



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Sistema de información gerencial y el comercio internacional de automotriz

JMAICELOCARS EIRL

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

AUTORA:

Temoche Osorio Luz Angélica (ORCID: 0000-0002-7612-4670)

ASESOR:

Dr. Lessner Augusto León Espinoza (ORCID: 0000-0002-9983-8967)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

CALLAO – PERÚ

2019

DEDICATORA

A mi esposo e hijos, a mi madre y abuela por el apoyo incondicional para poder cumplir mis objetivos

Mi esfuerzo para mi familia que es mi soporte motor y motivo para todo en mi vida.

Para ti papa, sé que desde el cielo estas feliz.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la universidad por los profesores de calidad que me han guiado en este proyecto de investigación.

Agradezco a mi centro de trabajo Scotiabank por permitir que pueda realizar allí mi investigación.

Página del jurado

Declaratoria de autenticidad

Índice

Dedicadora	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	11
2.1 Método, tipo, nivel y diseño de la investigación.....	11
2.2 Variable de operacionalización	13
2.3 Población y muestra	21
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.	22
2.5 Métodos de análisis de datos.....	25
2.6 Aspectos éticos	25
III. RESULTADOS	25
IV. DISCUSIÓN.....	36
V. CONCLUSIONES.....	43
VI. RECOMENDACIONES.....	44
REFERENCIAS	45
ANEXOS.....	49

Índice de figuras

	Pag.
Figura 01. <i>Diagrama de barras de la dimensión toma de decisiones</i>	27
Figura 02. <i>Diagrama de barras de la dimensión planeamiento</i>	28
Figura 03 <i>Diagrama de barras de la dimensión importación</i>	29
Figura 04. <i>Diagrama de barras de la dimensión productos</i>	30

Índice de tablas	Pag.
Tabla 01. <i>Matriz operacional variable 1.</i>	19
Tabla 02. <i>Matriz operacional variable 2.</i>	20
Tabla 03. <i>Interpretación del coeficiente de alfa de c.</i>	23
Tabla 04. <i>Confiabilidad variable 1</i>	24
Tabla 05. <i>Confiabilidad variable 2</i>	24
Tabla 06. <i>Alfa de Cronbach.</i>	24
Tabla 07. <i>Resumen de la variable 1</i>	25
Tabla 08. <i>Resumen de la variable 2</i>	28
Tabla 09. <i>Prueba de normalidad de la variable 1</i>	31
Tabla10. <i>Comparación de medidas variable 1 (hipótesis general)</i>	33
Tabla 11. <i>Análisis de la correlación de RHO de spearman (hipótesis especifica 1)</i>	34
Tabla 12. <i>Análisis de correlación de RHO de spearman (hipótesis especifica 2)</i>	35
Tabla 13. <i>Análisis correlaciones de RHO de spearman (hipótesis especifica 3)</i>	36

Índice de anexos

	Pag.
Anexo 1: <i>Matriz de consistencia</i>	50
Anexo 2: <i>Recolección de datos</i>	51
Anexo 3: <i>Validación del experto N°01</i>	54
Anexo 4: <i>Validación del experto N°02</i>	56
Anexo 5: <i>Validación del experto N°03</i>	58
Anexo 6: <i>Ilustración de vista de datos de SPSS</i>	60
Anexo 7: <i>Ilustración de autorización de la empresa</i>	63
Anexo 8: <i>Fotografía de evidencia</i>	64

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general determinar la relación de Los sistemas de información gerencial y el comercio internacional en la empresa automotriz JMAICELOCARS EIRL San Miguel – año 2019. La población estuvo conformado 40 colaboradores de la empresa automotriz , y la muestra estudiada fue la totalidad de la población, los datos fueron recogidos mediante la técnica de encuesta y se utilizó como instrumento un cuestionario de 25 preguntas, los datos fueron procesados a través del programa estadístico SPSS 23, lográndose como resultados que existe influencia positiva moderada de los sistemas de información gerencial y el comercio internacional en la empresa automotriz JMAICELOCARS EIRL.

Palabras claves: sistema de información gerencial, comercio internacional y logística.

ABSTRACT

The general objective of the research was to determine the relationship of management information systems and international trade in the automotive company JMAICELOCARS EIRL San Miguel - year 2019. The population consisted of 40 employees of the automotive company, and the sample studied was the totality of the population, the data were collected using the survey technique and a questionnaire of 25 questions was used as an instrument, the data were processed through the statistical program SPSS 23, achieving as results that there is moderate positive influence of the management information systems and international trade in the automotive company JMAICELOCARS EIRL.

Keywords: management information system, international trade and logistics.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA

A lo extenso de los años, la manufactura automotriz se ha esmerado para ser parte fundamental de actualizaciones a favor de los habitantes del planeta, en 400 años de leyenda, el crecimiento a sido significativo y casi innumerable, por muestra si nos referimos al arranque del vehículo, este ha pasado por una evolución de gasolina a gas y con arranques eléctricos. Definitivamente esta evolución fue y es un éxito no solo por ser rentable sino también por la contribución para resguardar el medio ambiente.

Volkswagen Group (Alemania) ¿Qué fue lo que realizó para conseguir el triunfo? Utilizar decentemente un Método de pesquisa gerencial que hizo que, en el 2016, Volkswagen vendiera crecidamente de 9.2 millonadas de Unid, que son imagen de un el 12.8% de compradores mundialmente de automóviles de pasajeros. Con 104 plantas en 27 naciones, 550.000 utilizados producen 37.700 carros a la fecha que se venden en 153 países. El conjunto Volkswagen tiene incluido además a marcas grandes como Audi, Lamborghini, Bentley, Bugatti, Ducati y Scania. Estos productos no solo fueron comprados de manera óptima para su país en Alemania sino en absolutamente el planeta entero generando rentabilidad para su patria y para la empresa realizando comercio con mercados internacionales.

Divemotor, sociedad peruana con 24 años dedicada a la comercialización franquicia de las marcas Mercedes-Benz, Jeep, Dodge, RAM, Freightliner y Great Dane, ha sido reconocida por secundario año sucesivo como la Superior Estampilla Empleadora del Sección Automotriz. La sociedad hoy no solo está enfocada en un cliente nacional por lo que en este momento realza comercio universal y genera rentabilidad Óptimo para la patria. Ha sido reconocida como la más excelente Estampilla Empleadora del parte automotriz. Esta elegancia otorgada por Laborum y Apoyo Comunicación ambas empresas elaboraron el estudio "Estampilla Empleadora 2017. Conjuntamente, por tercero año seguido mantiene el primer sitio en el nivel automotriz en el ranking de Merco Aptitud 2017 y se ubica adentro de las 50 mejores a horizonte natural. En los últimos años Divemotor ha tenido como meta llegar a tener la primera posición en el mercado como la empresa líder

en la comercialización de vehículos de peso y con un importante ascenso en la partición de automóviles. Completo esto por la gran raíz de datos que tienen y que esta le permite conseguir acertadas, correctas decisiones en el negocio. Según afirma el conductor de destreza de Preciso Motors, Divemotor, a partir del 2011 la compañía tiene un vínculo asociado con Siemens, ellos le brindan un software, y añadió que las piezas del automotor son creadas con un sensible comedido en un 80% de blando plástico ABS y 20% de empuje de tizón.

El instituto nacional de estadística e informática (INEI) informa que dentro del sector servicios a registrado crecimiento de 3.64% en comparación del presente mes del año anterior. Este crecimiento se debe al incremento considerable de las actividades de servicios. En resumen, el sector registra un total de 15 meses de crecimiento. Es así que podemos comprobar que dentro del sector de servicios que la competitividad es muy importante ya que hay una mejora constante además del crecimiento de este sector.

La comparación realizada entre la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL Lima-2019, Volkswagen Group y Divemotor , se puede indicar que son empresas líderes en el mercado debido a que cuentan con certificados de calidad y de servicio y además con un excelente modelo de organización y participación en una gran escala de costos, esto lleva a que las empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS que es una empresa en crecimiento se aleje de la realidad competitiva y Debido a esto y a las diferentes problemáticas que puedan existir en el rubro del sector automotriz, para cumplir los procesos de manera adecuada y llegar a mostrarnos con mayor capacidad de competencia en la plaza, la actual actividad de indagación pretende establecer como se relaciona el SIG y el comercio internacional de la AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL Lima- 2019.

1.2 TRABAJOS PREVIOS

Para poder realizar esta indagación se recurrió a los antecedentes como
NACIONALES

Pimentel, Diana (2018) La presente investigación tiene como primordial objetivo determinar la relación del SIG g en los procesos de negocios de las Mypes importadoras de la galería

Las Bellotas, Lima - 2018, lo cual conllevó buscar en fuentes de investigación científicas para la realización de la presente tesis. Se utilizó el método hipotético deductivo con un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, con un nivel descriptivo correlacional y de diseño no experimental transversal. La población de estudio estuvo conformada por los trabajadores de las mypes importadoras de la galería “Las Bellotas” y la muestra establecida por 36 trabajadores. Como parte del instrumento de medición se preparó un cuestionario, que fue realizado por 20 preguntas en escala de Likert, luego se procedió a analizarlo mediante el software estadístico SPSS 24, permitiendo medir el nivel de confiabilidad del instrumento mediante el Alfa de Cronbach. Así mismo, para lograr medir el nivel de correlación de las variables se empleó la prueba estadística de la Rho de Spearman. Finalmente se obtuvo resultados significativos que demostraron que el sistema de información gerencial y los procesos de negocios 0.962% teniendo como conclusión que a mayor implementación de un plan de estrategias habría una mayor competitividad de las Mypes.

Valles, Llensy y Villacorta, Pilar (2017) La presente tesis titulada “Impacto entre el sistema de información con la toma de decisiones en la red de salud picota, 2016”, tiene como objetivo conocer la relación entre el Sistema de Información y la Toma de Decisiones en la Red de Salud Picota, 2016. El estudio planteó la siguiente hipótesis, que, si existe relación significativa entre el sistema de información con la toma de decisiones en la Red de Salud Picota, 2016. Asimismo, tuvo como muestra a 82 trabajadores; y el tipo de diseño empleado fue correlacional de corte transversal. Posterior a ello se aplicó un cuestionario para la recolección de datos y su posterior procesamiento y análisis. Los resultados obtenidos muestran que se logró tener resultados de una diferencia de datos de años continuos de un 0.90 en 2014 y 0.70 en 2013, concluyendo que no se realizaron los manejos de costos eficientemente durante ese periodo continuo.

Palacios, Regina (2018) El presente estudio titulado Propuesta de un sistema de información gerencial para mejorar la toma de decisiones de la empresa Agroindustrial Agrobeneas SRL, tuvo como objetivo, proponer un SIG para mejorar la toma de decisiones de la empresa Agroindustrial Agrobeneas SRL – Chiclayo 2018. El diseño del estudio fue de diseño no experimental de tipo propositivo, la muestra estuvo conformada por 20 trabajadores. La

técnica empleada para la recolección de datos fue a través de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Tuvo como resultado, que el nivel de la variable sistema contable en la empresa es mínimo con el 90% y aceptable con el 10%. Se concluyó que la prueba de correlación posee una significancia de 0,000 menor a 0,05, por lo que se rechaza la hipótesis nula, existiendo una relación lineal entre la variable sistema contable y la variable toma de decisiones siendo una relación moderada y proporcional. Finalmente se recomienda, que para una correcta toma de decisiones debe existir un sistema de información gerencial para la correcta comunicación ya que de esto dependerá el estado de los colaboradores y de la empresa y las relaciones que exista entre el emisor y el receptor. Teniendo una base de datos confiable podrán llegar a expandir sus límites no solo de manera nacional sino en un mercado internacional.

Jácome Minaya, Miroslava Carolina(2017) La finalidad de desarrollar la investigación es determinar la relación entre el sistema integrado de administración financiera con la gestión financiera en la oficina general de administración del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2017; a fin de conocer la implicancia e importancia del SIAF en los resultados de la gestión financiera en la entidad, es decir si los procesos que se ejecutan y en el sistema influyen o no en la gestión financiera que se realiza. Para el desarrollo de la investigación se aplicó el método empírico, midiendo las variables con preguntas cerradas, empleando la escala de Likert, para el procesamiento de la información se utilizó el programa estadístico SPSS V. 24 y Excel versión 2016. El tipo de estudio es no experimental de diseño correlacional, la recopilación de datos se realizó a través de la técnica de la encuesta, utilizando como instrumento el cuestionario a una muestra de 50 trabajadores para las dos variables de estudio. Entre los resultados resultado que el 0.930 era parte del nivel estadístico de probabilidad de que si afecte a la administración financiera por ello se concluye que en la variable sistema de información gerencial define el déficit que se obtuvo años atrás.

INTERNACIONALES

Barragán (2011) en su tesis “Sistema de información gerencial para el monitoreo del cumplimiento de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública”, tiene como objetivo general, modelar y optimizar el monitoreo sobre el cumplimiento de la Ley

Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública con el diseño de un sistema de información gerencial, dicha investigación se realizó desde un punto de vista general, aplicando el método deductivo directo. La población y muestra que se consideró para esta investigación consistió en 54099 instituciones públicas proveedoras de información obtenidos para el año 2010, considerando a todas las instituciones del estado que perciben recursos del Estado Ecuatoriano. Asimismo, se tuvo como resultados del 0.25 % de déficit por parte del área de producción para poder así tener información de ante mano confiable.

