



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Negocios Internacionales y la Mejora Continua de la Empresa Ciser Perú, 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

AUTORA:

Navarrete Becerra, Astrid Yameli (ORCID: 0000-0003-4050-3457)

ASESOR:

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

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

CALLAO - PERÚ

2019

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a mis padres: Mariella y Juan que con su esfuerzo y dedicación me ayudaron a cumplir con uno de mis objetivos académicos, siendo la mejor herencia que me pudieron dar. A mis abuelos, Santos y José; y a una persona muy especial para mí, que me ha dado su apoyo incondicional desde mi niñez. Hoy en día, gracias a ellos estoy en la etapa final de mi formación profesional.

AGRADECIMIENTO

Primero, agradezco a Dios por guiarme y cuidarme día a día. Agradezco a mi madre por su esfuerzo a diario para verme realizada profesionalmente. En especial, agradezco al Sr. Miguel Mena por darme la autorización para poder realizar mi tesis ya que, sin eso, no hubiese sido posible el presente trabajo de investigación. Así mismo, agradezco a mi asesor el Dr. Lessner por su paciencia, dedicación y por sus sabias recomendaciones.

ÍNDICE

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
PÁGINA DEL JURADO.....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	v
ÍNDICE.....	vi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MÉTODO.....	9
2.1. Tipo y diseño de investigación.....	9
2.2. Operalización de Variables.....	10
2.3. Población, muestra y muestreo.....	17
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	18
2.5. Método de análisis de datos.....	20
2.6. Aspectos éticos.....	21
III. RESULTADOS.....	22
IV. DISCUSIÓN.....	34
V. CONCLUSIONES.....	38
VI. RECOMENDACIONES.....	39
REFERENCIAS.....	40
ANEXOS.....	44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Nivel de dimensión 1: Comercio internacional</i>	22
Figura 2. <i>Nivel de dimensión 2: Servicio</i>	23
Figura 3. <i>Nivel de dimensión 3: Ventaja Competitiva</i>	24
Figura 4. <i>Nivel de dimensión 4: Administración</i>	25
Figura 5. <i>Nivel de dimensión 5: Procesos</i>	26
Figura 6. <i>Nivel de dimensión 6: Desempeño</i>	27

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Matriz de Operacionalización 1: Negocios Internacionales</i>	15
Tabla 2. <i>Matriz de Operacionalización 2: Mejora Continua</i>	16
Tabla 3. <i>Matriz de Datos de la Muestra</i>	17
Tabla 4. <i>Coefficiente de Alfa de Cronbach</i>	19
Tabla 5. <i>Estadístico de fiabilidad de la variable Negocios Internacionales</i>	19
Tabla 6. <i>Estadístico de fiabilidad de la variable Mejora Continua</i>	20
Tabla 7. <i>Estadístico de fiabilidad de la variable 1 y 2: Negocios Internacionales y Mejora Continua</i>	20
Tabla 8. <i>Análisis Descriptivo de dimensión 1: Comercio Internacional</i>	22
Tabla 9. <i>Análisis Descriptivo de dimensión 2: Servicios</i>	23
Tabla 10. <i>Análisis Descriptivo de dimensión 3: Ventaja Competitiva</i>	24
Tabla 11. <i>Análisis Descriptivo de dimensión 4: Administración</i>	25
Tabla 12. <i>Análisis Descriptivo de dimensión 5: Procesos</i>	26
Tabla 13. <i>Análisis Descriptivo de dimensión 6: Desempeño</i>	27
Tabla 14. <i>Prueba de normalidad</i>	28
Tabla 15. <i>Niveles de Correlación</i>	29
Tabla 16. <i>Correlación de variables –Hipótesis General</i>	29
Tabla 17. <i>Correlación de variables –Hipótesis específica 1</i>	30
Tabla 18. <i>Correlación de variables –Hipótesis específica 2</i>	31
Tabla 19. <i>Correlación de variables –Hipótesis específica 3</i>	32

