importante para la exportación?

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 170 trabajadores de la empresa de los cuales: el 39% considera que nunca la post venta de arándanos es importante para la exportación, el 48% considera que a veces la post venta de arándanos es importante para la exportación y el 12% considera que siempre la post venta de arándanos es importante para la exportación.

Tabla 7

¿Considera usted que definir el problema y objetivo de investigación de mercado es importante para la exportación?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	34	20%
A veces	51	30%
Siempre	85	50%
TOTAL	170	100%

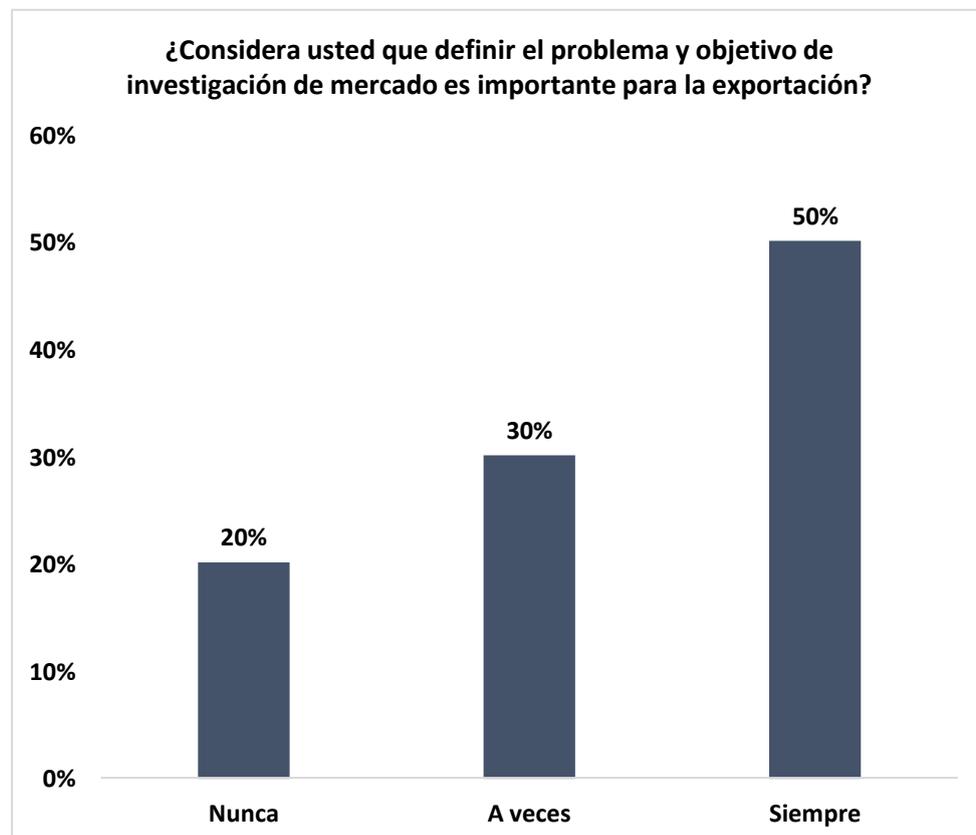


Figura 7 ¿Considera usted que definir el problema y objetivo de investigación de mercado es importante para la exportación?

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 170 trabajadores de la empresa de los cuales: el 20% considera que nunca definir el problema y objetivo de investigación de mercado es importante para la exportación, el 30% considera que a veces definir el problema y objetivo de investigación de mercado es importante para la exportación y el 50% considera que siempre definir el problema y objetivo de investigación de mercado es importante para la exportación.

Tabla 8

¿Considera usted desarrollar un plan es importante para la exportación de arándanos?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	46	27%
A veces	52	31%
Siempre	72	42%
TOTAL	170	100%

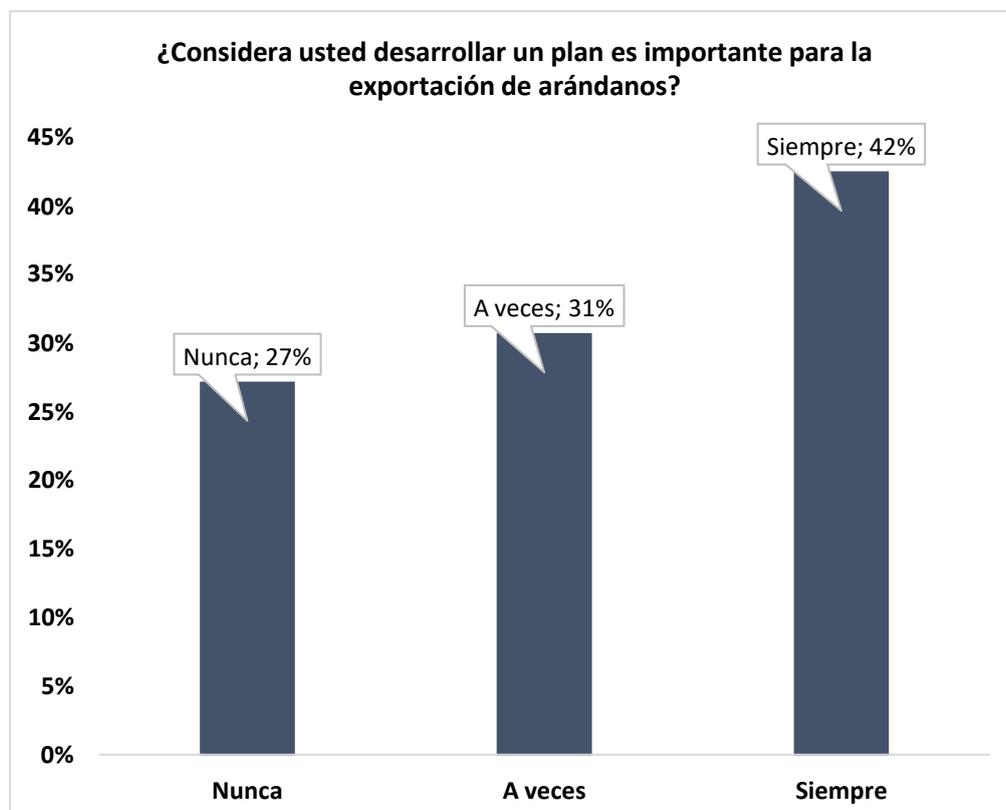


Figura 8; ¿Considera usted desarrollar un plan es importante para la exportación de arándanos?

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 170 trabajadores de la empresa de los cuales: el 27% considera que nunca desarrollar un plan es importante para la exportación de arándanos, el 31% considera que a veces desarrollar un plan es importante para la exportación de arándanos y el 42% considera que siempre desarrollar un plan es importante para la exportación de arándanos.

Tabla 9

¿Considera usted que recolectar información del mercado exterior es importante?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	15	9%
A veces	54	32%
Siempre	101	59%
TOTAL	170	100%