Coba (2014) en su estudio sobre un “Diseño e implementación de un Sistema de Información Gerencial SIG de Gestión, Análisis y Monitoreo Financiero en las Cajas Comunitarias de Ahorro y Crédito socias de la Cooperativa Mujeres Unidas, sobre la plataforma tecnológica JEE6 CON EL FRAMEWORK JBOSS SEAM”, Ecuador. Tuvo como objetivo Diseñar e implementar un SIG de Gestión, Análisis y Monitoreo Financiero para las Cajas Comunitarias de Ahorro y Crédito socias de la Cooperativa Mujeres Unidas. Tuvo como resultados de un alto índice de crecimiento en cuanto a la rentabilidad de un 93% pero además un desnivel en cuanto a las ejecuciones gerenciales y se concluyó, que el área de finanzas y compras no generaban más de lo que se esperaba de modo que había un declive.

Pinto y Rojas (2015) presentaron su investigación acerca de “Propuesta de un sistema de información gerencial para el apoyo a la toma de decisiones en el departamento de reclutamiento, selección y adiestramiento de personal de una empresa eléctrica”, Venezuela. Tuvo como objetivo proponer un Sistema de Información Gerencial para el apoyo a la Toma de Decisiones en el departamento de reclutamiento, selección y adiestramiento de personal de una empresa eléctrica. Concluyó que se efectuó un análisis descriptivo de la situación actual del sistema en estudio, permitiéndose de esta manera la 17 detección de los focos críticos más sobresalientes que influyen de manera sustancial sobre el desempeño del conjunto de actividades que diariamente se desarrollan en la unidad, con el propósito de que los mismos sean atacados en etapas posteriores a fin de solventar las problemáticas existentes, en su mayor parte producto del desconocimiento y carencia de lineamientos estratégicos dentro del Departamento.

1.3 TEORÍAS RELACIONADAS

1.3.1 VARIABLE INDEPENDIENTE SISTEMA DE INFORMACIÓN GERENCIAL

Según A.F. King (2015) SIG es un método que brinda a los gerentes de todas las escalas y de todas las funciones, informaciones de todas las fuentes relevantes que son necesarias al encargado para captar elecciones efectivas y sumamente afortunadas en el **planeamiento**, dirección y **control** de las actividades por las cuales ellos son responsables.

Según López, Emery (2016) las principales características que forman parte de un SIG : Existencia absoluta en segmento de las actividades de la organismo; un SIG apropiado proyectado, se vuelve dosis integral de las actividades de la institución, en todos sus niveles. Existir fundado en métodos de informática; un SIG es positivamente más numeroso que un conjunto de procesos computarizados por lo total un SIG que no esté cimentado en porción por conocimientos informática, o es correspondientemente desnudo o fue proyectado precariamente.

Según Kenneth, L y Jane, L (2016) actualmente se conoce considerablemente que la noción de método de averiguación es fundamental para los gerentes ya que la colectividad de las organizaciones necesita tanteo para sobrevivir y prosperar. Los sistemas de averiguamiento pueden amparar a las compañías a extender su eficacia incluso hasta lugares tremendamente retirados, brindar productos y servicios nuevos, evolucionar trabajos y flujos de compromiso y posiblemente alternar hondamente el modo de llevar negocios.

Gamboa, Davis (2014) Método creado por una institución para reunir datos y facilitar a saber averiguación de un programa, de tal modo que permita a los administradores planear, monitorear y calcular las batalla y resultados de todo el programa. El Procedimiento de Averiguamiento Gerencial (SIG) permite el alcance de averiguamiento en modo confiado, oportuna y importante para restar la desconfianza al instante de contraer decisiones. (p.35)

Laudon y Laudon, (2014) La recopilación de información de da en tres ciclos, el ciclo de ingreso informe a la recopilación de información crudos, pudiendo ser averiguación del ambiente Íntimo o extranjero. el ciclo de procesamiento,

refiere a la elección de la indagación recibida y el ciclo de marcha, quiere el traspaso de la información a los seres que desean darle uso o a la causa que requiere de esta información. De parejo modo, el feedback se da de táctica inversa, analizando la afirmación de marcha, para formar un filtro del ciclo de ingreso. (p. 16)

Se escogió la definición de **A.F. King (2015)** Por qué tenía un nivel más completo y al ser un variable tan amplia se pudo encontrar un concepto que abarcaba la gran mayoría de dimensiones para unos posible y muy favorables indicadores.

1.3.2 VARIABLE COMERCIO INTERNACIONAL

Acosta, E. (2016) Indica que el comercio exterior con el extranjero en el universo es solo un filtro por el cual se realizan la retribución óptima del fruto de los recursos del universo con trabajo pleno. En el universo los ajustes de costos (sueldos, monetarios, precios de exportación e intercambio, pauta de rédito, muestra de cambio) son los que determina la medida de las balanzas internacionales de pagos sin consumir la afiliación ni el trabajo que se consideran dados.

Según Enrique Cornejo Ramírez (2018) Se llama comercio internacional al acto de cambiar con otro país bienes, servicios y llegas a cambiar hasta capitales entre personas que viven en un país, con residentes de otros países, es la actividad por la que los países llegar a generar rentabilidad a su país con la **exportación e importación de productos** y capital financiero.

López, M. (2015) La diligencia de la acción con mercados del extranjero de una organización o empresa es un ejercicio que fecha a fecha se observa más necesitada por organización o empresas para lograr proveer la cara a la desarrollada globalización de las plazas que por ser un mercado gigante y complicado de penetrar de manera óptima, hace falta tener los conocimientos necesarios para lograr encontrar la aceptación.

Rodríguez, C. (2014) Al ejercicio con mercados internacionales de una compañía, empresa u organización se dirige al cambio de riquezas de un país con otro o de servicios entre personas, empresas o micro empresas de distintas naciones, el conjunto de actividades como

la de comprar y vender de accesorios y productos internacionales (exportación e importación) comerciales hechas entre sectores privados, o residentes de diferentes nacionalidades. El acto con mercados internacionales nos brinda infinitas oportunidades de lograr tener ventaja con mercados extranjeros, por la necesidad del otro país de desear tener los productos que el otro no solo desea sino también necesita.

Se escogió la definición de Enrique Cornejo Ramírez (2018) porque tiene una definición clara y concreta de lo que significa comercio internacional; dando a denotar y esclarecer dimensiones que engloban el concepto tan amplio como la competitividad.

Teoría:

La teoría ventaja competitiva de Michael Porter la cual habla de las diferente capacidades y construcciones de nuevos mundo y esquemas en base a tener nuevas tecnologías, mostrando una ventaja frente al competidor, en conocimiento, la prosperidad y la productividad para poder obtener el éxito.

Según Zevallos, Rosemary (2014)

Teoría de Kaisen La investigación indica que la teoría de Kaisen es la que indica que existe un cambio continuo que hace que una empresa o micro empresa logre mejorar su margen de calidad y producción de forma constante. Esta teoría es japonesa su mención es: en la actualidad mejor que antes y en el futuro mejor que en la actualidad.

1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.4.1 GENERAL

- ¿Cómo se relaciona el sistema de información gerencial con el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima - 2019?

1.4.2 ESPECÍFICOS

- ¿Cómo se relaciona el control con el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima – 2019?

- ¿Cómo se relaciona la toma de decisiones con el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima – 2019?
- ¿Cómo se relaciona el planeamiento con el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima – 2019?

¿Qué relación existe entre el sistema de información gerencial y el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS SRL - ¿Callao, 2019?

1.5 Justificación del estudio

Hernández, Fernández y Baptista (2014), este nos dice que se debe de tener justificación del análisis de la indagación realizada. Esto se realiza a través de la narración de las razones, esto se realiza con un fin determinado y este es que si existe una indagación conveniente se puede encontrar soluciones para un problema existencial, esta indagación puede dar a nacer un nuevo análisis, teoría. (p.40)

El SIG para el comercio internacional con apoyo de entidades bancarias lograra que las empresas y micro empresas logren expandir sus limites

Justificación social:

Si lo vemos de un criterio colectivo la indagación realizada desea brindar un apoyo total a las empresas y micro empresas que por falta de información no tienen todo el conocimiento sobre cómo dar dirección a su negocio para que pueden realizar comercio con mercados internacionales que los puede beneficiar para el crecimiento de sus negocios.

Justificación practica:

La indagación se justificó en la actividad diaria, en la práctica por que a medida que se fue estudiando ambas variables se recolecto valiosa y suficiente información que nos sirvió como base para que la empresa, exportadores e importadores obtuvieran toda la información clara para lograr realizar sus procesos de manera más beneficiosa para la empresa.

Justificación teórica:

En la actual indagación se justificó en la teoría ya que se tomó los aportes de un grupo de datos de la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL – (2019), para la variable de SIG y para la variable de comercio internacional con la finalidad de dar un soporte por la falta de conocimientos de estas variables.

Metodológico

Se mide por medio de un cuestionario de ítems, para poder ejecutar de manera correcta actividad de los objetivos que se han establecido en el estudio, tanto para la variable 1: sistema de información gerencial, como para la variable 2: comercio internacional

Justificación por convivencia

El trabajo concientizará en base al trabajo y logros que alcance la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS esta le conviene en totalidad a la sociedad, ya que si se corrige ciertos errores en alguna toma de decisiones y procesos, se podrá ser competitivo dentro del mercado local, dando la posibilidad de crecimiento económico para el Perú y beneficiar a las empresas importadoras y exportadoras de nuestro país.

1.6 Hipótesis

1.6.1 General

- El sistema de información gerencial se relaciona con el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima – 2019.

1.6.2 Específicos

- El control se relaciona con el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima – 2019.
- Las tomas de decisiones se relacionan con el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima – 2019.

- El planeamiento se relaciona con el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima – 2019.

1.7 Objetivo

1.7.1 General

- Determinar la relación entre el sistema de información gerencial y el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima – 2019

1.7.2 Específicos

- Determinar la relación entre el control y el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima – 2019
- Determinar la relación de la toma de decisiones y el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima – 2019
- Determinar la relación del planeamiento y el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima – 2019

II. MÉTODO

2.1 MÉTODO, TIPO, NIVEL Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1 Enfoque de la investigación

Cuantitativo

Según Tamayo (2017) El procedimiento cuantitativo se refiere a la comparación de las teorías que ya están iniciadas con un objetivo del estudio, una hipótesis planteada, el sumamente obligatorio contar con una muestra y población, la muestra puede ser seleccionada aleatoriamente como también puede ser seleccionada por decisión propia.

2.1.2 Método de la investigación

Hipotético deductivo Zegarra, J. (2014) La indagación hipotética deductiva se aplica continuamente tanto en el día a día de todas las personas como también en una investigación científica. La ruta más razonable para encontrar un remedio a las adversidades que se coloquen planteadas. Se trata de crear hipótesis para adquirir posibles soluciones según los problemas planteados y tener que dar fiabilidad de que los datos sean exactos. (p.82).

2.1.3 Diseño de la investigación

En la actual indagación se dio una plantilla con un diseño **NO EXPERIMENTAL-TRANSVERSAL**

Para “Hernández (2014). Un estudio no experimental se realiza sin afectar a las variables, sin alterar a ninguna de ellas en el estudio, para poder determinar qué efecto tiene una variable contra la otra y sola la observamos y la analizamos. (p.149)”

“Hernández (2014), nos dice que la indagación transversal es en la que la recolección de la información se da en el periodo de la investigación. Tiene la actividad de buscar la definición de ambas variables para poder realizar el estudio y la relación de ambas. (p.151).

2.1.4 Tipo de la investigación

La indagación realizada es **APLICADA**; Nos dice Behar (2014), “este estudio busca que lo que se ha adquirido en conocimientos sean de aplicabilidad, necesitando un marco teórico para poder dar cara a la teoría y lo que se vive día a día , por lo que es una indagación y aplicación de un problema base, que tiene diversas cualidades y momentos. (p.20).

2.1.5 Nivel de la investigación

Esta actividad de indagación tiene un nivel **DESCRIPTIVO- CORRELACIONAL**

Hernández (2016) se manifiesta que el estudio de descriptivo y de relación tiene como fin examinar la trazabilidad que sostiene o atraviesan dos factores como son las variables, ideas, segmentos. (p.63).”

Los estudios de descripción son los que pueden salir a recoger o recolectar información de manera individual o en conjunto, para saber y entender cuáles son los conceptos de las

variables que formarán parte del estudio, para decir como es y cómo se pretende manifestar el problema o fenómeno que es de interés. (p.60).

2.2 VARIABLE DE OPERACIONALIZACIÓN

La indagación tiene 2 variables, “SIG y comercio internacional”. Las que fueron definidas por conceptos

2.2.1 Operacionalización de variables

Variable 1: SIG

Definición conceptual:

Según A.F. King (2015)

SIG brinda a los gerentes de todo rango y a nivel mundial, la correcta y fundamental información segura de todas las fuentes que existan y sean necesarias para que el gerente pueda tomar correcta toma de **decisiones** efectivas en el **planeamiento**, dirección y **control** de las diferentes responsabilidades que ellos puedan tener.

Dimensión: Control

Vega de la Cruz, L y Nieves, A (2014)

Este consiste en adquirir la absoluta planeación organización, **dirección** y coordinación. La gerencia indica cuáles deberían ser los **objetivos** plantados, cuáles son las visiones de cada área de la empresa, tiene la última palabra en decidir cuál será el objetivo según el área correspondiente, decide que se debe de realizar para lograr cumplir con estos objetivos. La gerencia es una serie de actividades que llegar a mostrarse como un comportamiento y estos en un futuro se llegan a utilizar en un determinado proceso.

Indicador: Dirección

Perez, A y Rodriguez, I (2014)

Esta se refiere a un conjunto de personas juntas para lograr alcanzar un o varios objetivos de a empresa, tomando en cuenta el rol que desempeña el gerente o supervisor. Teniendo la su fuente información de los aspectos generales de la dirección. El más grande ejemplo de liderazgo y la mayor habilidad para reconocer ventajas y desventajas que cada uno representa

Indicador: Objetivos

Según Monserrat, J y Viñes, V (2014)

Los objetivos cuentan con una suma importancia para cualquier tipo de investigación, ya que esta contribuye como una guía para absolutamente toda la investigación. Si cometemos un error en la formulación de esta puede conducir a errores irremediables y conseguir llevar al fracaso. Si no está claro, sino se tiene la información correcta de a dónde queremos ir, es como si nos estuviéramos guiando por una brújula dañada, que en vez que dar una correcta información, nos manda al vacío.