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general determinar la relación entre los negocios internacionales con la mejora continua en la empresa CISER PERU. Se involucró la búsqueda de fuentes de información científicas para la realización de la misma. Además, la población del estudio fueron 50 trabajadores de la empresa CISER PERU, teniendo como muestra a 30 trabajadores. Se realizó un cuestionario de 20 preguntas en medición de escala de Likert, luego, los resultados fueron procesados mediante el programa estadístico SPSS 25, logrando el nivel de confiabilidad mediante el Alfa de Cronbach. Por último, se obtuvo como resultados significativos que si existe relación entre los negocios internacionales y la mejora continua en la empresa CISER PERU.

Palabras Clave: *Negocios Internacionales, Mejora Continua, Comercio Exterior.*

ABSTRACT

The purpose of this research work is to determine the relationship between international business and continuous improvement in the CISER PERU company. The search for sources of scientific information for the realization of it was involved. In addition, the study population was 50 workers from the CISER PERU company, with 30 workers as a sample. A questionnaire of 20 questions was carried out in the Likert scale measurement, then the results were processed through the statistical program SPSS 25, achieving the level of reliability using the Cronbach's Alpha. Finally, it was obtained as significant results that if there is a relationship between international business and continuous improvement in the company CISER PERU.

Keywords: *International Business, Continuous Improvement, Foreign Trade.*

I. INTRODUCCIÓN

Realidad Problemática

Internacional: Para Grupo Banco Mundial (BIRF - AIF) indica que el comercio internacional ayuda a impulsar una inclusión mayor para cooperar con países que se encuentran en desarrollo, los cuales abordan la limitaciones comerciales que impiden el desarrollo de las organizaciones, puesto que, los negocios se vuelven internacionales para ser posible hacer transacciones de carácter privado y gubernamental entre naciones, en referencia que, a través de una mejora continua podemos fomentar el comercio de un producto o servicio, llegando a aumentar la calidad de los servicios que brindamos. El productor principal de acero en un 50% además de los terminados de acero, ha sido China desde los últimos 5 años. No obstante, el país en cuestión presenta un problema de practicas dumping de tal manera que llega a afectar al Perú. La compañía colombiana MUNDIAL DE TORNILLOS S.A. importa y comercializa máquinas, herramientas, tornillería, elementos de fijación y afines.

Nacional: Para la CCL informó que el comercio internacional ayuda a circular los bienes y servicios a través de acuerdos comerciales entre dos o varios países. Al realizar contratos de comercio exterior, los países que están implicados, se favorecen generando mejora continua al tener mejor posicionamiento de su producción e ingresar a mercados internacionales. Las importaciones peruanas de acero dieron un aumento del 67.2% originarias de China dentro del periodo de enero y septiembre del 2018. Sin embargo, las empresas de este sector, solicitaron a Indecopi iniciar una fase de indagación de las adquisiciones de tubos de acero importados de China que realiza malas prácticas de dumping, esto genera que disminuya en un 18.7% el costo del tubo subvaluado originario del país asiático entre un tubo nacional. Cabe resaltar que, casi el 6% se redujo la producción nacional afectando al sueldo de los trabajadores del sector e incluso al sector económico cuenta con la obligación de rendición de impuestos, beneficios sociales y salarios, para así generar un crecimiento continuo de la economía del país. La empresa FUNDICION CENTRAL S.A. se dedica a la actividad principal de producción de partes fundidas en aleaciones de acero y fierro.

Sector: El MINCETUR indica que las barras de acero conforman el 81% del volumen de las exportaciones de acero principalmente. El destino de las principales exportaciones han sido en un 60% a Bolivia, el cual presenta una economía dinámica en aumento por año de

un 5.1% al igual que el 22% en EEUU. Es así, que podemos comprobar que hay constantes mejoras y crecimiento dentro de este sector. Sin embargo, debido a que ha incrementado el número de fabricantes tanto nacionales como extranjeros, esto genera a que haya una disminución económica, tanto la oferta interna como externa.