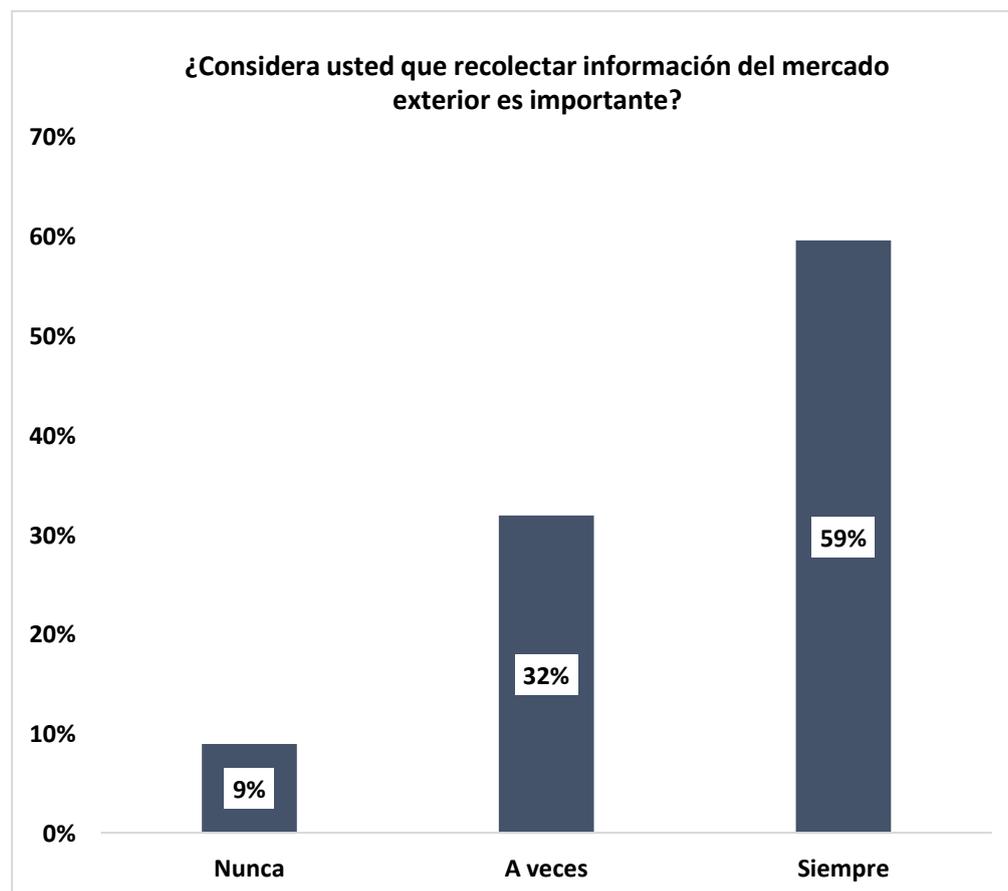


Figura 9 ¿Considera usted que recolectar información del mercado exterior es importante?

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 170 trabajadores de la empresa de los cuales: el 9% considera que nunca recolectar información del mercado exterior es importante, el 32% considera que a veces recolectar información del mercado exterior es importante y el 59% considera que siempre recolectar información del mercado exterior es importante.

Tabla 10

¿Considera usted que analizar el mercado exterior es importante antes de exportar?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	34	20%
A veces	58	34%
Siempre	78	46%
TOTAL	170	100%

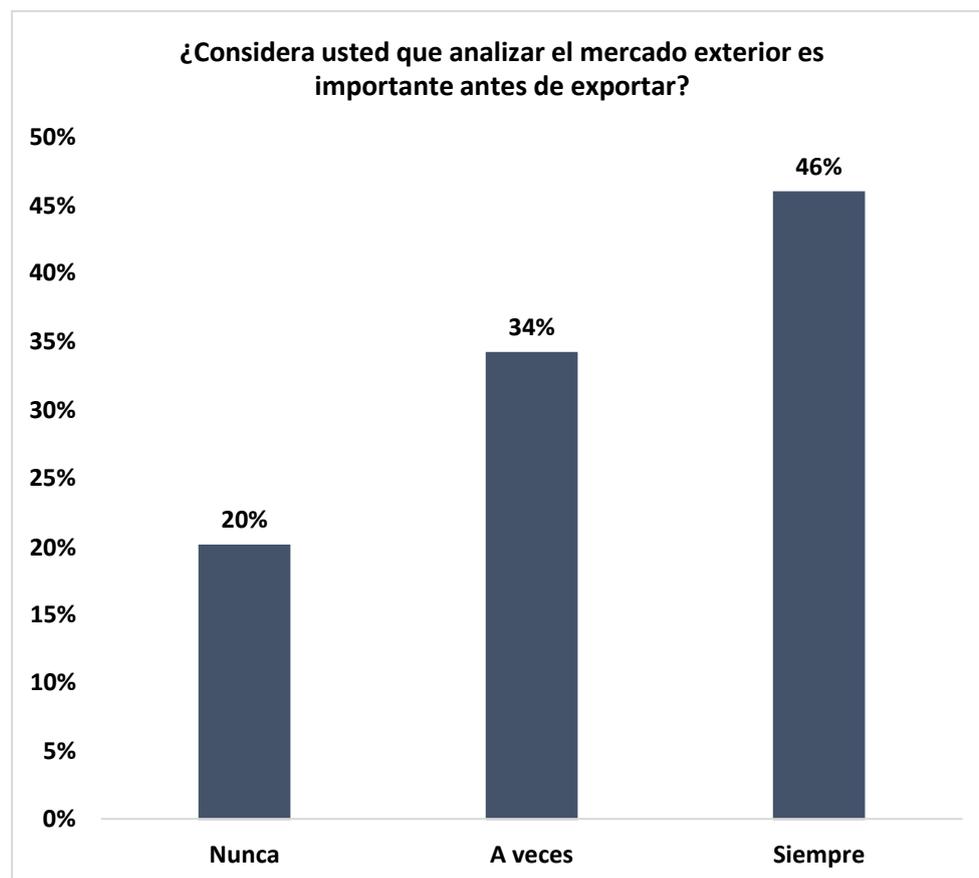


Figura 10 ¿Considera usted que analizar el mercado exterior es importante antes de exportar?

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 170 trabajadores de la empresa de los cuales: el 20% considera que nunca analizar el mercado exterior es importante antes de exportar, el 34% considera que a veces analizar el mercado exterior es importante antes de exportar y el 46% considera que siempre analizar el mercado exterior es importante antes de exportar.

Tabla 11

¿Considera usted que la toma de decisiones es importante antes de exportar?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	28	16%
A veces	39	23%
Siempre	103	61%
TOTAL	170	100%

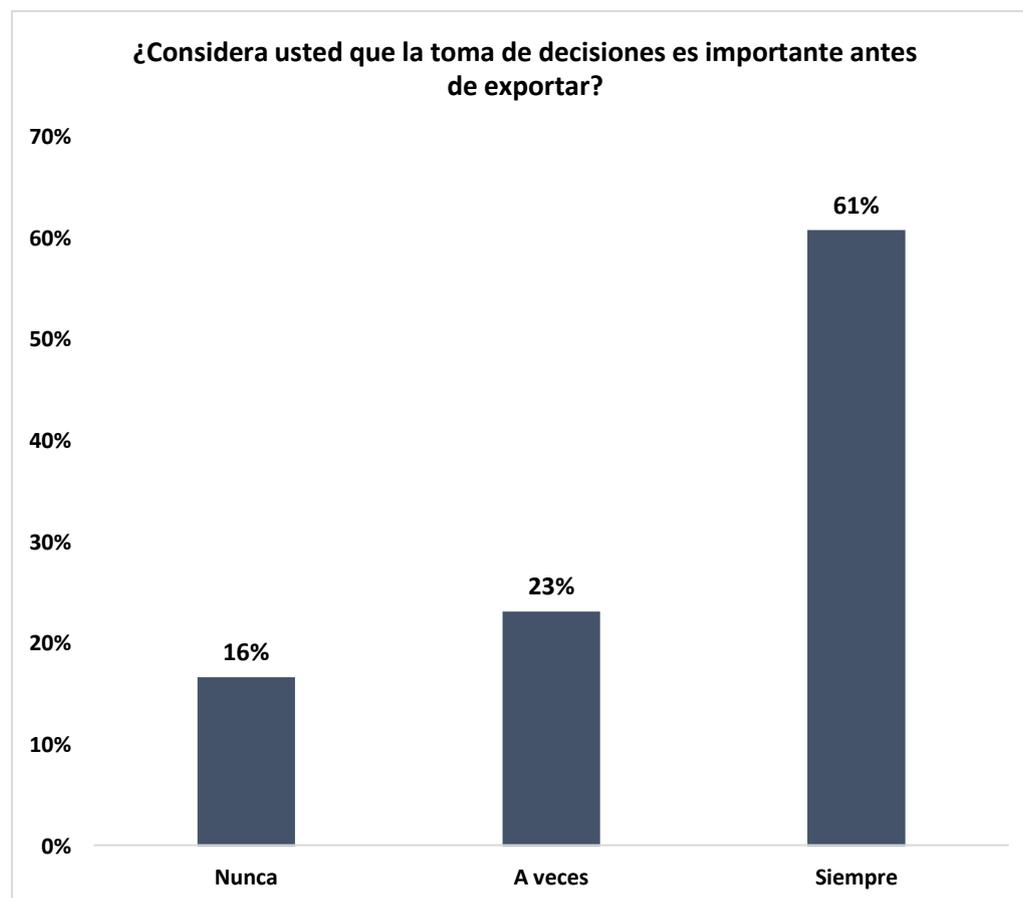


Figura 11 ¿Considera usted que la toma de decisiones es importante antes de exportar?