Dimensión: Toma de decisiones

Morales, A (2015) La toma de decisiones es una actividad que todos realizamos a diario. Los que se debe de aprender es realizarlo de una manera **eficaz** para poder tener un compromiso acertado y poder tener la **capacidad** de ver el equivocado. Para poder desarrollar esta habilidad se necesita pasar por un **proceso**, que más tiempo no nos quita el poder seleccionar la decisión que vayamos a tomar sino el cómo poder desarrollar de la forma que ayude a contribuir positivamente.

Indicador: Eficaz

Zarate, R y Acosta, J (2014)

La eficacia se refiere a la habilidad que tiene el ser humano para lograr ser lo más efecto que se desea o anhela y eficaz como que genera el efecto esperado. Eficiencia es la habilidad que se tiene para poder dirigir a alguien o de algo para lograr obtener resultados esperados. El seguimiento para la creación de una nueva estrategia de una organización la dirección que va y debe de permanecer y el planteamiento de objetivos y estrategias es el de la eficacia.

Indicador: Proceso

Sanchez, O y Cervantes, V (2016)

Un proceso clave es que esta generado por artículos o actividades que van en dirección a los clientes internos y externos de cualquier organización o empresa. Se considera que son principales los procesos en un modelo de calidad. Esta es una agrupación de actividades que

cuentan con una planificación que involucran a una cantidad seres humanos y de recursos para llevarlas a cabo y conseguir el objetivo deseado. Con un correcto y eficiente proceso se obtiene como resultado cliente satisfechos.

Indicador: Capacidad

Vicente, S y Martínez, A (2015)

La capacidad se refiere a una serie de herramientas naturales que la tienen todos los seres humanos. Este es un proceso mediante el que un grupo de personas reúnen todas sus habilidades para aplicarlas en el desempeño de ciertas actividades o decisiones, para estudiar y ejercer en diferentes campos el conocimiento, la capacidad nos permite poder desarrollar nuestras habilidades y competencias.

Dimensión: Planeamiento

Salinas, E y Rendon, R (2016)

El planeamiento se refiere a un acto que no es para nada aislado sino lo contrario, es un proceso en el que se hace que exista una **mejora continua**, es decir una correlación de análisis de negociaciones, de decisiones y del acto que se realiza a diario que se conllevan para un propósito específico. No se debe pensar que el concepto de planeamiento es el mismo que el de plan que este es solo un **producto** formado de ese proceso. En el proceso se tiene que estructurar un grupo de decisiones para la futura acción , enfocado en el éxito de los objetivos por los medios rentables de una empresa u organización una **penetración en un mercado** nacional o internacional.

Indicador: Penetración en el mercado:

Aniceto, A (2019)

Si nos referimos a la penetración de mercado esta se basa en que logre existir un incremento de la colaboración y penetración del área comercial en los mercados en los que ya se mantienen ejerciendo. Esto se hace para que los clientes con los que ya tienen fidelidad con consumos estos consumos de productos o servicios incrementen aún más. El mayor interés

es captar clientes de la competencia para de esta manera aumentar su cartera de clientes y lograr expandirse no solo en la plaza peruana sino también llegar al mercado extranjero.

Indicador: Mejora continua:

Ruiz, D y Torres, I (2014)

Cuando hablamos de mejora continua nos referimos al desempeño de un equipo dentro de un negocio, empresa o micro empresa y su mayor propósito es el de permanencia, lograr una relativa mejora en corto plazo con resultados muy favorables para la organización o empresa [...] lo que se desea es el mejorar en restar nuestras debilidades, emplear mejor las fortalezas y crear e incentivar competencia dentro del mercado. (p.265).

Indicador: Productos

Diaz, J (2014)

Los productos llegan a ser el grupo de características tangibles e intangibles que se puedan vender y brindar en el mercado para que los clientes puedan cubrir las necesidades, deseos o necesidades que puedan tener. mencionado atributo debe cumplir ciertos estándares solicitado por el **cliente**, como: color, costo, envoltura, marca y servicios, organizaciones, ideas, tanto del fabricante como del **distribuidor**. (p.105).

Variable 2: Comercio internacional

Definición conceptual:

Fernández, E (2014)

Se define comercio internacional como la actividad de intercambiar los bienes, servicios y capitales entre residentes de diferentes países, es el proceso por el cual los países logran realizar la **exportación** e **importación** de **productos** y capital financiero.

Dimensión: Exportación

Barrientos Felipa, Pedro (2014). Cuando hablamos de exportación nos referimos como la venta, trueque o donación de bienes y servicios entre los habitantes que vivan en un país hacia los residentes que vivan en un país extranjero. Al vendedor (residente) a este se le llama exportador [...] las exportaciones se realizan cuando a un país X le es rentable hacer negocios

con un país Z. [...] as importancia de las exportaciones se basan en el **crecimiento económico**, de **empleo** y de **productividad** del país. (p.145).

Indicadores:

Crecimiento económico:

Ruíz, A & Rosales, G (2014) este lo define como el crecimiento sostenido de algunos puntos como la producción de una economía, bienes y servicios; normalmente se mide con el aumento del producto bruto interno de un país. [...] en los últimos siglos la principal fuente para el crecimiento económico del Perú son las actividades de las empresas y micro empresas, mayor creación de empleos, ahorros, aumento de salarios, Etc. (p.178)

Empleo:

Pastor, E & Sánchez, M (2014)

Dentro de la población económicamente activa se encontramos a las personas de distintos géneros que contribuyen con su trabajo para ejecutar bienes o servicios económicos, establecidos según los sistemas de cuentas nacionales. (p.67).

Dimensión: Importación

Cedeño Carranza, J. E. (2017)

La importación se trata del ingreso de productos de un país de origen al otro país importador, principalmente para el consumo. Para poder reconocer esta actividad es necesario comprender que es el importar. [...] cuando existe la **demanda** de productos determinados por los compradores, se ofrecen nuevas **oportunidades** de negocios a las empresas y micro empresas que estén predispuestas a importar.

Indicadores:

Demanda:

Blanco, Jorge (2016) Cuando se refiere a demanda se habla del anhelo que adquiere un ser humano de algún fruto específico que tiene respaldo de como poder ser pagado, nos referimos a la cantidad de accesorios que los consumidores puedan adquirir con los diferentes precios

en la plaza. En el marketing se le conoce como valor general que manifiesta la intención de compra de una colectividad. (p254)

Oportunidades:

Sánchez González, Pilar (2017) La palabra oportunidad es fundamental en el ámbito de los negocios ya que la principal actividad de identificación es primordial, la exanimación y la explotación de oportunidades son básicas para toda la actividad diaria empresarial. Las oportunidades brindan mayor beneficio de mejora, innovación, creación, crecimiento y diversificación de la empresa o micro empresa durante un determinado periodo. (p.197).

Dimensión: Productos

Meneses, Rocío, & Navarro, Jose (2015) Los productos son el conjunto de atributos tangibles e intangibles que se pueda ofrecer la plaza para que puedan cubrir las necesidades de los consumidores o los anhelos determinados de los clientes. Dicho atributo debe cumplir ciertas características deseadas por el **cliente**, como: color, costo, envoltura, marca y servicios, organizaciones, ideas, tanto del fabricante como del **distribuidor**.

Indicadores:

Cliente:

GuadarramA, E & RosaleS, E (2015). Cuando hablamos del consumidor, nos referimos a la organización o persona que posteriormente se convierte comprador principal de los bienes o actividades que brinda la organización, no es necesariamente el consumidor final. El cliente puede comprar a su nombre para satisfacer necesidades propias de él o puede comprar a nombre de la empresa o micro empresa para actividad económica de ella.

Distribuidor:

González-Benito, Óscar, & Martos-Partal, Mercedes (2014) La palabra distribuidor hace mención a la persona u organización que tiene responsabilidad de vender un determinado bien o actividad según el contrato que se debe establecer. Él tiene la función de actuar como un intermediario entre el comprador y el productor.

2.2.2 Matriz de Operacionalización

Tabla 01. Matriz operacional variable 1

Variable 1|

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
VARIABLE 1 Sistema de información gerencial	Según A.F. King (2015) SIG es un sistema que provee a los gerentes de todos los niveles y de todas las funciones, informaciones de todas las fuentes relevantes que son necesarias al gerente para tomar decisiones efectivas y oportunas en el planeamiento, dirección y control de las actividades por las cuales ellos son responsables. (p167)	La variable "Sistema de información gerencial" fue medida por medio de un cuestionario que posee diferentes ítems, teniendo en cuenta sus indicadores para su optima ejecución.	Control Toma de decisiones planeamiento	Dirección Objetivos Proceso Capacidad Mejora continua Penetración en el mercado	1,2 3,4 5,6 7,8 9 10	Según Pérez, Tomas (2015) Ordinal Tiene un orden de menor a mayor en jerarquía. (p54) Intervalos La escala de intervalos se define como una medición cuantitativa. Se mide la diferencia entre dos variables (p.55)

Variable 2

Tabla 02. Matriz operacional variable 2

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Variable 2: Comercio internacional	Según Enrique Cornejo Ramírez (2018) Se define comercio internacional como la actividad de intercambiar los bienes, servicios y capitales entre residentes de diferentes países, es el proceso por el cual los países logran realizar la exportación e importación de productos y capital financiero.	La variable "Comercio Internacional" fue medida por medio de un cuestionario que posee diferentes ítems, teniendo en cuenta sus indicadores para su óptima ejecución	Exportación Importación Productos	Crecimiento económico Empleo Demanda Oportunidades Clientes Distribuidor	1,2 3,4 5,6 7,8 9 10	Según Pérez, Tomas (2015) Ordinal Tiene un orden de menor a mayor en jerarquía. (p54) Intervalos La escala de intervalos se define como una medición cuantitativa. Se mide la diferencia entre dos variables (p.55)

2.3 Población y muestra

2.3.1 población

“Bernal (2016). Denota que los números de participantes que se muestran como fuente que puede ser utilizada para el estudio y usarlos de manera correcta y objetiva en las muestras para una relación objetiva. (p.161)”

Acorde a la finalidad y motivo del estudio que se conforma por los trabajadores de la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS SRL, 45 personas que acuden a diario a laborar.

2.3.2 Unidades de muestreo

Del poblado en colectivo se eligieron 40 componentes o unidades de muestra que recolectaran ciertos aspectos adecuadas para la indagación. Esto va estar conformados por hombres y damas del área de gerencia, administración y recursos humanos de las diferentes sucursales, ya que estos son quienes conforman la empresa y tienen conocimiento sobre todos los servicios que se brindan.

Hernández (2014), “lo describe como un pequeña porción o fracción de los elementos que intervienen al global del conjunto estructurado por diferentes caracteres que llamamos poblado (p.175)”

2.3.3 Muestra

Si nos referimos al tipo de muestra esta fue **PROBABILISTICO ALEATORIO SIMPLE**. Hernández (2014) lo define “proponiendo que, en esta el global de todos los factores que están conformando el poblado tiene igual oportunidad probable de poder ser elegidos para la muestra, pero la muestra de a llegar a obtener de una manera aleatoria de las unidades de muestreo (p. 175)”

Para poder calcular la muestra se va emplear la fórmula:

	Nivel de confiabilidad	95%
N=	Total unidades de muestreo	40
$Z^2=$	Valor de distribución	1.96
p=	Proporción de aceptación	50%
q=	Porcentaje de no aceptación	50%
d=	Margen de error	5%

N=35

La fórmula que se hizo nos brindó el total de la muestra para poder realizar la actividad de indagación, esta llegó a ser conformada por 35 trabajadores de la organización automotriz JMAICELOCARS SRL

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

2.4.1 Técnica de recolección de datos

En esta investigación el método usado fue una ENCUESTA, donde se consideran preguntas sobre las variables; **SISTEMA DE INFORMACIÓN GERENCIAL y COMERCIO INTERNACIONAL** de la empresa automotriz **JMAICELOCARS SRL**

Para Hurtado, Kuaznik y Esoinal (2014) “es una práctica que se utiliza de manera óptima y correcta, mediante el trascurso de cosecha de información la cual es importante para la indagación (p.317)”.

2.4.2 Instrumento de recolección de datos

El utensilio para la recolección de datos utilizado en la indagación fue el **CUESTIONARIO**, hecho a los 35 colaboradores de la empresa para tener los diferentes puntos de vista con respecto a la indagación realizada

“Bernal (2016), este nos menciona que el cuestionario es una agrupación conformada por diferentes preguntas que nos van dar el apoyo para conseguir información con suma importancia. Todo ellos se realizan por qué se quiere llegar a lograr el objetivo ejecutado en la indagación (p. 250).”

El elemento de la indagación cuenta con 25interrogantes; 13 de ellas para la variable “sistema de información gerencial” y las 12 siguientes para “Comercio internacional” el cuestionario va ser para los colaboradores de la organización automotriz JMAICELO CARS SRL 2019.

2.4.3 Validez

Hernández (2014), la validación tiene qué ver con el porcentaje con el que se mide cada variable (p. 200).”

El utensilio que se ha empleado en la indagación está siendo sometida a los juicios de expertos,

- a) Dr, Lessner Augusto León Espinoza
- b) Mg. José Andrades Sosa
- c) Mg. Maribel Otárola Chávez

Confiabilidad

“Bernal (2016), no dice que para tener confianza en el instrumento refleja la valoración que se va obtener por varios participantes mediante la indagación de esta (p. 247).”