Empresa: Se realizó la entrevista al Jefe de Operaciones de Logística Internacional de la compañía CISER PERU, dedicada a la fabricación de fijadores en acero, cuya principal actividad es el comercio exterior. Así mismo, al haber tanta competencia en el rubro, el adaptarse y buscar siempre una mejora continua es fundamental si se desea la satisfacción de los clientes.

Contraste: Las empresas a comparar CISER PERU, MUNDIAL DE TORNILLOS S.A. y FUNDICION CENTRAL S.A. se diferencian las dos últimas empresas, de acuerdo que se especializan más en los acabados mecánicos de acuerdo a especificaciones de la empresa. Sin embargo, CISER PERÚ, se especializa en la fabricación de fijadores en acero y pernos.

Por esa razón, se tiene la necesidad de realizar la indagación de “NEGOCIOS INTERNACIONALES Y LA MEJORA CONTINUA DE LA EMPRESA CISER PERU”.

Trabajos Previos

En seguida se da a conocer diferentes indagaciones hechas por autores:

A Nivel Internacional

Maggi (2014) realizó un estudio llamado “*Propuesta de un modelo de mejora continua en el proceso de transporte, almacenamiento y disposición final del aluminio residual de la empresa Ecuapar en la elaboración de quemadores y planchas freidoras, basados en la integración de las normas ISO 9001 e ISO 14001*” investigación realizada con el fin de obtener el grado de Magister en Sistemas Integrados de Gestión de Calidad, Ambiente y seguridad en la Universidad Politecnica Salesiana del Ecuador. Consideró como objetivo general determinar una propuesta de mejora continua en el proceso de transporte, almacenamiento y disposición final del aluminio residual. La metodología fue exploratorio, descriptivo – correlacional, se estudiaron nuevos datos y elementos como publicaciones, cuadros estadísticos, etc. Como conclusión, el autor señala que es fundamental brindar apoyo

por parte del área gerencial en el sistema establecido por la compañía presentada en el organigrama de mejoramiento continuo de Control de calidad.

Bucheli (2015) presentó un estudio “*Proyecto de pre- factibilidad para la importación de pernos de acero inoxidable desde Colombia, periodo 2011 - 2015*” con el fin de obtener el título en Ingeniería en Comercio Exterior en la Universidad Tecnológica Equinoccial de Quito – Ecuador, planteó como objetivo general realizar un planeamiento de pre-factibilidad para las importaciones de pernos de acero inoxidable desde Colombia, para que la empresa pueda lograr buenos márgenes de rentabilidad. Como conclusión, este mercado es idóneo para la venta de pernos en acero, ya que, a nivel geográfico está cerca de Ecuador donde se habla el mismo idioma, lo que favorece la negociación para SERVING, ya que esta importación es la primera de la empresa.

Falquez, A. y Rivera, W. (2015) presentó un trabajo, para optar el título en Ingeniería en Comercio y Finanzas internacionales de Guayaquil – Ecuador, nombrado “*Análisis del impacto comercial de las barreras no arancelarias para las importaciones de perfiles de acero aleados en el Ecuador año 2011 - 2014*”. Planteó como objetivo general determinar el impacto comercial que han ocasionado las barreras no arancelarias a las importaciones de aceros aleados en el Ecuador. Concluyendo que las barreras que no son arancelarias se acogen como política comercial internacional a política de calidad nacional. Por lo tanto, los documentos de aprobación deberán estar sujetos por reglamento y certificados técnicamente como ISO, etc., garantizando que son de buena calidad, fomentando una cultura del significado del aval de reglamentos técnicos.

Vega, E. (2016) presentó un informe, para obtener el título en Ingeniería en comercio exterior de Guayaquil – Ecuador, denominado “*Análisis del impacto comercial de las barreras no arancelarias en las importaciones de acero inoxidable*” presenta como objetivo general examinar el impacto comercial que ha causado la imposición de las barreras no Arancelarias en las importaciones de Acero Inoxidable de la Cia. Ivan Bohman C.A. El autor concluye que en el sector comercial la conmoción producida por las barreras no arancelarias es elocuente, el cual no sólo perjudica a la compañía sino a todo el sector comercial de aceros inoxidables.