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 170 trabajadores de la empresa de los cuales: el 16% considera que nunca la toma de decisiones es importante antes de exportar, el 23% considera que a veces la toma de decisiones es importante antes de exportar y el 61% considera que siempre la toma de decisiones es importante antes de exportar.

Tabla 12

¿Considera usted que es mejor exportar a una empresa de contacto directo?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	34	20%
A veces	57	34%
Siempre	79	46%
TOTAL	170	100%

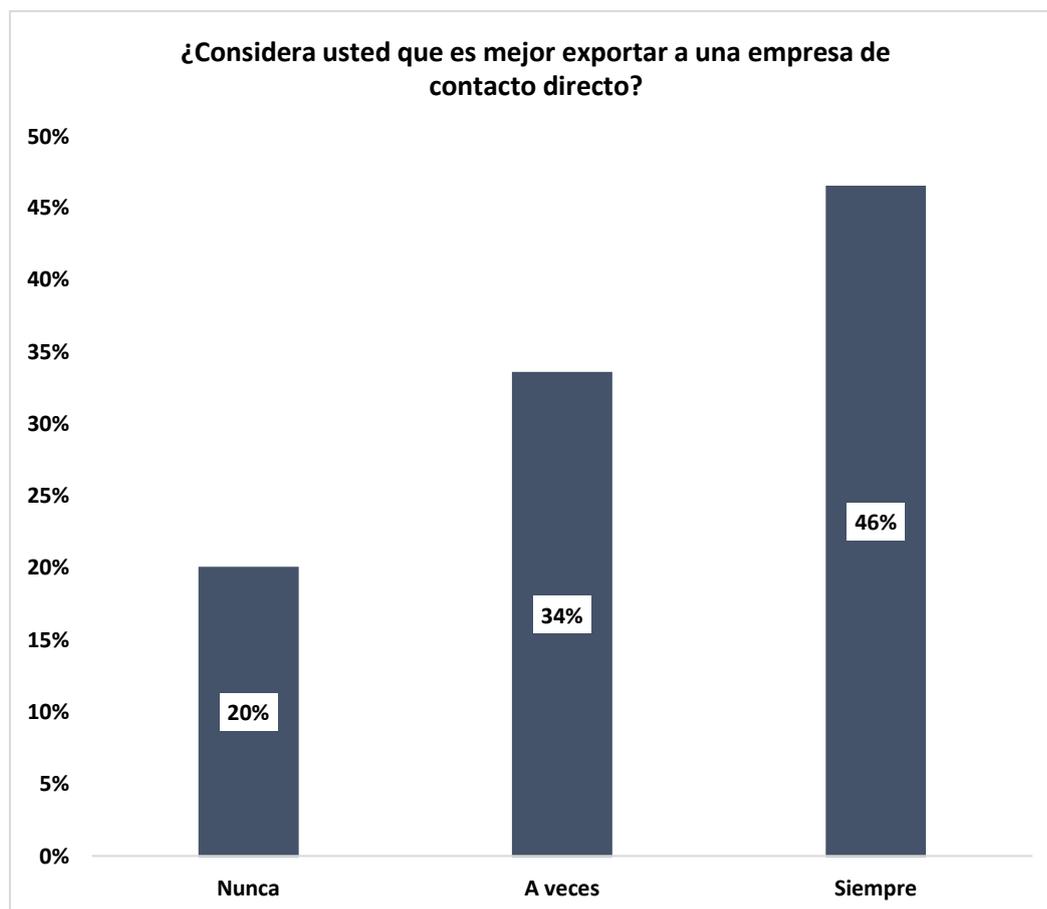


Figura 12 ¿Considera usted que es mejor exportar a una empresa de contacto directo?

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 170 trabajadores de la empresa de los cuales: el 20% considera que nunca es mejor exportar a una empresa de contacto directo, el 34% considera que a veces es mejor exportar a una empresa de contacto directo y el 46% considera que siempre es mejor exportar a una empresa de contacto directo.

Tabla 13

¿Considera usted que es mejor exportar a una empresa teniendo contacto intermediario?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	76	45%
A veces	69	41%
Siempre	25	15%
TOTAL	170	100%

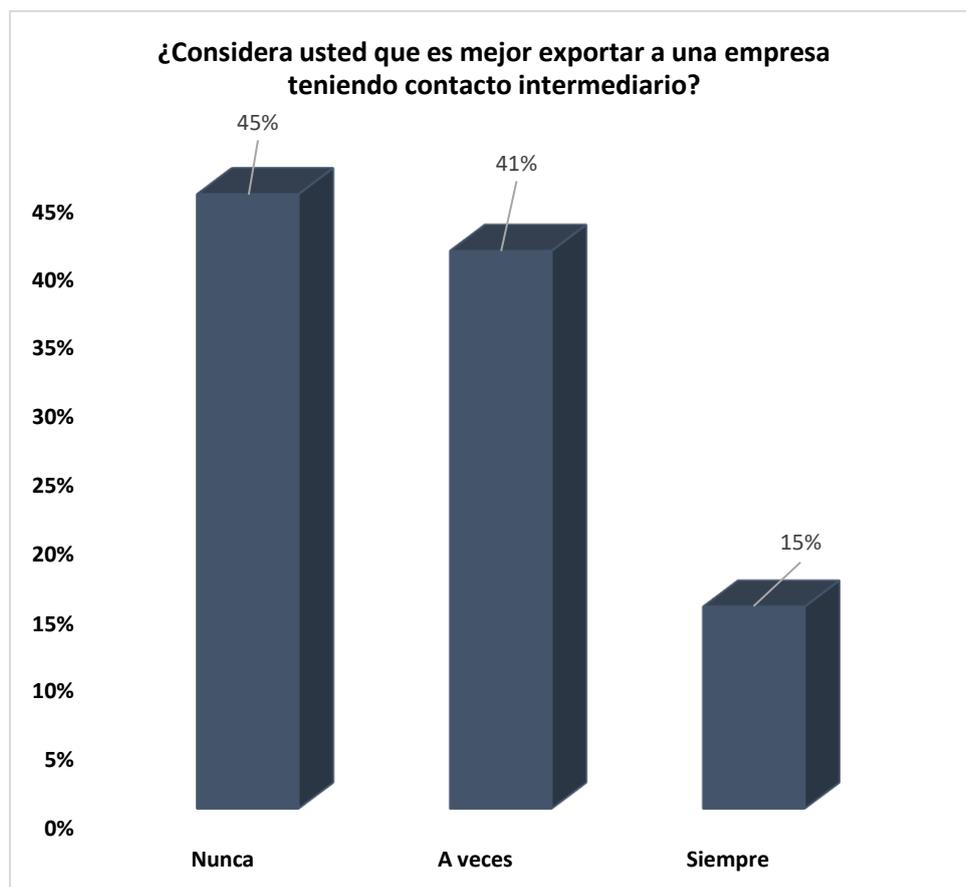


Figura 13 ¿Considera usted que es mejor exportar a una empresa teniendo contacto intermediario?

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 170 trabajadores de la empresa de los cuales: el 45% considera que nunca es mejor exportar a una empresa teniendo contacto intermediario, el 41% considera que a veces es mejor exportar a una empresa teniendo contacto intermediario y el 15% considera que siempre es mejor exportar a una empresa teniendo contacto intermediario.