Tabla 03. Interpretación del coeficiente de alfa de c.

Coeficiente	Relación
0.00 a +/- 0.20	Muy Baja
-0.2 a 0.40	Baja o ligera
0.40 a 0.60	Moderada
0.60 a 0.80	Marcada
0.80 a 1.00	Muy Alta

Lo confiable de la herramienta fue ejecutado por el procedimiento de Alfa de Cronbach, sumando los datos que se obtiene por el sistema estadístico SPSS 24, aplicando a los resultados de la población a 35 Trabajadores de la empresa JMAICELOCARS SRL. Ubicada en San Miguel

Tabla 04. *Confiabilidad variable 1.*

Variable 1: Sistema de Información Gerencial

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	35	100.0
	Excluido ^a	0	.0
	Total	35	100.0

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,910	13

TABLA N^a 4, nos dice que el resultado estadístico de fue el instrumento es fiable de la VAR IND “sistema de información gerencial” nos brinda un porcentaje verdaderamente alto y este nos brinda un valor de 0. 927.esto nos señala lo que indica que nuestra proporción de seguridad del elemento y de los ítems se considera muy alto.

Tabla 05. *Confiabilidad Variable 2.*

Variable 2: Comercio internacional

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	35	100.0
	Excluido ^a	0	.0
	Total	35	100.0

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,913	12

TABLA N^a 5, nos dice que el resultado estadístico de fue el instrumento es fiable de la VAR comercio internacional nos brinda un porcentaje verdaderamente alto y este nos brinda un valor de 0. 913.esto nos señala lo que indica que nuestra proporción de seguridad del elemento y de los ítems se considera aceptable

Tabla 06. *Alfa de Cronbach.*

VARIABLE X E Y

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	35	100.0
	Excluido ^a	0	.0
	Total	35	100.0

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,940	25

La fiabilidad junto la variable 1 y 2 nos dice que el rango de seguridad de las 2 variables nos da como resultado una proporción alta de valor de 0.944. entonces indica que la proporción de seguridad del elemento y de los ítems en conjunto son altos.

2.5 Métodos de análisis de datos

En el actual estudio de indagación se utilizó el programa de estadística SPSS25, se utilizó el Alfa de Cronbach para poder calcular que tan confiable es el cuestionario del elemento y generar un juicio del experto.

2.6 Aspectos éticos

En esta indagación, se podrá generar principios de ética con la finalidad de que se pueda comprobar la fiabilidad de los resultados, por lo cual, si hubiera pertenencia entre los autores distintos y las fuentes que correspondan, sobre los cuales se les pondrá a los encuestados ningún dato que sea adquiridos.

- El uso de la información tiene respaldo de las respuestas que nos dieron los colaboradores de la empresa, así como su imagen
- Valor social: los colaboradores respondieron el cuestionario sin estar bajo a ninguna presión y sin ser obligados, fueron muy amables al responder las encuestas.

III. RESULTADOS

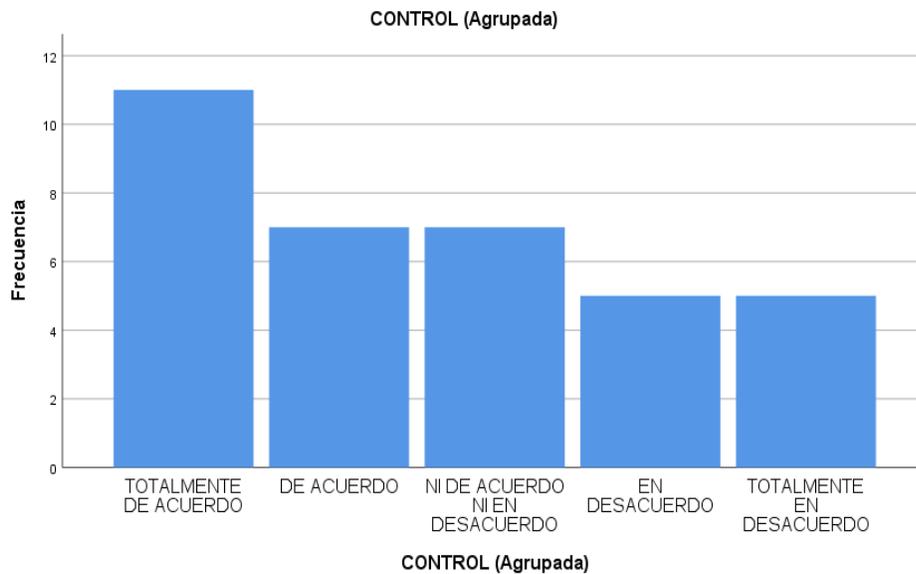
3.1 Análisis descriptivo

3.1.1 Resultados de dimensiones

A) Dimensiones de variable: SISTEMA DE INFORMACIÓN GERENCIAL

TABLA N°7. RESULTADO DE LA DIMENSIÓN CONTROL

		CONTROL (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE DE ACUERDO	11	31,4	31,4	31,4
	DE ACUERDO	7	20,0	20,0	51,4
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	7	20,0	20,0	71,4
	EN DESACUERDO	5	14,3	14,3	85,7
	TOTALMENTE EN DESACUERDO	5	14,3	14,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	



Interpretación: En la tabla # 7, se observa el efecto de la Dimensión: CONTROL, donde se evidencia que, de los 35 trabajadores encuestados, 11 de ellos se muestran totalmente de acuerdo con el 31.4%, es decir la mayoría considera que el control y el sistema de información gerencial se caracterizan por brindar la estabilidad a la empresa automotriz JMAICELOSAC SRL; por otro lado, se muestran de acuerdo, con el 20,0%. Ni de acuerdo ni en desacuerdo, con el 20%, respondió un 14,3% que se encuentra desacuerdo y el 14,3% se encuentra totalmente en desacuerdo.

RESULTADOS DE LA DIMENSIÓN TOMA DE DECISIONES

TOMA DE DECISIONES (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE DE ACUERDO	19	54,3	54,3	54,3
	DE ACUERDO	5	14,3	14,3	68,6
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	1	2,9	2,9	71,4
	EN DESACUERDO	6	17,1	17,1	88,6
	TOTALMENTE EN DESACUERDO	4	11,4	11,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

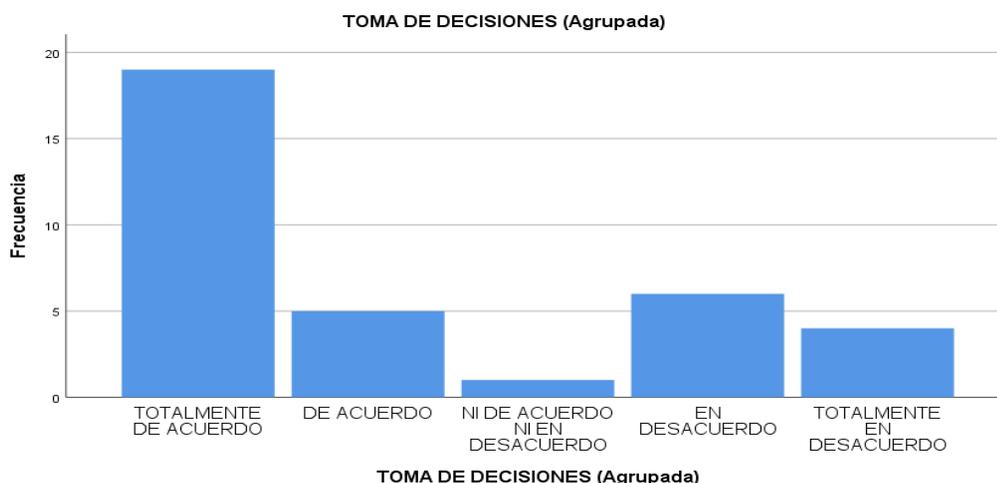


FIGURA 1: *Diagrama de barras de la dimensión toma de decisiones*

Interpretación: En la figura 1, se ven los efectos de la Dimensión: TOMA DE DECISIONES, donde se evidencia que, de los 35 trabajadores encuestados de la empresa automotriz JMAICELOCARS SRL, 19 de ellos se muestran totalmente de acuerdo con el 54,3%, 5 se muestran de acuerdo con el 14,3% es decir la mayoría considera que la correcta toma de decisiones es primordial para llegar a tomar la correcta dirección de la empresa; por otro lado 1 de ellos no están ni de acuerdo ni desacuerdo, con el 2,6 %, 6 de ellos se muestran en desacuerdo, con el 17,1% y 4 de ellos totalmente desacuerdo, con el 11,4 %.

RESULTADO DE LA DIMENSIÓN PLANEAMIENTO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE DE ACUERDO	20	57,1	57,1	57,1
	DE ACUERDO	2	5,7	5,7	62,9
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	4	11,4	11,4	74,3
	EN DESACUERDO	7	20,0	20,0	94,3
	TOTALMENTE EN DESACUERDO	2	5,7	5,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

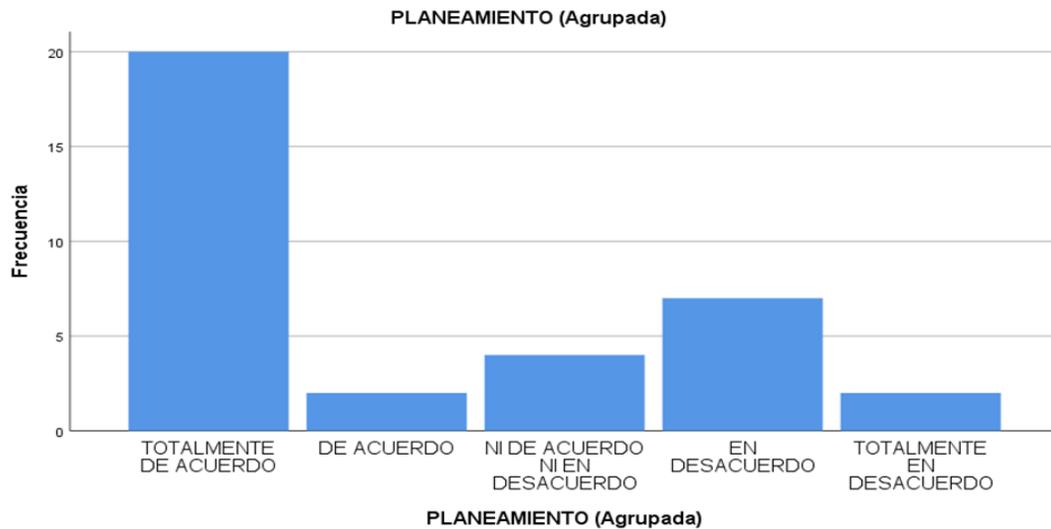
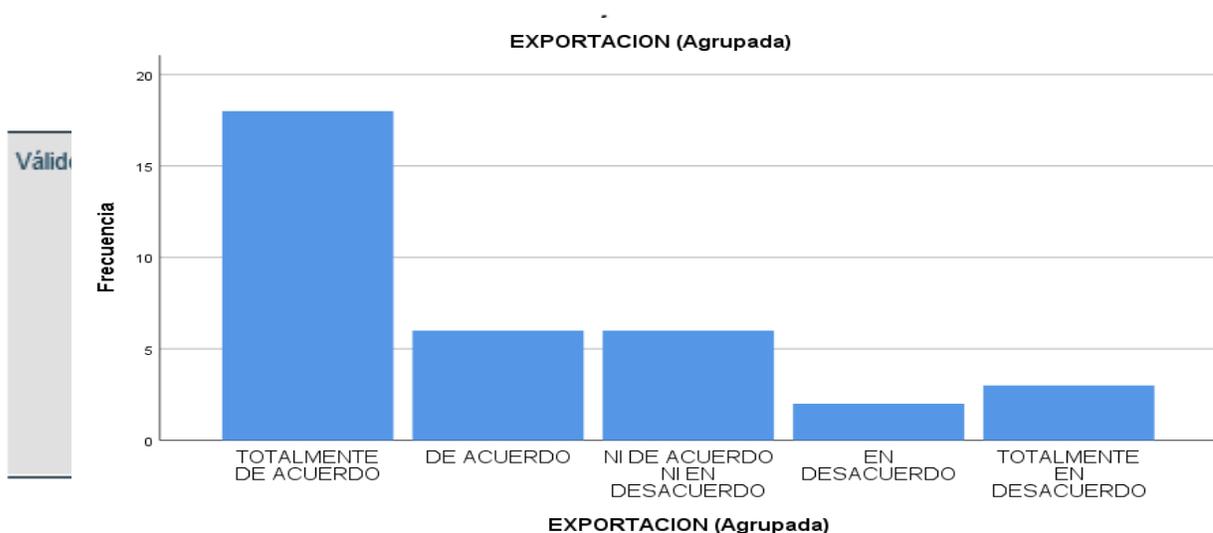


FIGURA 2: *Diagrama de barras de la dimensión planeamiento*

Interpretación: En la figura 2, se ven los efectos de la Dimensión: PLANEAMIENTO, donde se evidencia que, de los 35 trabajadores encuestados de la empresa automotriz JMAICELOCARS SRL, 20 de ellos se muestran totalmente de acuerdo con el 57.1%, 2 de ellos se muestran de acuerdo, con el 5,7 %, es decir consideran que un buen planeamiento dentro de la empresa mantendrá y aumentara un crecimiento económico para esta; por otro lado 7 de ellos se muestran en desacuerdo, con el 20.0%.