A Nivel Nacional

Rojas, E. y Sánchez, J. (2017) realizó un trabajo, para obtener el título de Licenciado en Administración en la Universidad Privada del Norte, Cajamarca - Perú, titulada “*Relación de la Administración de Recursos Humanos con la calidad de servicio en la Agencia Bancaria MiBanco, Cajamarca, 2017*”, presentó como objetivo general determinar la relación entre la administración de recursos humanos con la calidad del servicio en la agencia bancaria MiBanco, Cajamarca. La metodología empleada fue de cuantitativo – no experimental. Después de todo, se concluye que las dos variables tienen un vínculo entre sí, por lo tanto, la hipótesis general presentada por el autor es válida.

Chero (2018) realizó su trabajo, para alcanzar el grado profesional de Licenciada en la Universidad Cesar Vallejo – Lima, titulada “*Importación y mejora continua en el consorcio de transporte urbano del Callao, 2018*”. Presentó como objetivo general determinar la influencia de la importación de repuestos. Empleó la metodología hipotético – deductivo, de tipo aplicada, con enfoque cuantitativo, de diseño no experimental y nivel explicativo causal. Como resultado se obtuvo $Rho = 0,966$ y el nivel de significancia de 0,000, por lo que la hipótesis fue aceptada.

Juárez (2017) realizó un estudio, para alcanzar el título en Marketing y Dirección de Empresas en la Universidad Cesar Vallejo – Lima, nombrada “*Gestión de procesos y Calidad de servicio del área de transporte a nivel ventas del call center Konecta, Callao 2017*” dio a conocer como objetivo general examinar la correlación entre la gestión de procedimientos y la calidad del servicio. El método es cuantitativo de diseño no experimental – transversal y nivel descriptivo – correlacional. Como resultado, se obtuvo Rho de Spearman = 0,809 y el nivel de significancia fue de 0,00. El autor concluye en que si existe relación entre ambas variables.

Rivas, F. (2018) realizó un trabajo, para alcanzar el grado de Licenciada en Negocios Internacionales de la Universidad Cesar Vallejo, nombrada “*Cultura de India y los negocios internacionales con el Perú en la empresa Chandrika – Lima - 2018*”. Como objetivo general desea determinar la influencia entre la cultura de India en los negocios internacionales. El método fue hipotético- deductivo de nivel explicativo – causal. Como resultado, obtuvo Rho de Pearson 0.977 y el nivel de significancia es de 0,00. Se concluye que, existe influencia entre ambas variables.

Teorías Relacionadas al tema

Variable X: Negocios Internacionales

De acuerdo con Daniels, Radebaugh, & Sullivan, (2014) manifiesta que: Los negocios internacionales se ocasionan por todos los intercambios comerciales que se dan entre dos o varios países, donde concurren tanto las empresas privadas como las públicas. (p.18)

Montenegro, Y. (2017) en su artículo científico titulado “*tendencias de investigación en negocios internacionales (2012 - 2016)*” tiene como objetivo identificar de manera general las principales áreas donde se desarrolla los negocios internacionales, teniendo como evidencia que la investigación va en dirección a la globalización y a la internacionalización, así mismo, desarrolla la competitividad, análisis de estrategias, costos, cultura organización y emprendimiento.

Según Cue, A. (2015), afirma que son todos aquellos intercambios de negocio a negocio situados entre diferentes países, respetando las desigualdades económicas, sociales, políticas, legales y culturales que conforman parte de cualquier país. (p. 2).

En tal sentido, los movimientos comerciales son cometidos por los negocios desarrollados en más de un país. Quienes realizan negocios internacionales tienen que tener en cuenta ciertos factores como las costumbres y tradiciones culturales ya que pueden resultar tan relevantes como las leyes.