Tabla 14

¿Considera usted que la exportación indirecta a una empresa local es básica?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	56	33%
A veces	71	42%
Siempre	43	25%
TOTAL	170	100%

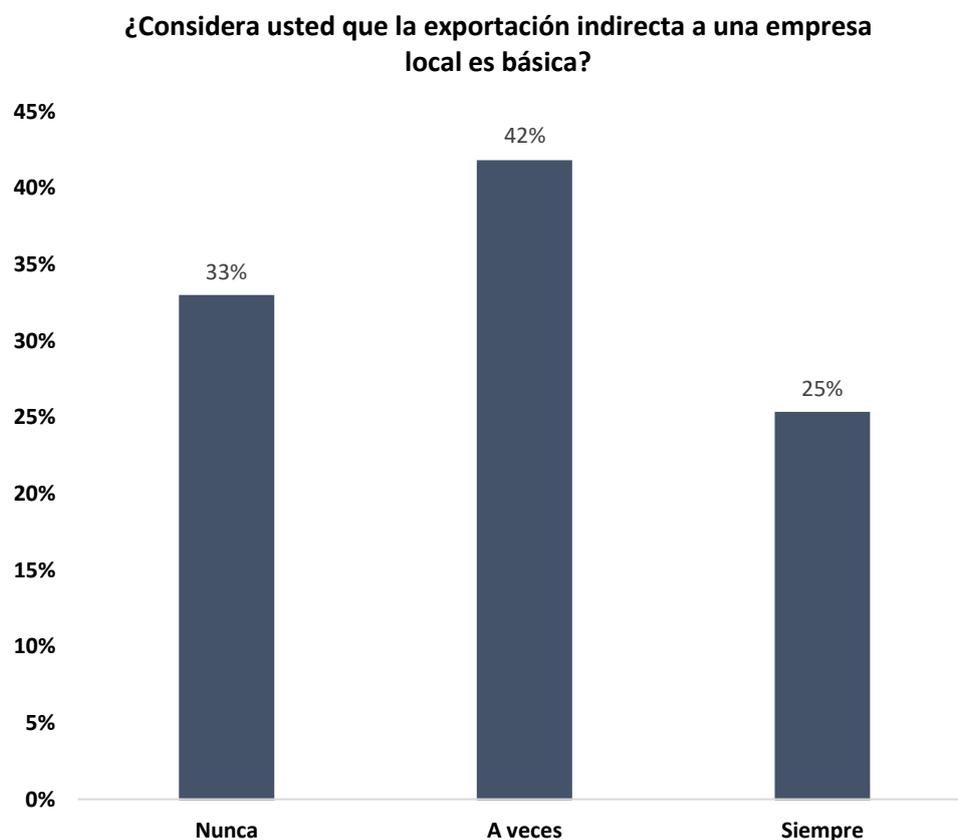


Figura 14 ¿Considera usted que la exportación indirecta a una empresa local es básica?

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 170 trabajadores de la empresa de los cuales: el 33% considera que nunca la exportación indirecta a una empresa local es básica, el 42% considera que a veces la exportación indirecta a una empresa local es básica y el 25% considera que siempre la exportación indirecta a una empresa local es básica.

Tabla 15

¿Considera usted que la exportación indirecta a una empresa intermediaria es básica?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	81	48%
A veces	57	34%
Siempre	32	19%
TOTAL	170	100%

¿CONSIDERA USTED QUE LA EXPORTACIÓN INDIRECTA A UNA EMPRESA INTERMEDIARIA ES BÁSICA?

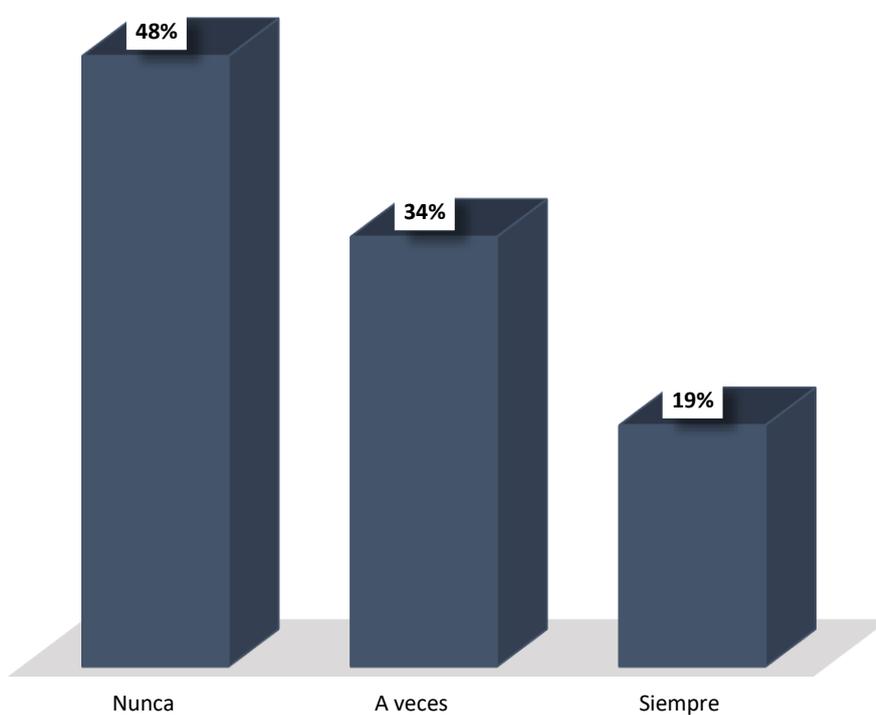


Figura 15 ¿Considera usted que la exportación indirecta a una empresa intermediaria es básica?

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 170 trabajadores de la empresa de los cuales: el 48% considera que nunca la exportación indirecta a una empresa intermediaria es básica, el 34% considera que a veces la exportación indirecta a una empresa intermediaria es básica y el 19% considera que siempre la exportación indirecta a una empresa intermediaria es básica.

Tabla 16

¿Considera usted que la exportación indirecta a una empresa extranjera es básica?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	72	42%
A veces	64	38%
Siempre	34	20%
TOTAL	170	100%

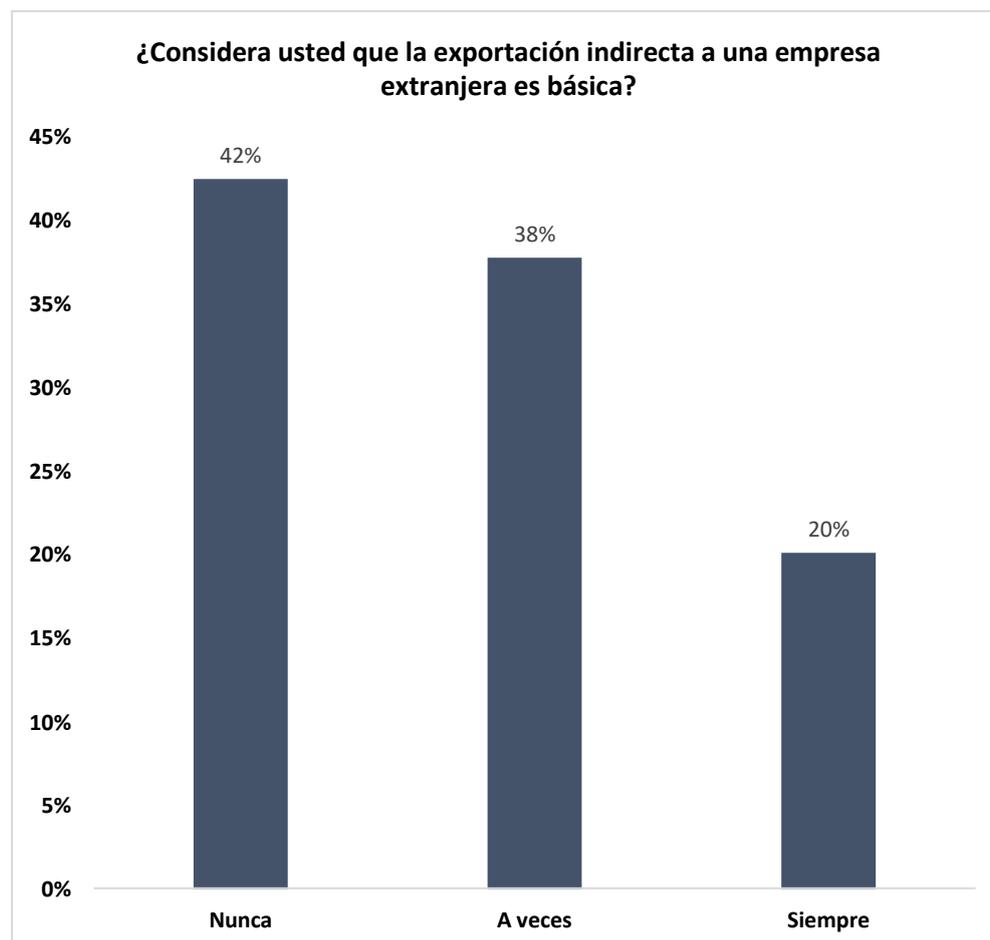


Figura 16 ¿Considera usted que la exportación indirecta a una empresa extranjera es básica?