B) Dimensiones de variable: COMERCIO INTERNACIONAL

TABLA No 8 RESULTADO DE LA DIMENSIÓN EXPORTACIÓN



Interpretación: En la tabla 8, se ven los efectos de la Dimensión: EXPORTACIÓN, donde se evidencia que, de los 35 trabajadores encuestados de la empresa automotriz JMAICELOCARS SRL, 18 de ellos se muestran totalmente de acuerdo con el 51,4%, 6 de ellos se encuentran de acuerdo, con un 17,1%, es decir que para la mayoría le; por otro lado 6 de ellos se muestran de acuerdo, con el 17,1%, 6 de ellos se encuentran indecisos con un 17,7%, 2 de ellos se encuentran desacuerdo con un 5,7% y 3 de ellos se encuentran totalmente desacuerdo con un 8,6%.

RESULTADO DE LA DIMENSIÓN IMPORTACIÓN

		IMPORTACIÓN (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE DE ACUERDO	15	42,9	42,9	42,9
	DE ACUERDO	12	34,3	34,3	77,1
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	4	11,4	11,4	88,6
	EN DESACUERDO	3	8,6	8,6	97,1
	TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	2,9	2,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

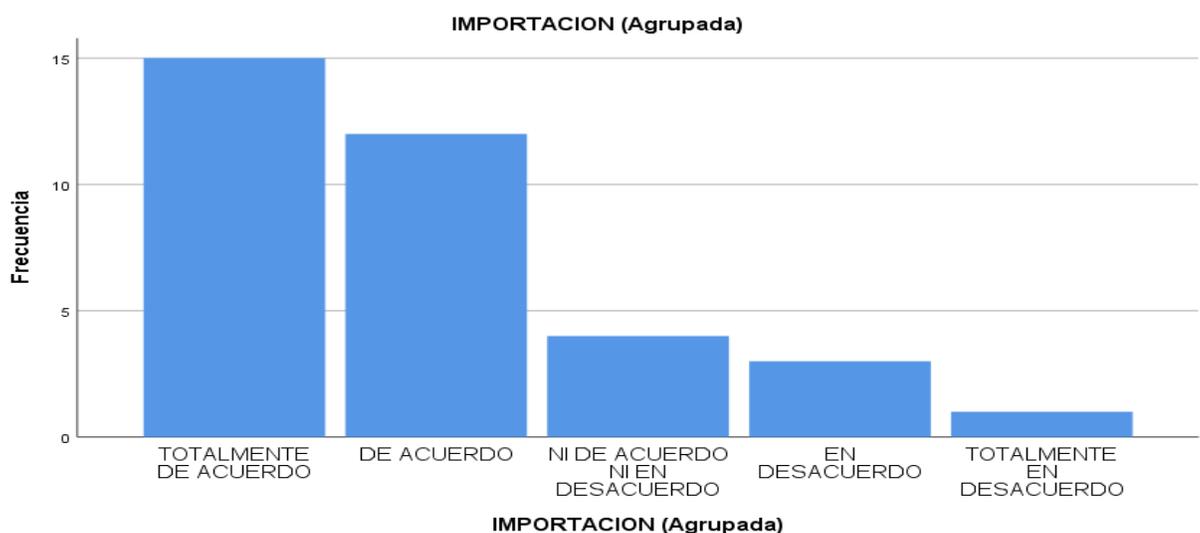


Figura 3: Diagrama de barras de la dimensión importación

Interpretación: En la figura 3, se ven los efectos de la Dimensión: IMPORTACIÓN, donde se evidencia que, de los 35 trabajadores encuestados de la empresa automotriz JMAICELOCARS SRL, 15 de ellos se muestran totalmente de acuerdo con el 42,9%, es decir consideran que si la empresa empieza a realizar importaciones sería algo óptimo para el negocio y esto ayudaría a generar mayor rentabilidad; por otro lado 12 de ellos se muestran de acuerdo, con el 34,3%. 4 de ellos se encuentran indecisos, con un 11,4%, 3 de ellos se encuentran desacuerdo, con el 8,6% y 1 totalmente desacuerdo con un 2,9%.

RESULTADO DE LA DIMENSIÓN PRODUCTOS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE DE ACUERDO	16	45,7	45,7	45,7
	DE ACUERDO	6	17,1	17,1	62,9
	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	6	17,1	17,1	80,0
	EN DESACUERDO	5	14,3	14,3	94,3
	TOTALMENTE EN DESACUERDO	2	5,7	5,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

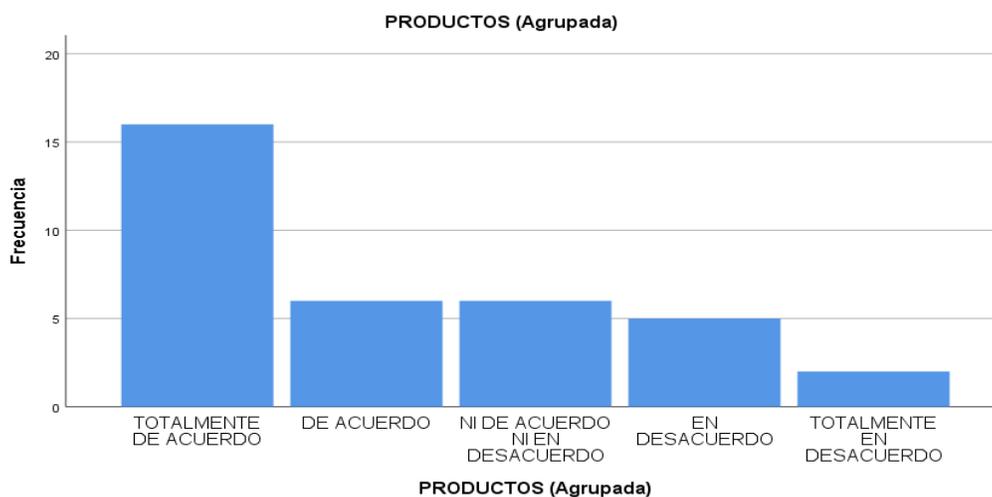


Figura 4: Diagrama de barras de la dimensión productos

Interpretación: En la figura 4, se ven los efectos de la Dimensión: PRODUCTOS, donde se evidencia que, de los 35 trabajadores encuestados de la empresa automotriz JMAICELOCARS SRL, 16 de ellos se muestran totalmente de acuerdo con el 45,7%, es decir consideran que para poder posicionarse en mercados competitivos es fundamental contar con variedad de productos innovadores; por otro lado 6 de ellos se muestran de acuerdo, con el 17.1%, 6 de ellos se encuentran indecisos con un 17,1, 5 de ellos se encuentran desacuerdo con un 14,3% y 2 de ellos se encuentran totalmente desacuerdo con un 5,7%.

3.1. ESTADÍSTICA INFERENCIAL

3.2.1 PRUEBA DE NORMALIDAD

En esta indagación en observación, el examen de la hipótesis tiene que cubrir algunas normas, con la finalidad de argumentar la contratación de hipótesis. Por ello se llega a establecer que el nivel de significancia es de 0.05 y el nivel de aceptación es del 95%, en su límite de $z=1.96$, asimismo se formula la siguiente hipótesis.

H0: la distribución de la muestra es normal

H1: la distribución de la muestra no es normal

Regla de decisión:

Sig. <0.05 se rechaza la hipótesis nula

Sig. >0.05 se acepta la hipótesis de investigación

TABLA N°9 ANALISIS DE LA PRUEBA DE NORMALIDAD

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
SISTEMA DE INFORMACIÓN GERENCIAL (Agrupada)	,339	35	,000	,741	35	,000
COMERCIO INTERNACIONAL (Agrupada)	,308	35	,000	,788	35	,000

Interpretación: En la tabla N°9 del examen de normalidad, se presenta una muestra de 35 trabajadores, este valor es menor a 45, por lo tanto, utilizaremos el estadístico Shapiro Wilk. Asimismo, se obtuvo el nivel de significancia de 0.00 el mismo que es menor a 0.05, no aceptando la hipótesis nula y aprobando la hipótesis de la indagación; esto nos señala que **la distribución de la muestra no es normal**, de tal manera el tipo de indagación es **no paramétrica**, dará inicio a utilizar la prueba del estadístico de **Spearman**; además esta prueba garantiza lo que se planteó en la parte superior respecto a las condiciones no paramétricas.

3.2. Contrastación y correlación de hipótesis

Según **Hernández, Fernández y Baptista. (2014)** la interpretación del grado de correlación en rangos, según el valor del coeficiente.

0.00	No existe correlación alguna entre variables.
+0.10	Correlación positiva muy débil.
+0.25	Correlación positiva débil.
+0.50	Correlación positiva media.
+0.75	Correlación positiva considerable.
+0.90	Correlación positiva muy fuerte.
+1.00	Correlación positiva perfecta.

Fuente: **Hernández, Fernández y Baptista. (2014)**

HG: El sistema de información gerencial se relaciona con el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima – 2019.

Ho: No hay vínculo entre el SIG y el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima – 2019.

TABLA N°10 ANALISIS DE LA CORRELACION DE RHO DE SPERMAN ENTRE SISTEMA DE INFORMACION GERENCIAL Y COMERICO INTERNACIONAL

			Correlaciones	
			SISTEMA DE INFORMACIÓN GERENCIAL (Agrupada)	COMERCIO INTERNACIONAL (Agrupada)
Rho de Spearman	SISTEMA DE INFORMACIÓN GERENCIAL (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1,000	,933**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	35	35
	COMERCIO INTERNACIONAL (Agrupada)	Coefficiente de correlación	,933**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	35	35

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

Interpretación: En la tabla N° 10 se observa el efecto desenlazo por el método estadístico de Spearman, el mismo que arrojó un coeficiente de 0.933, por lo que se determina que existe una correlación verdaderamente muy intensa entre ambas variables, con un nivel de significancia de 0,00 menor a 0.05, el cual es el máximo establecido para ser aceptada. De esta forma se acepta la hipótesis de la indagación y no se acepta la hipótesis nula obteniendo como resultado el vínculo entre el sistema de información gerencial y comercio internacional.

Hipótesis específica 1

H₁: El control se vincula con el comercio internacional en la organización AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima – 2019.

H₀: No hay un vínculo entre el control y el comercio internacional de la organización AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima – 2019.

TABLA No 11 ANÁLISIS DE LA CORRELACIÓN DE RHO SPEARMAN ENTRE EL CONTROL Y EL COMERCIO INTERNACIONAL

			Correlaciones	
			CONTROL (Agrupada)	COMERCIO INTERNACIONAL (Agrupada)
Rho de Spearman	CONTROL (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,821**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	35	35
	COMERCIO INTERNACIONAL (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,821**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	35	35

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

Interpretación:

En la tabla N°11 se observa el efecto adquirido por el método estadístico de Spearman, el que arrojo un coeficiente 0.821, por lo que se determina que si hay un vínculo existe una correlación positiva considerable entre las variables, con un nivel de significancia de 0,00 menor a 0.05, el cual es el máximo establecido para ser aceptada. De esta manera se acepta la hipótesis de la investigación y se rechaza la hipótesis nula, obteniendo como resultado la relación entre control y comercio internacional.

Hipótesis específica 2

H2: Las tomas de decisiones se relacionan con el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima – 2019.

Ho: No existe relación entre la toma de decisiones y el comercio internacional de la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima – 2019.

TABLA N° 12 ANALISIS DE LA CORRELACION DE RHO DE SPERMAN ENTRE LA TOMA DE DECISIONES Y EL COMERCIO INTERNACIONAL

Correlaciones

			TOMA DE DECISIONES (Agrupada)	COMERCIO INTERNACIONAL (Agrupada)
Rho de Spearman	TOMA DE DECISIONES (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,879**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	35	35
	COMERCIO INTERNACIONAL (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,879**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	35	35

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

Interpretación:

En la tabla N°12 se observa el resultado obtenido por el método estadístico de spearman, el que arrojó un coeficiente 0,879, por lo que se determina que, si hay un vínculo verdaderamente firme, considerable entre las dos variables, con un nivel de significancia de 0,00 menor a 0.05, el cual es el máximo establecido para ser aceptada. De esta manera se acepta la hipótesis de la indagación y no se aprueba la hipótesis nula, obteniendo como resultado la relación entre toma de decisiones y comercio internacional.

Hipótesis específica 3

H3: El planeamiento si se vincula con el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima – 2019.

H0: No se evidencia vínculo entre el planeamiento y el comercio internacional de la organización AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima – 2019.

TABLA N° 13 ANALISIS DE LA CORRELACION DE RHO DE SPEARMAN ENTRE EL PLANEAMIENTO Y EL COMERCIO INTERNACIONAL

			Correlaciones	
			PLANEAMIENTO (Agrupada)	COMERCIO INTERNACIONAL (Agrupada)
Rho de Spearman	PLANEAMIENTO (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,845**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	35	35
	COMERCIO INTERNACIONAL (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,845**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	35	35

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

Interpretación:

En la tabla N°13 se observa el resultado obtenido por el método estadístico de spearman, el que arrojo un coeficiente 0.845, por lo que se determina que existe una un vínculo fuerte considerable entre ambas variables, con un nivel de significancia de 0,00 menor a 0.05, el cual es el máximo establecido para ser aceptada. De esta formase acepta la hipótesis de la indagación y se no se aprueba la hipótesis nula, obteniendo como resultado la relación entre planeamiento y comercio internacional.

IV. DISCUSIÓN

Gracias a los efectos adquiridos en esta indagación, en la que se averiguo el vínculo entre el SIG y el comercio internacional, por lo que se efectuó una encuesta a los 30 clientes. De la investigación se llegó a establecer:

Hipótesis y Objetivo General

Se tenía como objetivo general demostrar si el sistema de información gerencial se relaciona con el comercio internacional de la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL. De acuerdo a la apreciación de los trabajadores que la gran parte nos menciona que, si hay un vínculo entre ambas variables en mención, y los efectos que se llegaron a dar en la prueba de Spearman con un coeficiente de correlación de $Rho=0,933$, esto nos hace notar que existe

un vínculo fuerte muy alto, con un valor de significancia (bilateral) de 0,000 el mismo que es menor a 0.05, no acepta la hipótesis nula y si asume la hipótesis de la indagación, lo que nos hace ver que si hay un vínculo entre el sistema de información gerencia y el comercio internacional de la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL.