Variable Y: Mejora Continua

Grados & Obregón (2018) en su artículo “*Implementación del ciclo de mejora continua Deming para mejorar la productividad en el área de logística de la empresa de confecciones KUYU S.A.C. LIMA - 2016*” determina que, el ciclo de Deming en sus cuatro dimensiones, se vincula significativamente con la mejora con el rendimiento del área logística. Los autores determinan que, se lograra un aumento del 16, 8% en la productividad gracias a la introducción de esta herramienta dentro del periodo a evaluarse.

Cuando hablamos de mejora continua se entiende o se relaciona con la administración sobre la calidad de ofrecer buenos bienes o servicios al cliente. Sin embargo, la

evolución y amplio campo de acción ha generado que esto sea una premisa indispensable para alcanzar una buena gestión empresarial.

Según Sanchez, L. y Blanco, B. (2014) La mejora continua también se define como una etapa persistente de mejora en el que coopera toda la compañía y que puede ser aplicado a cualquier área o procedimiento empresarial con el fin de mejorar interna y/o externamente.

Según Perez, Yailí (2016) in your article "*Continuous improvement of processes in an organization, strengthened by the use of decision making tools*" explains about the procedure that an organization must maintain in the face of an improvement continues taking into account the systematic power over its procedures, through evaluations or planning of the actions required to achieve it.

Alayo, R. y Becerra, A. (2014) en su artículo nombrado "*Implementación del plan de mejora continua en el área de producción aplicando la metodología PVHA en la empresa Agroindustrias Kaizen*" habla acerca del ciclo de Deming que es PHVA), que realizó Shewhart W., el cual fue divulgado gracias a Dr. Deming, ofreciendo beneficios en el cambio cultural brindando modalidades y actividades, al modo que se realicen cambios requeridos.

➤ **PLANIFICAR**

Lo que se quiere dar a conocer en esta etapa es que se involucran la información recopilada desarrollando un plan para dicho procedimiento con el fin de obtener rendimientos de acuerdo con los resultados esperados. Por otro lado, es inconveniente tener en cuenta las necesidades de los usuarios, obteniendo los datos suficientes y disponibles.

➤ **HACER**

Se coloca en marcha el planeamiento de una mejora teniendo en cuenta los inconvenientes que se efectúen utilizando los nuevos procedimientos en escalas pequeñas.

➤ **VERIFICAR**

En esta etapa se analiza si se ha obtenido las metas trazadas. Además, se verifica y analiza los problemas que quedan por resolver.

➤ ACTUAR

Aquí se tiene que incorporar las mejoras en los procesos, compartir los resultados que se obtuvieron con todo el equipo.

Formulación del Problema

Problema General

¿Cómo se relaciona los negocios internacionales en la mejora continua de la empresa CISER PERÚ?

Problemas Específicos

- ¿Cómo se relaciona los negocios internacionales y la administración en la empresa CISER PERÚ?
- ¿Cómo se relaciona los negocios internacionales y los procesos en la empresa CISER PERÚ?
- ¿Cómo se relaciona los negocios internacionales y el desempeño en la empresa CISER PERÚ?

Justificación del Estudio

Según Hernández, et al. (2014) señalan que, esto se da para entender la importancia que tiene la investigación bajo argumentos que sostienen su elaboración. La elaboración de una investigación puede encontrar soluciones aportando una mejor visualización sobre las actividades que se emplean. (p.40)

Conveniencia:

El realizar esta investigación resulta muy imprescindible debido a que la empresa CISER PERÚ la cual brinda servicios y productos de fijación en acero de buena calidad, además de ser muy competitivos dándoles diferenciación entre los productos de la competencia directa, por lo que la investigación ayudará a tener una mejor visualización de la percepción y el desempeño de la empresa hacia sus clientes.