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 170 trabajadores de la empresa de los cuales: el 42% considera que nunca la exportación indirecta a una empresa extranjera es básica, el 38% considera que a veces la exportación indirecta a una empresa extranjera es básica y el 20% considera que siempre la exportación indirecta a una empresa extranjera es básica.

Tabla 17

¿Conoce usted que es y cómo realizar una exportación canguro?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	82	48%
A veces	68	40%
Siempre	20	12%
TOTAL	170	100%

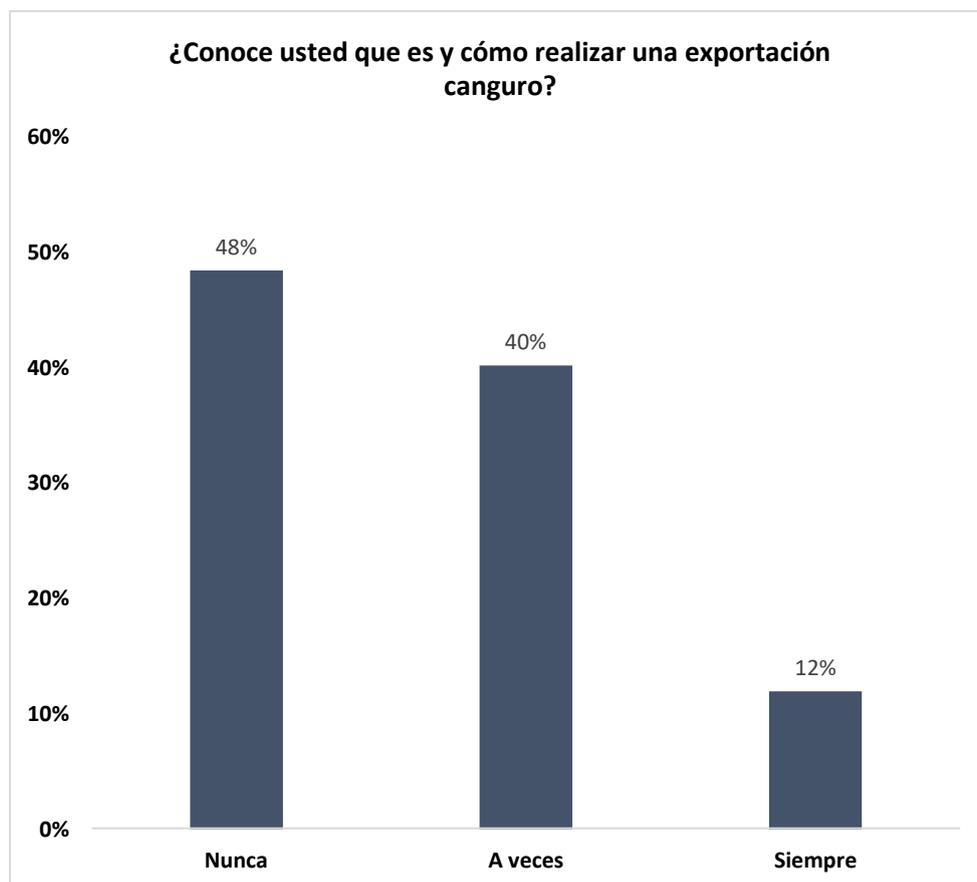


Figura 17: ¿Conoce usted que es y cómo realizar una exportación canguro?

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 170 trabajadores de la empresa de los cuales: el 48% considera que nunca conoce que es y cómo realizar una exportación canguro, el 40% considera que a veces conoce que es y cómo realizar una exportación canguro y el 12% considera que siempre conoce que es y cómo realizar una exportación canguro.

Tabla 18

¿Conoce usted que es y cómo realizar un consorcio de exportación?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	90	53%
A veces	54	32%
Siempre	26	15%
TOTAL	170	100%

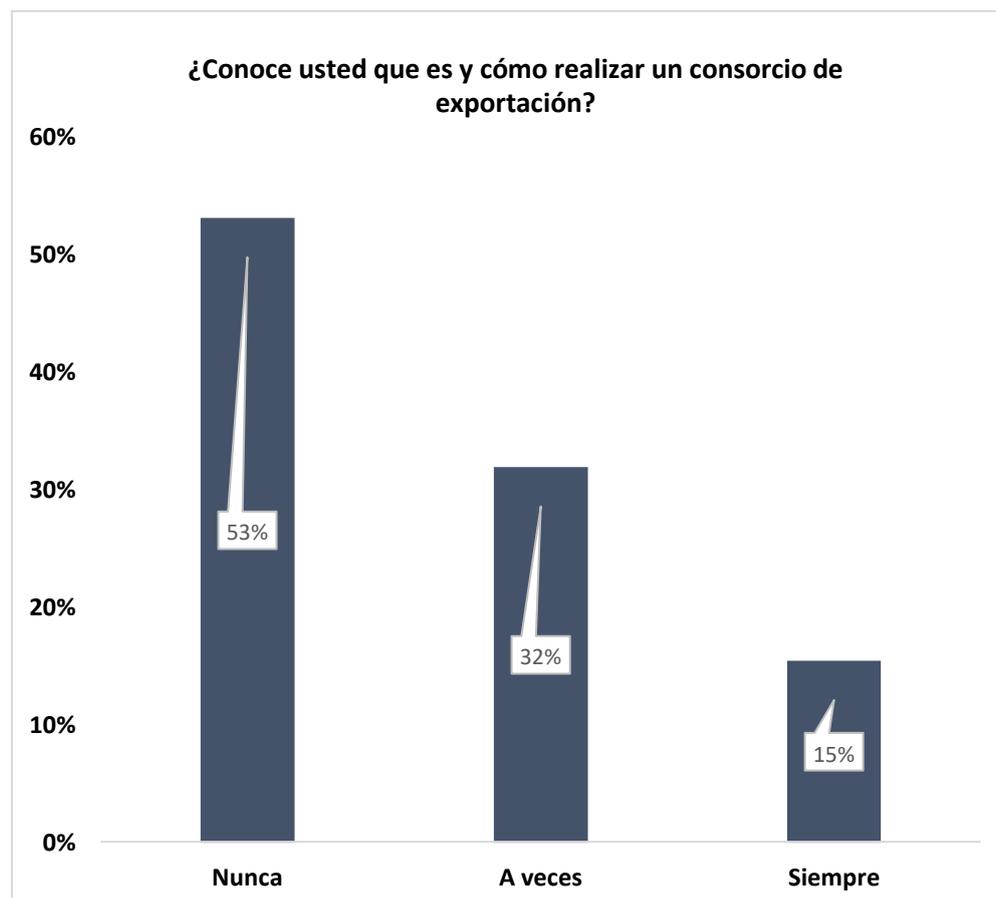


Figura 18 ¿Conoce usted que es y cómo realizar un consorcio de exportación?

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 170 trabajadores de la empresa de los cuales: el 53% considera que nunca conoce que es y cómo realizar un consorcio de exportación, el 32% considera que a veces conoce que es y cómo realizar un consorcio de exportación y el 15% considera que siempre conoce que es y cómo realizar un consorcio de exportación.