Dichos efectos son consecuentes con la actividad de indagación Pimentel, Diana (2018) en su investigación titulada “SIG en los procesos de negocios de las mypes importadoras de la galería Las Bellotas, Lima - 2018,”. Según la prueba de Spearman se obtuvo un $Rho=0,962$, teniendo un vínculo fuerte media, con un valor de significancia (bilateral) de 0.000 el mismo que es menor a 0.05. Se concluyó que, a mayor implementación de un plan de estrategias habría una mayor competitividad de las Mypes. Se contrasto con este trabajo ya que se obtuvieron resultados estadísticos superiores según el Rho de Spearman aplicado, al mismo tiempo que en el trabajo de indagación se concluyó que si el SIG debe darse por igual de manera internacional para así lograr que las operaciones de comercio internacional mantengan el flujo continuo de nación a nación y así desarrollar una economía de tercer mundo.

Asimismo A.F. King (2015)

SIG es un sistema que le brinda a todos los gerentes o dueños de empresas que lo adquieran o personal que no tenga sin importar las funciones, le da la posibilidad de adquirir informaciones de todas las fuentes existentes que sean necesarias para cubrir las necesidades de la persona que esté en uso de esta. Esto brinda un gran soporte a la empresa ya que ayuda a que la empresa pueda llegar a tener una buena organización, administración y ayuda a que se tomen buenas decisiones por la gran base de datos que se tiene. (p.315)

En conexión con esta indagación y con los efectos que hemos adquirido en el cuestionario hecho a los colaboradores de la empresa automotriz JMAICELOCARS SRL, San Miguel; tal cómo definió A.F. King, el SIG es un conjunto de métodos y técnicas que comprendieron datos de diversas fuentes, la recolección y la muestran en un formato totalmente claro, por lo que es sumamente primordial la tecnología para poder recolectar y mostrar los datos pero las teorías son más ambiguas que la actual tecnología de computación con las que se cuenta ahora y son mucho más modernas.

Hipótesis y Objetivo Específico 1

Se tenía como objetivo general aclarar si el control llega a tener vínculo con el comercio internacional de la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL. De acuerdo a la apreciación de los trabajadores que en gran parte se menciona que si se encuentra vínculo entre la variable 1 y la variable 2, y los efectos adquiridos tras la prueba de Spearman con un coeficiente de correlación de $Rho=0,821$, teniendo un vínculo muy fuerte considerable, con un valor de significancia (bilateral) de 0,000 el mismo que es menor a 0.05, no acepta la hipótesis nula y si adopta la hipótesis de la indagación, lo que nos hace notar que si hay un vínculo entre el control y el comercio internacional de la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL.

Estos resultados tienen coherencia con el trabajo de Coba (2014) en su la investigación titulada un “Diseño e implementación de un Sistema de Información Gerencial SIG de Gestión, Análisis y Monitoreo Financiero en las Cajas Comunitarias de Ahorro y Crédito socias de la Cooperativa Mujeres Unidas, sobre la plataforma tecnológica JEE6 CON EL FRAMEWORK JBOSS SEAM”. Según la prueba de Spearman se obtuvo un $Rho=0,798$, teniendo una correlación positiva considerable, con un valor de significancia (bilateral) de 0.000 el mismo que es menor a 0.05. Se concluyó que, el área de finanzas y compras no generaban más de lo que se esperaba de modo que había un declive. Se contrasto con este trabajo ya que se obtuvieron resultados estadísticos similares según la Rho de Spearman aplicada, al mismo tiempo que en el trabajo de investigación se concluyó que sin un buen protocolo de control la empresa se va en declive, ya que las operaciones de comercio de establecen de acuerdo al mercado y los servicios.

Según Vega de la Cruz, L y Nieves, A (2014)

Este consiste en adquirir la absoluta planeación organización, dirección y coordinación. La gerencia indica cuáles deberían ser los objetivos plantados, cuáles son las visiones de cada área de la empresa, tiene la última palabra en decidir cuál será el objetivo según el área correspondiente, decide que se debe de realizar para lograr cumplir con estos objetivos. La gerencia es una serie de actividades que llegar a mostrarse como un comportamiento y estos en un futuro se llegan a utilizar en un determinado proceso. (p. 254)

El vínculo a esta indagación y con los efectos adquiridos en el cuestionario hecho a los colaboradores de la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL.; tal como lo definen

Vega de la Cruz, L y Nieves, A., el control es el periodo a través del cual se tiene en observación los efectos adquiridos en el vínculo con lo planeado, con un solo fin que es el de corregir desvíos y equivocaciones para lograr mejorar recíprocamente, por ende este no es solo un trabajo a nivel directivo, sino de todos los que conforman este grupo sin importar el nivel miembros de la organización. Llevando a la empresa hacia la responsabilidad al cumplir con los objetivos establecidos bajo las reglas mencionadas y mecanismos de medición cualitativos y cuantitativos.

Hipótesis y Objetivo Específico 2

Se mostró como objetivo general determinar si la toma de decisiones se llega a vincular con el comercio internacional de la organización AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL. De acuerdo a la apreciación de los trabajadores que en su gran mayoría indican que si existe relación entre las variables mencionadas, y los resultados obtenidos en la prueba de Spearman con un coeficiente de correlación de $Rho=0,879$, teniendo una correlación positiva considerable, con un valor de significancia (bilateral) de $0,000$ el mismo que es menor a 0.05 , no acepta la hipótesis nula y se adopta la hipótesis de la indagación, lo que nos hace ver que si hay un vínculo entre la toma de decisiones y el comercio internacional de la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL.

Los efectos son coherentes con la actividad de indagación de Palacios, Regina (2018) en su investigación titulada “Propuesta de un sistema de información gerencial para mejorar la toma de decisiones de la empresa Agroindustrial Agrobenas SRL.”. Según la prueba de Spearman se obtuvo un $Rho=0,886$, teniendo una correlación positiva muy fuerte, con un valor de significancia (bilateral) de 0.000 el mismo que es menor a 0.05 . Se concluyó para una correcta toma de decisiones debe existir un sistema de información gerencial para la correcta comunicación ya que de esto dependerá el estado de los colaboradores y de la empresa y las relaciones que exista entre el emisor y el receptor. Teniendo una base de datos confiable podrán llegar a expandir sus límites no solo de manera nacional sino en un mercado internacional. Se contrasta con este trabajo ya que se obtuvieron resultados estadísticos similares según el Rho de Spearman aplicado, al mismo tiempo que en el trabajo de investigación se concluyó una correcta toma de decisiones optimiza las operaciones de comercio internacional.

Asimismo, Morales, A (2015)

Los objetivos poderosos saben perfectamente cuando una decisión ha de fundarse en ideales y cuando hay que tomarla pragmáticamente, según las situaciones de cada tema. Saben que la decisión más poderosa está situada entre el compromiso acertado y el equivocado y han aprendido a expresar uno en función del otro, saben que la etapa de ese proceso que más tiempo absorbe no es la de tomar la decisión sino la de llevarla a cabo. Si una decisión no se ha desencadenado hacia una actividad, no es una decisión, en el mejor de los casos solo se trata de una buena intención, esto significa que, así como la eficacia en la decisión se basa intrínsecamente en el empleo del nivel más elevado del conocimiento conceptual, las acciones que se deduzcan deben caer lo más cerca posible del capi determinado por la capacidad de la gente que tiene que llevarlas a cabo.

En vinculo a esta indagación y con los efectos adquiridos en el cuestionario hecho a los colaboradores de la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL.; tal como lo define Morales, A., la toma de decisiones es lograr establecer cuál es la conducta adecuada para la circunstancia en la existe varios hechos diariamente. Tenemos que elegir los instrumentos que sean importantes y prestar caso omiso a los que no lo son y analizar el vínculo de ambos. Cuando ya se tiene clara la circunstancia, para poder decidir la decisión nos vemos en la obligación de hacer actividades alternativas, indagar de ellas y soñar con la situación final y analizar los efectos prestando atención a la incertidumbre de cada efecto y su valor. Así se obtiene una imagen de las consecuencias que tendría cada una de las acciones alternativas que se han definido. De acuerdo con las consecuencias se asocia a la situación la conducta más idónea eligiéndola como curso de acción

Hipótesis y Objetivo Específico 3

Se mostro como objetivo general esclarecer si el control se vincula con el comercio internacional de la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL. De acuerdo a la apreciación de los trabajadores que la gran parte nos menciona que si hay un vínculo entre las variables mencionadas y los efectos que se obtuvieron en la prueba de Spearman con un coeficiente de correlación de $Rho=0,933$, teniendo una correlación positiva muy alta, con un valor de significancia (bilateral) de 0,000 el mismo que es menor a 0.05, no se acepta la hipótesis nula y se adopta la hipótesis de la indagación. Esto nos hace ver que si existe un

vínculo entre el sistema de información gerencia y el comercio internacional de la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL.

Estos efectos son totalmente lógicos con la actividad de indagación de Pinto y Rojas (2015) en su indagación titulada “Propuesta de un sistema de información gerencial para el apoyo a la toma de decisiones en el departamento de reclutamiento, selección y adiestramiento de personal de una empresa eléctrica”. Según la prueba de Spearman se obtuvo un $Rho=0,769$, teniendo una correlación positiva media, con un valor de significancia (bilateral) de 0.000 el mismo que es menor a 0.05. Se concluyó que se efectuó un análisis descriptivo de la situación actual del sistema en estudio, permitiéndose de esta manera la 17 detección de los focos críticos más sobresalientes que influyen de manera sustancial sobre el desempeño del conjunto de actividades que diariamente se desarrollan en la unidad, con el propósito de que los mismos sean atacados en etapas posteriores a fin de solventar las problemáticas existentes, en su mayor parte producto del desconocimiento y carencia de lineamientos estratégicos dentro del Departamento. Se contrasta con éste trabajo ya que se obtuvieron resultados estadísticos superiores según el Rho de Spearman aplicado, al mismo tiempo que en el trabajo de investigación se concluyó que si los planeamientos están relacionados con las operaciones del comercio exterior.

Asimismo, Salinas, E y Rendon, R (2016)

El planeamiento se refiere a un acto que no es para nada aislado sino lo contrario, es un proceso en el que se hace que exista una mejora continua, es decir una correlación de análisis de negociaciones, de decisiones y de tareas que se realizan para un propósito específico. No se debe pensar que el concepto de planeamiento es el mismo que el de plan que este es solo un producto formado de ese proceso. En el proceso se tiene que estructurar un grupo de decisiones para la futura acción, enfocado en el éxito de los objetivos por los medios rentables de una empresa u organización una penetración en un mercado nacional o internacional. (p.15)

El vínculo de esta indagación y los efectos adquiridos en el cuestionario hecho a los colaboradores de la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL.; tal como lo definen Salinas, E y Rendon, R., el planeamiento es el instrumento que cualquier tipo negocio pequeño o grande deber tomarlo y emplearlo para poder tener mayor crecimiento y rentabilidad de parte del negocio, para poder lograr el éxito esperado. Para poder llegar a

realizar esta actividad necesitamos de la plena y seria colaboración de los miembros de la organización, conocimientos y compromiso de ellos sin hacer diferencias de su lugar o rango dentro de la empresa, todos trabajan para conseguir una tarea en equipo.

V. CONCLUSIONES

Analizamos los objetivos que se presentaron al realizar esta indagación. veamos los resultados alcanzados y las comprobaciones de las hipótesis planteadas. Se llega a las siguientes conclusiones

comprobación de hipótesis y a los resultados alcanzados, se llegó a las siguientes conclusiones:

Primera: Se muestra que el SIG se relaciona con el comercio internacional dado que se obtuvo resultados positivos de 93.3%. Y se logró alcanzar un nivel de significancia inferior a 0.000, dando así un efecto óptimo en la indagación, dando a conocer que si existe un vínculo fuerte y alto entre las dos variables, lo cual nos deja ver que se logró el objetivo principal, el sistema de información gerencial tiene una relación con el comercio internacional en la empresa automotriz JMAICELOCARS SRL para una mejor utilización de sus recursos.

Segunda: Se mostró que el control se llega a vincular con el comercio internacional dado que se obtuvieron resultados verdaderamente óptimos de 82,1% y se logró alcanzar un nivel de significancia inferior a 0, 000, dado a esto se llega a la conclusión de que existe una importante conexión que lleva a que el control y el comercio internacional jueguen un papel significativo en la empresa, es importante poder considerar que para seleccionar cualquier decisión que comprometa a la empresa se debe tener el control absoluto de esta.

Tercera: Se demostró que la correcta toma de decisiones se relaciona con el comercio internacional dado que se obtuvo resultados óptimos de 87,9% y se logró alcanzar un nivel de significancia inferior a 0,000, considerando que la correcta toma de decisiones cumple un rol muy importante, por ello se concluye que la relación que existe es alta y necesaria de relacionar con el comercio internacional para tener un mayor impacto dentro del mercado, y generar mayor rentabilidad para la empresa y esta pueda expandir sus límites en un mercado ya no solo nacional sino también en un mercado internacional.

Cuarta: Se demostró que el planeamiento se relaciona con el comercio internacional ya que se dieron repuestas óptimos de 84,5% y alcanzó un nivel de significancia inferior a 0,000, queda demostrado que teniendo un correcto planeamiento se obtienen mejores resultados en clientes y con la empresa y obteniendo estos resultados se muestra que hay una mayor ventaja en el círculo empresarial.