Tabla 19

¿Conoce usted que es y cómo realizar un joint venture?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	76	45%
A veces	74	44%
Siempre	20	12%
TOTAL	170	100%

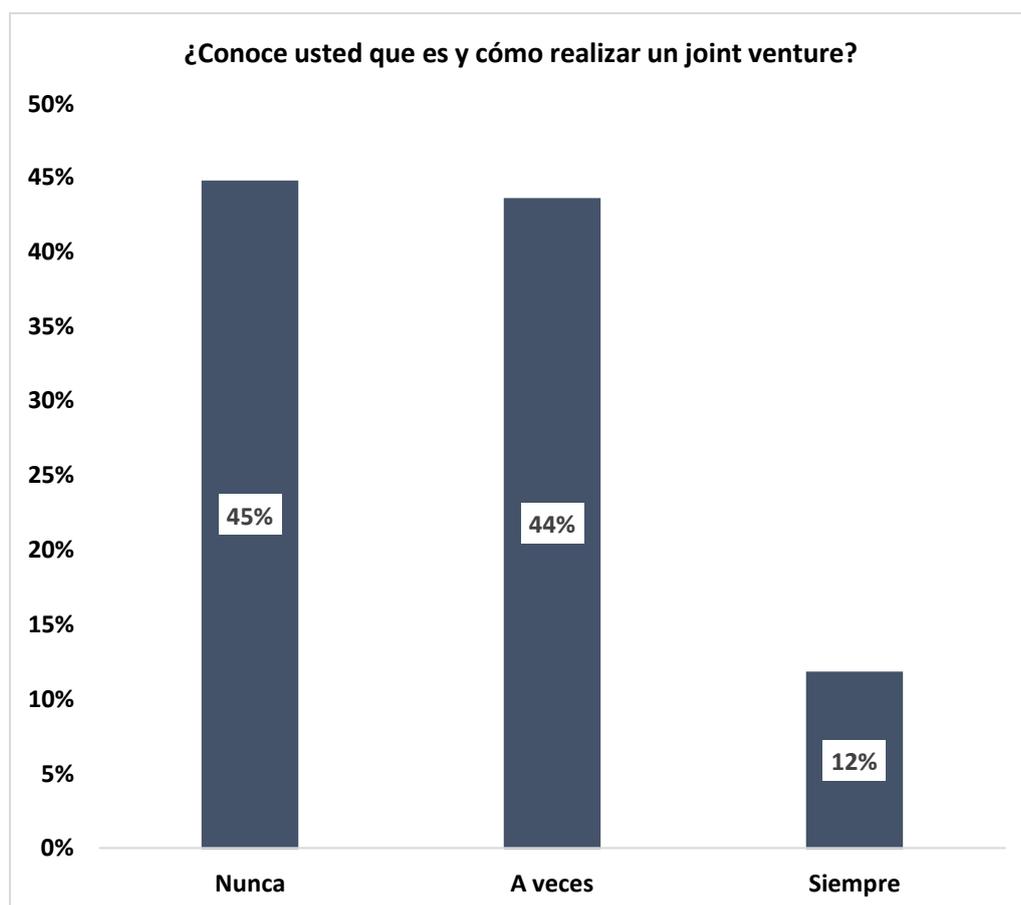


Figura 19 ¿Conoce usted que es y cómo realizar un joint venture?

INTERPRETACIÓN: Se encuestó a 170 trabajadores de la empresa de los cuales: el 45% considera que nunca conoce que es y cómo realizar un joint venture, el 44% considera que a veces conoce que es y cómo realizar un joint venture y el 12% considera que siempre conoce que es y cómo realizar un joint venture.

4.2. Contrastación de hipótesis

PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS GENERAL

H₀: La inteligencia comercial no se relaciona con la exportación de la empresa Inka´s Berries, Huaura – 2023.

H₁: La inteligencia comercial si se relaciona con la exportación de la empresa Inka´s Berries, Huaura – 2023.

DEMOSTRACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Tabla 20

Correlación entre la inteligencia comercial y la exportación

		inteligencia	
		comercial	exportación
inteligencia comercial	Correlación de Pearson	1	0,701*
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	170	170
exportación	Correlación de Pearson	0,701*	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	170	170

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

INTERPRETACIÓN:

El coeficiente de correlación es de 0,701 según Pearson, y el coeficiente de correlación es positivo y alto.

PLANTEAMIENTO DE HIPOTESIS ESPECÍFICA 1

H₀: La competitividad no se relaciona con la exportación de la empresa Inka´s Berries, Huaura – 2023.

H₁: La competitividad si se relaciona con la exportación de la empresa Inka´s Berries, Huaura – 2023.

DEMOSTRACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Tabla 21
Correlación entre la competitividad y la exportación

		competitividad	exportación
competitividad	Correlación de Pearson	1	0,415*
	Sig. (bilateral)		0,011
	N	170	170
exportación	Correlación de Pearson	0,415*	1
	Sig. (bilateral)	0,011	
	N	170	170

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

INTERPRETACIÓN:

La correlación es positivo y moderado con 0,415 de nivel de correlación.

PLANTEAMIENTO DE HIPOTESIS ESPECÍFICA 2

H₀: La toma de decisiones no se relaciona con la exportación de la empresa Inka's Berries, Huaura – 2023.

H₁: La toma de decisiones si se relaciona con la exportación de la empresa Inka's Berries, Huaura – 2023.

DEMOSTRACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Tabla 22
Correlación entre la toma de decisiones y la exportación

		toma de decisiones	exportación
toma de decisiones	Correlación de Pearson	1	0,599*
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	170	170
exportación	Correlación de Pearson	0,599*	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	170	170

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

INTERPRETACIÓN:

La correlación de Pearson es 0.599, de acuerdo a la escala de Bisquerra dicha correlación es positivo moderado.

PLANTEAMIENTO DE HIPOTESIS ESPECÍFICA 3

H₀: La investigación de mercado no se relaciona con la exportación de la empresa Inka's Berries, Huaura – 2023.

H₁: La investigación de mercado si se relaciona con la exportación de la empresa Inka's Berries, Huaura – 2023.

DEMOSTRACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Tabla 23

Correlación entre la investigación de mercado y la exportación

		investigación	
		de mercado	exportación
investigación de mercado	Correlación de Pearson	1	0,720*
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	170	170
exportación	Correlación de Pearson	0,720	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	170	170

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

INTERPRETACIÓN:

La correlación de Pearson es 0.720, de acuerdo a la escala de Bisquerra dicha correlación es positivo alto.

CAPITULO V

DISCUSIÓN

5.1 Discusión

Según los resultados obtenidos se acepta la hipótesis alternativa la inteligencia comercial si se relaciona con la exportación de la empresa Inka's Berries, Huaura – 2023, dichos resultados tienen relación con el siguiente autor: Madrid (2021) en su tesis titulada *“la inteligencia comercial y su relación con el desarrollo empresarial de la empresa Madrid contadores & auditores de Magdalena del Mar: 2018”*, su objetivo es identificar la relación entre inteligencia de negocio y desarrollo de negocio para las firmas de contadores y auditores de Madrid, de nivel descriptivo y correlacional, tipo no experimental, su población y muestra la conforman los 25 trabajadores de la empresa, concluye que: La inteligencia de negocios es un conjunto de procesos y técnicas que facilitan la recolección rápida de datos de los sistemas de información para su análisis e interpretación con el fin de utilizarlos para la toma de decisiones y dar a conocer a los líderes empresariales en beneficio de la organización. Como resultado, solo el 36% de los empleados encuestados en Madrid, Contadores & Auditores consideran normal la relación existente entre inteligencia de negocio y desarrollo de negocio (p. 84). Además se relaciona con Carhuapoma (2021) en su tesis titulada *“la inteligencia comercial y su incidencia en la exportación de las empresas agropecuarias de la región Piura, 2021”*, su objetivo es determinando Cómo Afecta la Inteligencia de Negocios a las Exportaciones de las Empresas Agropecuarias de la Región Piura 2021, diseño no experimental de corte transversal, tipo básico, nivel descriptivo y correlacional, su población y muestra la conforman 124 empresas, concluye que: Determinamos que la inteligencia comercial afectó las exportaciones de las empresas

agropecuarias de la región Piura 2021, ya que el 87,23% de las empresas nunca tuvo dificultades con el trámite documental y sus bienes nunca fueron decomisados por falta de información comercial o por mala conducta. La clasificación arancelaria del producto no es la correcta, como se puede observar en los resultados de la Figura 3, el 70,21% de las empresas no tuvo problemas para negociar los términos, lo que significa que están utilizando suficiente inteligencia comercial, por lo que negociaron con éxito (p. 62).

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Se concluye que la inteligencia comercial se relaciona con la exportación de la empresa Inka's Berries, Huaura – 2023, con una prueba de Pearson de 0,703 siendo positivo y alto.

Se concluye que la competitividad se relaciona con la exportación de la empresa Inka's Berries, Huaura – 2023, con una prueba de Pearson de 0,415 siendo positiva y moderado, lo que indica que, lo que indica que cuando se implemente una inteligencia comercial y se genere un estudio en profundidad dentro de la compañía, se mejorará la administración y la administración de sus bienes, y esto tendrá efectos positivos.

Se concluye que la toma de decisiones se relaciona con la exportación de la empresa Inka's Berries, Huaura – 2023, con una prueba de Pearson de 0,599 siendo positivo y moderado lo que indica que cuanto más grande sea el número de trabajadores con la capacitación necesaria para utilizar la inteligencia comercial como ventaja, mayor será el progresión de las distintas actividades con el fin de conseguir los objetivos de la compañía.

Se concluye que la investigación de mercado se relaciona con la exportación de la empresa Inka's Berries, Huaura – 2023, con una prueba de Pearson de 0,720, lo que indica que a medida que los empleados de la empresa implementen un control de calidad eficaz, mejorará el análisis de los pros y los contras de sus productos exportados.

6.2 Recomendaciones

Se recomienda ejecutar un modelo de planeamiento estratégico, además de realizar un estudio integral dentro de la compañía en donde se muestre un efecto beneficioso de la administración, es importante para todas las empresas tener un plan donde se desarrollen las estrategias para el logro de cada una de las metas, claro esta que este plan debe ser de conocimiento general de los trabajadores para que colaboren en su realización.

Se recomienda desarrollar proyectos de adiestramiento para utilizar como instrumento la inteligencia comercial con el fin de desarrollar los diferentes trabajos y conseguir los objetivos de la compañía, la capacitación de los trabajadores siempre es importante dentro de la empresa para que se desarrollen correctamente dentro de su ámbito laboral teniendo conocimiento de lo que hace.

Es recomendable instaurar un patrón de control de calidad eficaz para realizar un estudio de los pro y contras de los productos que comercializan, reconocer y tener claro las debilidades es importante para la empresa ya que se crean estrategias para hacer de esas debilidades una fortaleza cuando se va a comercializar los productos.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

7.1. Fuentes documentales

Acuña, A., & Bolívar, C. (2019). *Tesis: Estilos de liderazgo de los directivos docentes y su relación con el modelo de gestión educativa*. Barranquilla. Colombia: Universidad de la Costa.

Aldave, P. (2018). inteligencia comercial y su incidencia en la comercialización de palta de la empresa Agrokasa del distrito de Supe Pueblo, periodo 2017. *Pregrado*. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho, Perú.

Andrade, M. (2019). análisis del potencial de exportación de la mermelada de maracuyá al mercado internacional, periodo 2009-2017. *Pregrado*. Pontifica Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador.

Argote, D. (2018). *Tesis: Liderazgo de los directivos y su influencia con el desempeño docente en las Instituciones educativas públicas del nivel de educación secundaria, provincia de Ilo, Moquegua 2016*. Arequipa. Perú: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.

Bassat, L. (2011). *Inteligencia Comercial*. Barcelona: Plataforma.

Bateman, T. (2004). *La administración una ventaja competitiva*. México: Ed. McGraw Hill - 4ta Edición.

Cabrera, J. (2015). *Tesis: Liderazgo directivo democrático y clima laboral docente en los niveles de primaria y secundaria de la Institución Educativa Villas de Ancón*. Lima. Perú: Universidad César Vallejo.

Caligiore, I. y Díaz, J. (2005). El clima organizacional y el desempeño de los docentes en la Universidad de los Andes en Venezuela. *RGV, dic. vol. 8*, 644-658.

Carhuapoma, J. (2021). La inteligencia comercial y su incidencia en la exportación de las empresas agropecuarias de la región Piura, 2021. *Pregrado*. Universidad Cesar Vallejo, Piura, Perú.

Alvarado, O. (2003). *Gerencia y Marketing Educativo*. Lima: Udegraf S. A.

Chafloque, Y. (2020). desarrollo de una solución tecnológica de inteligencia comercial para analizar las exportaciones en la región de Lambayeque periodo 2015-2020. *Pregrado*. Universidad de Lambayeque, Chiclayo, Perú.

- Estevez, J. (2009). *La autocalificación docente*. Panamá: Editorial Millón.
- Fierro, C. (2006). *El consejo técnico un encuentro entre maestros*. México: Libros del Rincon. SEP.
- Fischman, D. (2000). *El espejo de un líder*. Lima: UPCA.
- Gutierrez, J. (2018). inteligencia de negocios en el comercio internacional de calzado deportivo entre Ecuador y Asia. *Pregrado*. Universidad de las Fuerzas Armadas, Quito, Ecuador.
- Lazo, M., & Jara, E. (2017). la importancia de la inteligencia comercial: caso practico exportaciones ecuatorianas. *Pregrado*. Universidad del Azuay, Cuenca, Ecuador.
- Lopez, M., & Palpa, B. (2022). Relación entre el uso de inteligencia comercial y la importación de máquinas expendedoras en la ciudad de Huancayo de la empresa Econovending, 2018 - 2019. *Pregrado*. Universidad Continental, Huancayo, Perú.
- Lorenzo, M. (2006). *La función de liderazgo de la dirección escolar: una competencia transversal*. México: Enseñanza22.
- Macahuachi, P., & Gonzales, K. (2017). *Tesis: Liderazgo directivo y desempeño docente en la I.E. Inicial Nuestra Señora de la Esperanza - distrito de Tambopata, Puerto Maldonado- 2016*. Madre de Dios. Perú: Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios.
- Graza, M. (2019). *Tesis: El liderazgo democrático-liberal y el cambio educativo de las Instituciones Educativas del nivel secundario del Distrito de Yanacancha, Pasco 2017*. Cerro de Pasco. Perú: Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión.
- Madrid, S. (2021). la inteligencia comercial y su relación con el desarrollo empresarial de la empresa Madrid contadores & auditores de Magdalena del Mar: 2018. *Pregrado*. Universidad Alas Peruanas, Lima, Perú.
- Marín, M., & Martinez, R. (2012). *Manual práctico de comercio exterior*. (4ta., Ed.) Madrid: Confemetal.
- Medina, C. (2018). *Tesis: Liderazgo en el clima institucional en las Instituciones educativas publicas de Cotahuasi*. Arequipa. Perú: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.