VI. RECOMENDACIONES

Primera: Se recomienda analizar e implementar nuevas estrategias, conocer en totalidad al público y mercado con un al que se quiera dirigir y de esta manera llegar a brindar un ideal servicio y satisfacción de sus clientes. Haciéndose conocer dentro del mercado por la profesional actividad que brindan y sobre todo mostrando que la organización es la mejor del mercado.

Segunda: Es recomendable para la empresa automotriz JMAICELOCARS SRL darle prioridad a la busca de un respaldo económico que necesita, lograr un respaldo financiero de la alguna entidad bancaria para lograr generar mayor capital de inversión para poder emplear este en la penetración en mercados internacionales.

Tercera: Se recomienda que la empresa automotriz JMAICELOCARS SRL realice una inversión para para adquirir un SIG (sistema de información gerencial) más unidades de transporte para tener minoría en el traslado de la mercadería de los clientes, lo cual ayudara a generar un mejor funcionamiento de los procesos y agilización controlando los costos. Teniendo en cuenta que también apoyara a los clientes.

Cuarta: Es recomendable que la empresa automotriz JMAICELOCARS SRL brinde las capacitaciones correspondientes a todo tu personal sobre el correcto uso de un SIG para lograr optimizar los recursos propios de la organización y generar mayor rentabilidad en ella, para que se pueda prevenir y estar preparados ante cualquier situación y así también puedan tener una mayor participación en las diferentes actividades realizadas dentro del rubro, del mercado nacional e internacional.

REFERENCIAS

Avila Avila Jorge Humberto Mahecha Peñuela Cindy Julieth (2018) en su investigación ESTRATEGIAS Y PLANES PARA LA EMPRESA FRIO COLOMBIA

<http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/532/MahechaPenuela-CindyJulieth-2018.pdf?sequence=1>

Vega-de la Cruz, Leudis Orlando., Nieves-Julbe, Any Flor., Procedimiento para la Gestión de la Supervisión y Monitoreo del Control. Ciencias Holguín [en línea]. 2016, 22(1), 50-68. ISSN: Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181543577007>

Pérez, Andrea., Rodríguez del Bosque, Ignacio., Identidad, imagen y reputación de la empresa: integración de propuestas teóricas para una gestión exitosa. Cuadernos de Gestión [en línea]. 2014, 14(1), 97-126. ISSN: 1131-6837. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274330593005>

Tur-Viñes, Victoria, & Monserrat-Gauchi, Juan (2014). EL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN. ESTRUCTURA Y FUNCIONES.. Razón y Palabra, (88), undefined-undefined.

ISSN: 1605-4806. Disponible

en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1995/199532731046>

Morales Varela, Alberto, Rojas Ramírez, Jorge Armando, Hernández Gómez, Luis Héctor, Morales González, Ángel, & Jiménez Reyes, María Yanet. (2015). Modelo de un sistema de producción esbelto con redes de Petri para apoyar la toma de decisiones. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 23(2), 182-195. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052015000200004>

Zárate T., Rodrigo Arturo, & Acosta P., Julio César (2012). Importancia de las teorías acerca de los colaboradores en la gestión y liderazgo eficaces. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (73), undefined-undefined. ISSN: 0120-8160. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=206/20625032007>

Sánchez Otero, Madelín, & Cervantes Atia, Viviana, & Peralta Miranda, Pabla (2016). Gestión de la innovación en pequeñas y medianas empresas de Barranquilla -

Colombia. Revista de Ciencias Sociales (Ve), XXII(2), undefined-undefined. ISSN: 1315-9518. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=280/28049145007>

Vicente-Oliva, Silvia, & Martínez-Sánchez, Ángel, & Berges-Muro, Luis (2015). Buenas prácticas en la gestión de proyectos de I+D+i, capacidad de absorción de conocimiento y éxito. *Dyna*, 82(191), undefined-undefined. ISSN: 0012-7353. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=496/49639089014>

Salinas-Cruz, Eileen, Cadena-Iñiguez, Pedro, Rodríguez-Hernández, Rafael Filemón, & Rendón-Medel, Roberto. (2016). El uso de planes de negocio para la relación entre el mercado y productores de alta y muy alta marginación. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 7(spe15), 3129-3142. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-09342016001103129&lng=es&tlng=es.

JD Aniceto Rojas, AC Mellado Cedeño - 2019 - 148.204.103.62 aplicación de la estrategia de penetración de mercado para incrementar los ingresos en el despacho “Contabilidad integral ejecutiva SC”. Recuperado de <https://148.204.103.62/bitstream/handle/123456789/27407/LRC2018%20A576J.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ruiz-Fuentes, Daysi, & Almaguer-Torres, Rosa Mercedes, & Torres-Torres, Isabel Cristina, & Hernández-Peña, Alejandro Miguel (2014). La gestión por procesos, su surgimiento y aspectos teóricos. *Ciencias Holguín*, XX(1), undefined-undefined. ISSN: . Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1815/181529931002>

Díaz, J. A. (2014). Comercialización de los productos y servicios de la ciencia: retos y perspectivas. *Revista Cubana de Ciencia Agrícola*, 48(1), undefined-undefined. ISSN: 0034-7485. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1930/193030122007>

Fernández Masiá, Enrique. (2014). Bank Guarantees in the International Trade. *Boletín mexicano de derecho comparado*, 47(139), 101-144recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0041-86332014000100004&lng=es&tlng=en.

Barrientos Felipa, Pedro (2014). El desarrollo de la marca país: base para posicionarse a través de las exportaciones no tradicionales. *Revista Finanzas y Política Económica*, 6(1), undefined-undefined. ISSN: 2248-6046. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3235/323531215005>

Ruíz Porras, Antonio, & Rosales Jaramillo, Guillermo (2014). Crecimiento Económico, banca y desarrollo financiero: evidencia internacional. *Estudios Económicos*, 29(2), undefined-undefined. ISSN: 0188-6916. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=597/59740006004>

Pastor Seller, Enrique, & Sánchez Juárez, María Dolores (2014). Trabajo social y agente de igualdad: análisis de competencias, sinergias, potencialidades y oportunidades laborales y profesionales. *Portularia*, XIV(1), undefined-undefined. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1610/161029523004>

Cedeño Carranza, J. E. (2017). *Tesis*. Recuperado a partir de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/23561>

Blanco, Jorge (2016). Urbanización y movilidad: contradicciones bajo el modelo automóvil-intensivo. *Revista Transporte y Territorio*, (15), undefined-undefined. ISSN: . Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3330/333047931007>

Oportindades

Sánchez González, Pilar (2017). Turismo halal en Perú: ¿Una oportunidad de negocio? *Opción*, 33(82), undefined-undefined. ISSN: 1012-1587. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=310/31053180023>

Meneses, Rocío, & Navarro, Jose (2015). ¿CÓMO MEJORAR LA EFICACIA DE LOS EQUIPOS A TRAVÉS DE LOS PROCESOS GRUPALES? UN EJEMPLO EN LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ. Papeles del Psicólogo, 36(3), undefined-undefined. ISSN: 0214-7823. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=778/77842122008>

Guadarrama Tavera, Enrique, & Rosales Estrada, Elsa Mireya (2015). MARKETING RELACIONAL: VALOR, SATISFACCIÓN, LEALTAD Y RETENCIÓN DEL CLIENTE. ANÁLISIS Y REFLEXIÓN TEÓRICA. Ciencia y Sociedad, 40(2), undefined-undefined. ISSN: 0378-7680. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=870/87041161004>

González-Benito, Óscar, & Martos-Partal, Mercedes (2014). Efectos de la extensión de marca de distribuidor en el eje calidad-precio. Universia Business Review, (41), undefined-undefined. ISSN: 1698-5117. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=433/43330207004>

ANEXOS

ANEXO N°1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES		METODOLOGIA
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable 1: Sistema de información Gerencial		Tipo de Investigación *Aplicada Nivel de investigación *Descriptivo Diseño *No experimental Método *Cuantitativo Técnica de recolección de información *Cuestionario Instrumento *Encuesta Población 40 Muestra 35 Fuentes *Bibliográficas
			Dimensiones	Indicadores	
			Control	❖ *Dirección ❖ *Objetivos	
			Toma de decisiones	❖ Eficaz ❖ Proceso ❖ Capacidad	
			Planeamiento	❖ Mejra continua ❖ Producto ❖ Penetración en el mercado	
			Variable 2: Comercio Internacional		
			Dimensiones	Indicadores	
			Exportación	❖ Crecimiento económico ❖ Empleo ❖ Productividad	
			Importación	❖ Demanda ❖ Oportunidades	
			Productos	❖ Cliente ❖ Distribuidor	
¿Cómo se relaciona el sistema de información gerencial con el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima - 2019?	Determinar la relación entre el sistema de información gerencial y el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima - 2019	El sistema de información gerencial se relaciona con el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima - 2019.			
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis Especificas			
¿Cómo se relaciona el control con el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima - 2019?	Determinar la relación entre el control y el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima - 2019	El control se relaciona con el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima - 2019.			
¿Cómo se relaciona la toma de decisiones con el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima - 2019?	Determinar la relación de la toma de decisiones y el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima - 2019	Las tomas de decisiones se relacionan con el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima - 2019.			
¿Cómo se relaciona el planeamiento con el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima - 2019?	Determinar la relación del planeamiento y el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima - 2019	El planeamiento se relaciona con el comercio internacional en la empresa AUTOMOTRIZ JMAICELOCARS EIRL, Lima - 2019.			

ANEXO N°2: CUESTIONARIO

Introducción

Estimado Trabajador

La presente encuesta forma parte de un proyecto de investigación, por esa razón, le pido su colaboración para que responda estas preguntas de una forma sincera y objetiva. La información es totalmente confidencial, puesto que los resultados se manejarán solo para esta investigación.

Le agradezco de ante mano por su colaboración y tiempo.

Instrucciones

- Señalar con un “X” la respuesta que usted crea correcta según los valores mostrados en la siguiente tabla:

Tabla 1: Escala de Likert

Datos Específicos	
1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Instrumento de recolección de datos

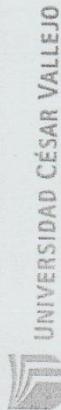
VARIABLE 1: OPERATIVIDAD						
	DIMENSIÓN 1: CONTROL	1	2	3	4	5
1	¿Considera Ud. que el trabajo que está realizando la gerencia es correcta?					
2	¿Considera Ud. que el gerente debe buscar nuevas direcciones para su empresa?					
3	¿Considera Ud. que la gerencia de la empresa debe crear constantemente nuevos objetivos para la empresa?					
4	¿Considera Ud. que el Gerente de la empresa debe crear nuevos objetivos para los colaboradores de la empresa?					
	DIMENSIÓN 2: TOMA DE DECISIONES	1	2	3	4	5
5	¿Cree Ud. que la empresa debe contar con un proceso más fácil de pago para los clientes?					
6	¿Cree Ud. que sea positivo que actualmente la empresa se encuentre en un proceso de innovación?					
7	¿Cree Ud. que la empresa tiene la suficiente capacidad de mantenerse como empresa líder en el rubro?					
8	¿La empresa cuenta con el personal calificado para lograr su éxito en el mercado nacional e internacional?					
	DIMENSIÓN 3: PLANEAMIENTO	1	2	3	4	5
9	¿Considera empresa debería abrir más sucursales en el país?					
10	¿Cree Ud que sería ideal capacitaciones constantes para los colaboradores de la empresa?					
11	¿Considera Ud. que la empresa debe tener mayor información sobre mercados a los que quiera ingresar antes de invertir?					
12	¿Considera Ud. que la empresa debe contar con un sistema de información gerencial?					
13	¿Considera Ud. que si la empresa contara con un SIG lograría mayor penetración en el mercado?					

Fuente: Elaboración propia y Asesores

VARIABLE 2: RENTABILIDAD						
	DIMENSIÓN 1: EXPORTACION	1	2	3	4	5
14	¿Cree Ud. que la empresa genera un crecimiento económico para el país?					
15	¿La empresa cuenta con su fidelidad si esta le ofrece crecimiento laboral?					
16	¿Considera Ud. que la empresa contribuye con la generación de nuevos empleos?					
17	¿Considera beneficioso que la empresa le ofrezca un seguro de vida?					
	DIMENSIÓN 2: IMPORTACION	1	2	3	4	5
18	¿Cree Ud. que exista demanda si la empresa exporta su propia marca en aceites a un mercado extranjero?					
19	La empresa le brinda diversas ofertas comerciales para todo tipo de clientes?					
20	¿Sería beneficioso para la empresa que brinde información a sus clientes mensualmente sobre descuentos con municipalidades, vencimientos de papeles o infracciones?					
21	¿Si la empresa tiene la oportunidad de poder vender sus productos a un mercado extranjero, sería beneficioso?					
22	¿La empresa tendría mayor oportunidad de crecimiento si esta contara con la total información sobre mercados extranjeros y nacionales?					
	DIMENSIÓN 3: PRODUCTOS	1	2	3	4	5
23	¿Cree Ud. que más de un 75 % de nuestros clientes se encuentran satisfechos con nuestros productos?					
24	¿Ud. como colaborador recomendaría la atención de la empresa?					
25	¿Cree Ud. que la empresa tendría menos retrasos si esta contara con distribuidores más responsables?					