- Piero, J. (2004). Cultura y Cambio Organizacional. *Revista de Psicología*, 110 - 128.
- Pineda, L. (2004). *Liderazgo directivo*. Mexico: Mc.Graw Hill.
- Rios, M., Gonzales, I., & Prieto, O. (2017). *Tesis: Liderazgo directivo y su incidencia en el éxito escolar, como factor de calidad de la institución educativa en cuatro colegios oficiales de Bogotá*. Bogota. Colombia: Universidad de la Sabana.
- Robbins, S. (1987). *Comportamiento Organizacional*. México: Prentice Hall Hispanoamericana S. A.
- Rojas, D. (2021). inteligencia comercial y exportacions de la empresa importaciones y exportaciones Felles E.I.R.L., Santa Marìa, Huaura, 2021. *Pregrado*. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho, Perú.
- Romero, A. (2008). *Relación entre liderazgo Directivo y desempeño de docentes de la provincia de Cañete*. Cañete, Perú.
- Salazar, M. (2006). *El liderazgo transformacional ¿modelo para organizaciones educativas que aprenden?* Viña del Mar, Chile.
- Sanchez, M., & Salcedo, O. (2017). Inteligencia comercial orientada a la exportación de snack de arracacha al mercado de San Francisco - California 2017. *Pregrado*. Universidad Privada del Norte, Cajamarca.
- Sandoval, C. (2004). *Concepto y Dimensiones del clima organizacional*. Bogotá: Ciencias Económicas Administrativas.
- Tapia, A. (2018). *Tesis: Liderazgo democrático para mejorar la gestión pedagógica en la I.E Pública Coronel Cortegana, secundaria de la provincia de Celendin, Cajamarca 2012*. Lambayeque. Perú: Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.
- Tarupí, E. (2020). Plan de exportación de café pilado desde la empresa Belcet S.A (Portoviejo – Manabí) hacia la Asociación Nacional de Cafeteros (Chinchiná - Caldas). *Pregrado*. Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Tulcán, Ecuador.
- Ulpo, P. (2018). *Tesis: Estrategias de Liderazgo democrático para la mediación docente-estudiante en la Unidad Educativa Bolívar*. Ambato. Ecuador: Universidad Tecnológica "Indoamericana".

7.2 Fuentes electrónicas

Adex. (27 de 01 de 2023). *¿Qué es la exportación?* Obtenido de <https://adex.edu.pe/nota/que-es-la-exportacion>

Aduanero, R. (2022). *¿Qué es Exportar?* Obtenido de <https://reinoaduanero.mx/exportar/>

Alves, J. (02 de febrero de 2018). *Revista Psicología del deporte*. Obtenido de Liderazgo y clima organizacional: <http://www.buenastareas.com/ensayos/clima-Organizacional.113112.html>

CEIS. (2007). *Relaciones interpersonales en la Institución Educativa*. Lima: PUCP.

CEUPE, B. d. (2022). *Entrada en los mercados internacionales: Exportación*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/entrada-mercados-internacionales-exportacion.html#:~:text=La%20exportaci%C3%B3n%20canguro%20o%20piggy,experimentada%20en%20el%20%C3%A1mbito%20internacional%2C>

Chavez, J. (2022). *¿Qué es una Empresa extranjera? Concepto y ejemplos*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/empresa-extranjera.html>

Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional*. Bogotá: Mac Graw Hill Interamericana, S. A.

Coll, F. (2022). *compra*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/compra.html>

Cornu, L. (2012). *La confianza y el trabajo en equipo*. Recuperado el 22 de Marzo de 2018, de <http://definicion.de/trabajoenequipo/confianza/>

Dominguez, C., & Hurtado, M. (2019). Cultivo de aguacate Hass para exportación: Pacama Avocado. *Maestría*. Universidad Icesi, Santiago de Cali.

económica, E. (2022). *Empresas locales*. Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/empresas-locales/>

expoberto, e. c. (2022). *¿que es la inteligencia comercial?* Obtenido de <https://repositorio.promperu.gob.pe/server/api/core/bitstreams/edbad81a-39ea-4357-bcc6-56a55cc7cda7/content>

- Figueredo, C. (25 de 11 de 2022). *Exportación de arándanos en crisis: Una mirada desde la logística*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/exportacion-de-arandanos-en-crisis-una-mirada-desde-la-logistica>
- Gestión, D. (09 de 01 de 2022). *Inka's Berries innova en genética de arándanos y apunta a mercado premium*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/empresas/inkas-berries-innova-en-genetica-de-arandanos-y-apunta-a-mercado-premium-noticia/?ref=gesr>
- Martín, M. (02 de febrero de 2018). *UAB.CAT*. Obtenido de Clima de trabajo y organizaciones que aprenden (2da. edición): www.uab.cat/pub/educar/0211819Xn27p103.pdf
- Montes, J. (01 de 03 de 2020). *Exportación*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/exportacion.html>
- Pacheco, M. (21 de Agosto de 2011). *Características del liderazgo*. Recuperado el 12 de Enero de 2018, de <http://www.tumundoescolar.net/conociendo/la-responsabilidad-como-valor/>
- Salesland. (04 de 08 de 2021). *Conoce la inteligencia comercial y todas sus ventajas*. Obtenido de <https://salesland.net/blog/conoce-la-inteligencia-comercial-y-todas-sus-ventajas#>
- Significados.com. (2021). *Exportación*. Obtenido de <https://www.significados.com/exportacion/>
- Silva, Z. (03 de febrero de 2018). *UASB*. Obtenido de El rol del docente en el clima situacional en los aprendizajes en el colegio Sara Serrano de Maeridueña del cantón Huaquillas de la provincia del Oro.: uasb.edu.ec/Indel/10644/2868
- Tableau. (2023). *¿Qué es el Business Intelligence? Tu guía para la inteligencia de negocios y por qué es importante*. Obtenido de <https://www.tableau.com/es-mx/learn/articles/business-intelligence>
- Upbe, e. b. (2023). *La importancia de la inteligencia comercial en las decisiones de negocios*. Obtenido de <https://www.upbe.ai/blog/inteligencia-comercial-negocios/>

Vila, H. (2018). *Tesis: Liderazgo directivo y Gestión educativa en las Instituciones Educativas Públicas del nivel Primaria de la UGEL N° 04 – Comas, 2018*. Lima. Perú: Universidad Cesar Vallejo.

Viñas, J. (2004). *Conflictos en los centros educativos*. Madrid: GRAO.

Zendesk. (30 de 05 de 2023). *7 tipos de servicio de postventa para tener clientes satisfechos*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-servicio-postventa/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20postventa%3F,en%20consecuencia%2C%20mejorar%20su%20experiencia>.

ANEXOS

ANEXOS

Universidad Nacional

José Faustino Sánchez Carrión



ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALE

VARIABLE I: INTELIGENCIA COMERCIAL

1	2	3
Nunca	A veces	Siempre

N°	COMPETITIVIDAD	1	2	3
1	¿Considera usted que la empresa Inka`s Berries tiene los requerimientos básicos para una buena exportación?			
2	¿Considera usted que la empresa Inka`s Berries tiene los potenciadores eficientes para una buena exportación?			
3	¿Considera usted que la empresa Inka`s Berries tiene aplica la innovación para una buena exportación?			
TOMA DE DECISIONES				
4	¿Considera usted que la pre venta de arándanos es importante antes de la exportación?			
5	¿Considera usted que la pre compra de insumos básicos es importante antes de la exportación?			
6	¿Considera usted que la post venta de arándanos es importante antes de la exportación?			
INVESTIGACIÓN DE MERCADO				
7	¿Considera usted que definir el problema y objetivo de investigación de mercado es importante para la exportación?			
8	¿Considera usted desarrollar un plan es importante para la exportación de arándanos?			
9	¿Considera usted que recolectar información del mercado exterior es importante?			
10	¿Considera usted que analizar el mercado exterior es importante antes de exportar?			
11	¿Considera usted que la toma de decisiones es importante antes de exportar?			

VARIABLE II: EXPORTACIÓN

1	2	3
Nunca	A veces	Siempre

N°	EXPORTACIÓN DIRECTA	1	2	3
1	¿Considera usted que es mejor exportar a una empresa de contacto directo?			
2	¿Considera usted que es mejor exportar a una empresa teniendo contacto intermediario?			
EXPORTACIÓN INDIRECTA				
3	¿Considera usted que la exportación indirecta a una empresa local es básica?			
4	¿Considera usted que la exportación indirecta a una empresa intermediaria es básica?			
5	¿Considera usted que la exportación indirecta a una empresa extranjera es básica?			
EXPORTACIÓN CONCERTADA				
7	¿Conoce usted que es y cómo realizar una exportación canguro?			
8	¿Conoce usted que es y cómo realizar un consorcio de exportación?			
9	¿Conoce usted que es y cómo realizar un joint venture?			