Fuente: Elaboración propia y Asesores

ANEXO N°3: ILUSTRACIÓN DE FIRMAS DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE COMERCIO INTERNACIONAL

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	DIMENSIÓN 1: EXPORTACION ¿Cree Ud. que la empresa genera un crecimiento económico para el país?	✓		✓		✓		
2	¿La empresa cuenta con su fidelidad si esta le ofrece crecimiento laboral?	✓		✓				
3	¿Considera Ud. que la empresa contribuye con la generación de nuevos empleos?	✓		✓				
4	¿Considera beneficioso que la empresa le ofrezca un seguro de vida?	✓		✓				
5	DIMENSIÓN 2: IMPORTACION ¿Cree Ud. que existe demanda si la empresa exporta su propia marca en aceites a un mercado extranjero?	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
6	La empresa le brinda diversas ofertas comerciales para todo tipo de clientes?	✓		✓		✓		
7	¿Sería beneficioso para la empresa que brinde información a sus clientes mensualmente sobre descuentos con municipalidades, vencimientos de papeles o infracciones?	✓		✓		✓		
8	¿Si la empresa tiene la oportunidad de poder vender sus productos a un mercado extranjero, sería beneficioso?	✓		✓		✓		
9	¿La empresa tendría mayor oportunidad de crecimiento si esta contara con la total información sobre mercados extranjeros y nacionales?	✓		✓		✓		
10	DIMENSIÓN 3: PRODUCTOS ¿Cree Ud. que más de un 75 % de nuestros clientes se encuentran satisfechos con nuestros productos?	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
11	¿Ud. como colaborador recomendaría la atención de la empresa?	✓		✓		✓		
12	¿Cree Ud. que la empresa tendría menos retrasos si esta contara con distribuidores más responsables?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Mg: JUAN KARELH Campos Hudson DNI: 08626160

Especialidad del validador: GESTION Y FINANZAS

10 de 12 del 2019

[Firma]
Firma del Experto Informante.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.
 Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE SISTEMA DE INFORMACION GERENCIAL

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	DIMENSION 1: CONTROL ¿Considera Ud. que el trabajo que está realizando la gerencia es correcta?	✓		✓		✓		
2	¿considera Ud. que el gerente debe buscar nuevas direcciones para su empresa?			✓		✓		
3	¿Considera Ud. que la gerencia de la empresa debe crear constantemente nuevos objetivos para la empresa?	SI	No	SI	No	SI	No	
4	¿Considera Ud. que el Gerente de la empresa debe crear nuevos objetivos para los colaboradores de la empresa?	✓		✓		✓		
	DIMENSION 2: TOMA DE DECISIONES							
5	¿Cree Ud. que la empresa debe contar con un proceso más fácil de pago para los clientes?	✓		✓		✓		
6	¿Cree Ud. que sea positivo que actualmente la empresa se encuentre en un proceso de innovación?	✓		✓		✓		
7	¿Cree Ud. que la empresa tiene la suficiente capacidad de mantenerse como empresa líder en el rubro?	SI	No	SI	No	SI	No	
8	¿La empresa cuenta con el personal calificado para lograr su éxito en el mercado nacional e internacional?	✓		✓		✓		
	DIMENSION 3: PLANEAMIENTO							
9	¿Considera empresa debería abrir más sucursales en el país?	✓		✓		✓		
10	¿Cree Ud que sería ideal capacitaciones constantes para los colaboradores de la empresa?	✓		✓		✓		
11	¿Considera Ud. que la empresa debe tener mayor información sobre mercados a los que quiera ingresar antes de invertir?	✓		✓		✓		
12	¿Considera Ud. que la empresa debe contar con un sistema de información gerencial?	✓		✓		✓		
13	¿Considera Ud. que si la empresa contara con un SIG lograría mayor penetración en el mercado?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: JUAN MARTIN Campus Huonax DNI: 08676660

Especialidad del validador: GESTION Y FINANZAS del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

ANEXO N°4: ILUSTRACIÓN DE FIRMAS DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE SISTEMA DE INFORMACION GERENCIAL

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias	
		SI	No	SI	No	SI	No		
1	DIMENSION 1: CONTROL ¿Considera Ud. que el trabajo que está realizando la gerencia es correcta?	✓							
2	¿considera Ud. que el gerente debe buscar nuevas direcciones para su empresa?	✓		✓		✓			
3	¿Considera Ud. que la gerencia de la empresa debe crear constantemente nuevos objetivos para la empresa?	SI	No	SI	No	SI	No		
4	¿Considera Ud. que el Gerente de la empresa debe crear nuevos objetivos para los colaboradores de la empresa?	✓							
DIMENSION 2: TOMA DE DECISIONES									
5	¿Cree Ud. que la empresa debe contar con un proceso más fácil de pago para los clientes?	✓		✓		✓			
6	¿Cree Ud. que sea positivo que actualmente la empresa se encuentre en un proceso de innovación?	✓		✓		✓			
7	¿Cree Ud. que la empresa tiene la suficiente capacidad de mantenerse como empresa líder en el rubro?	SI	No	SI	No	SI	No		
8	¿La empresa cuenta con el personal calificado para lograr su éxito en el mercado nacional e internacional?	✓		✓		✓			
DIMENSION 3: PLANEAMIENTO									
9	¿Considera empresa debería abrir más sucursales en el país?	✓		✓		✓			
10	¿Cree Ud que sería ideal capacitaciones constantes para los colaboradores de la empresa?	✓		✓		✓			
11	¿Considera Ud. que la empresa debe tener mayor información sobre mercados a los que quiera ingresar antes de invertir?	✓		✓		✓			
12	¿Considera Ud. que la empresa debe contar con un sistema de información gerencial?	✓		✓		✓			
13	¿Considera Ud. que si la empresa contara con un SIG lograría mayor penetración en el mercado?	✓		✓		✓			

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador, Dr Mg: LEON ESPINOZA LESNER

DNI: 07725189

Especialidad del validador: DR. Administración

.....
10 de 12 del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE COMERCIO INTERNACIONAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	DIMENSION 1: EXPORTACION ¿Cree Ud. que la empresa genera un crecimiento económico para el país?	✓		✓		✓		
2	¿La empresa cuenta con su fidelidad si esta le ofrece crecimiento laboral?	✓		✓		✓		
3	¿Considera Ud. que la empresa contribuye con la generación de nuevos empleos?	✓		✓		✓		
4	¿Considera beneficioso que la empresa le ofrezca un seguro de vida?	✓		✓		✓		
5	DIMENSION 2: IMPORTACION ¿Cree Ud. que exista demanda si la empresa exporta su propia marca en aceites a un mercado extranjero?	✓		✓		✓		
6	La empresa le brinda diversas ofertas comerciales para todo tipo de clientes?	✓		✓		✓		
7	¿Sería beneficioso para la empresa que brinde información a sus clientes mensualmente sobre descuentos con municipalidades, vencimientos de papeles o infracciones?	✓		✓		✓		
8	¿Si la empresa tiene la oportunidad de poder vender sus productos a un mercado extranjero, sería beneficioso?	✓		✓		✓		
9	¿La empresa tendría mayor oportunidad de crecimiento si esta contara con la total información sobre mercados extranjeros y nacionales?	✓		✓		✓		
10	DIMENSION 3: PRODUCTOS ¿Cree Ud. que más de un 75 % de nuestros clientes se encuentran satisfechos con nuestros productos?	✓		✓		✓		
11	¿Ud. como colaborador recomendaría la atención de la empresa?	✓		✓		✓		
12	¿Cree Ud. que la empresa tendría menos retrasos si esta contara con distribuidores más responsables?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

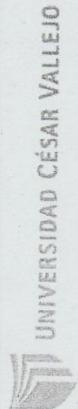
Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. Mg. LEON ESPINOZA LESNER DNI: 07723199

Especialidad del validador: De Administración 10.12 del 20.19

Firma del Experto Informante. Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado. Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo. Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo. Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

ANEXO N°5: ILUSTRACIÓN DE FIRMAS DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE COMERCIO INTERNACIONAL

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias	
		SI	No	SI	No	SI	No		
1	DIMENSION 1: EXPORTACION ¿Cree Ud. que la empresa genera un crecimiento económico para el país?	✓		✓		✓			
2	¿La empresa cuenta con su fidelidad si esta le ofrece crecimiento laboral?	✓		✓		✓			
3	¿Considera Ud. que la empresa contribuye con la generación de nuevos empleos?	✓		✓		✓			
4	¿Considera beneficioso que la empresa le ofrezca un seguro de vida?	✓		✓		✓			
5	DIMENSION 2: IMPORTACION ¿Cree Ud. que exista demanda si la empresa exporta su propia marca en aceites a un mercado extranjero?	SI	No	SI	No	SI	No		
6	¿La empresa le brinda diversas ofertas comerciales para todo tipo de clientes?	✓		✓		✓			
7	¿Sería beneficioso para la empresa que brinde información a sus clientes mensualmente sobre descuentos con municipalidades, vencimientos de papeles o infracciones?	✓		✓		✓			
8	¿Si la empresa tiene la oportunidad de poder vender sus productos a un mercado extranjero, sería beneficioso?	✓		✓		✓			
9	¿La empresa tendría mayor oportunidad de crecimiento si esta contara con la total información sobre mercados extranjeros y nacionales?	✓		✓		✓			
10	DIMENSION 3: PRODUCTOS ¿Cree Ud. que más de un 75 % de nuestros clientes se encuentran satisfechos con nuestros productos?	SI	No	SI	No	SI	No		
11	¿Ud. como colaborador recomendaría la atención de la empresa?	✓		✓		✓			
12	¿Cree Ud. que la empresa tendría menos retrasos si esta contara con distribuidores más responsables?	✓		✓		✓			

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable después de corregir No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Mg: Elvira Paz Rubel Aguado DNI: 1549967

Especialidad del validador: Administración de Operaciones

19 de 12 del 2019

Elvira Paz Rubel Aguado
Firma del Experto Informante.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE SISTEMA DE INFORMACION GERENCIAL

Nº	DIMENSIONES / items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	DIMENSION 1: CONTROL ¿Considera Ud. que el trabajo que está realizando la gerencia es correcta?	✓		✓		✓		
2	¿considera Ud. que el gerente debe buscar nuevas direcciones para su empresa?	✓		✓		✓		
3	¿Considera Ud. que la gerencia de la empresa debe crear constantemente nuevos objetivos para la empresa?	SI	No	SI	No	SI	No	
4	¿Considera Ud. que el Gerente de la empresa debe crear nuevos objetivos para los colaboradores de la empresa?	✓		✓		✓		
5	DIMENSION 2: TOMA DE DECISIONES ¿Cree Ud. que la empresa debe contar con un proceso más fácil de pago para los clientes?	✓		✓		✓		
6	¿Cree Ud. que sea positivo que actualment la empresa se encuentre en un proceso de innovación?	✓		✓		✓		
7	¿Cree Ud. que la empresa tiene la suficiente capacidad de mantenerse como empresa líder en el rubro?	SI	No	SI	No	SI	No	
8	¿La empresa cuenta con el personal calificado para lograr su éxito en el mercado nacional e internacional?	✓		✓		✓		
9	DIMENSION 3: PLANEAMIENTO ¿Considera empresa debería abrir más sucursales en el país?	✓		✓		✓		
10	¿Cree Ud que sería ideal capacitaciones constantes para los colaboradores de la empresa?	✓		✓		✓		
11	¿Considera Ud. que la empresa debe tener mayor información sobre mercados a los que quiera ingresar antes de invertir?	✓		✓		✓		
12	¿Considera Ud. que la empresa debe contar con un sistema de información gerencial?	✓		✓		✓		
13	¿Considera Ud. que si la empresa contara con un SIG lograría mayor penetración en el mercado?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr Mg: Clara Perz Pineda Regalado DNI: 15427987

Especialidad del validador: Administración de operaciones

...de...del 20...19

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, evocativo y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

[Signature]

ANEXO N°6: ILUSTRACIÓN DE VISTA DE DATOS DE SPSS

1	1	1	1	1	1	3	2	3	2	2
2	2	1	2	2	1	3	2	2	3	3
3	3	1	2	1	1	1	1	2	2	2
4	4	1	2	2	1	2	2	2	2	1
5	5	1	2	2	2	2	2	2	2	2
6	6	1	1	2	2	1	2	1	1	2
7	7	1	2	2	2	2	2	2	2	2
8	8	1	2	2	2	2	2	1	1	1
9	9	2	1	2	2	2	2	2	1	1
10	10	1	2	2	2	2	1	2	2	1
11	11	1	2	2	1	2	2	2	2	2
12	12	1	2	2	2	2	1	1	2	1
13	13	1	2	2	2	2	2	1	2	2
14	14	1	2	2	1	1	2	2	2	2
15	15	1	5	5	5	5	4	5	5	4
16	16	1	2	2	2	1	2	1	1	2
17	17	1	3	3	3	3	3	3	3	3
18	18	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	19	1	2	1	2	1	2	2	2	2
20	20	1	2	1	2	3	2	1	2	2
21	21	1	4	3	4	4	2	3	3	3
22	22	1	4	4	4	4	4	4	4	4

Acti



Variable: 33 de 33 variables

	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	113	114	115
1	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5
4	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
17	2	3	4	4	4	4	4	5	5	2	3	4	4	4	4
18	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Vista de datos Vista de variables

Ver Configuración para activar Windows

ANEXO N°7: ILUSTRACIÓN DE AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA



Lima 2 de Diciembre de 2019

Señores:

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

SEDE CALLAO

Referencia: AUTORIZACION PARA REALIZAR ENCUESTA EN LAS OFICINAS DE LA EMPRESA AUTOMOTRIZ **JMAICELO CARS EIRL.**

Estimados Señores:

Por medio del presente autorizamos que la alumna de X Ciclo de Negocios Internacionales de la Universidad Cesar Vallejo, Luz Angélica Temoche Osorio, realice un encuesta para temas universitarios en la empresa automotriz JMAICELO CARS EIRL. El objetivo es realizar una investigación.

Atentamente

JMAICELO CARS E.I.R.L.

.....
Javier Maicelo Espejo
GERENTE

D AV LA MARINA 850 – San Miguel
T 498-8727
E Jmaiceloautomotrizotmail.com

ANEXO N°8: FOTOGRAFÍA DE EVIDENCIA