Relevancia Social:

El objetivo de esta investigación es que la empresa CSER PERÚ tome en cuenta las dimensiones de la mejora continua con el propósito de aumentar su cartera de clientes, generando mayor rentabilidad, además, de poder contribuir con el desarrollo del país.

Implicaciones Prácticas:

El reciente trabajo tiene por objetivo proporcionar entendimientos que sean servibles para la empresa CISER PERÚ con la finalidad de tener un continuo mejoramiento en los procedimientos y desempeño, tal como la calidad incrementa la captación del público consumidor, y conservarlos en el tiempo, teniendo en cuenta la competencia que existe en el mercado.

Valor Teórico:

Dicha investigación servirá para saber cuál es la influencia entre los negocios internacionales y la mejora continua comprendiendo la importancia. Dicha conclusión será utilizada para comprobar y verificar las concepciones empleadas en la empresa CISER PERÚ

Utilidad Metodológica:

Para efectuar los objetivos del presente estudio, se realizó una herramienta de evaluación para la V.I. en relación con la V.D. Una vez efectuado, la herramienta será sometido en el programa estadístico SPSS 25, lo que se quiere dar a conocer es la relación que existe entre las dos variables para la empresa CISER PERÚ

Hipótesis

Hipótesis General

- Los negocios internaciones se relaciona con la mejora continua de la empresa CISER PERÚ

Hipótesis Específicas

- Los negocios internaciones se relaciona con la administración de la empresa CISER PERÚ
- Los negocios internaciones se relaciona con los procesos de la empresa CISER PERÚ
- Los negocios internaciones se relaciona con el desempeño de la empresa CISER PERÚ

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

- Determinar la relación de los negocios internacionales con la mejora continua de la empresa CISER PERÚ, 2019.

Objetivos Específicos

- Determinar cómo se relaciona los negocios internacionales con la administración de la empresa CISER PERÚ, 2019
- Determinar cómo se relaciona los negocios internacionales con los procesos de la empresa CISER PERÚ, 2019
- Determinar cómo se relaciona los negocios internacionales con el desempeño de la empresa CISER PERÚ, 2019.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

Enfoque de investigación

Esta indagación tiene un enfoque cuantitativo, conforme Hernández et al. (2014), declara que la información que se recolecta apoya la hipótesis a confirmar, justificándose en el valor estadístico y numérico, para demostrar criterio teórico y formulación de conductas (p. 4).

Método de investigación

Esta indagación le ha dado uso al método hipotético-deductivo, acorde con Bernal (2016), se hace referencia a las afirmaciones realizadas sobre la hipótesis que demanda la impugnación o revocación de la misma, ahí a través del cotejo de los resultados de los con los hechos (p.60).

Diseño de investigación

Dicha indagación cuenta con un diseño no experimental-transversal donde: Behar (2008), informa que el análisis de la situación actual se realiza tal y como pasan naturalmente, sin interrumpir en su proceso (p. 19).

Tipo de investigación

Esta indagación es de tipo aplicada donde Behar (2008) manifiesta la empleación de los conocimientos adquiridos en relación al estudio y la situación en cuestión bajo sus características y las detalladas circunstancias (p. 20).

Nivel de investigación

Dicha indagación cuenta con un nivel descriptivo – correlacional, de acuerdo con Hernández et al. (2014) la indagación tiene como objetivo descubrir el vínculo a medir sobre la situación en particular. Por ello, es descriptiva gracias a la especificación de las cualidades que resaltan del suceso a analizar (p.93).

2.2. Operalización de Variables

El trabajo de investigación tiene una V.I. y otra variable V.D. Enseguida, se muestran de forma conceptual y operacional.

Operacionalización de la Variable X: Negocios Internacionales

El trabajo de investigación tiene una V.I. y otra variable V.D. Enseguida, se muestran de forma conceptual y operacional

Definición conceptual:

Martínez, C., Corredor, A., y Herazo, G. (2016), indican que, por medio del comercio exterior las transacciones comerciales se realizan, apoyándose por el intercambio de insumos logísticos que acceden a diferentes países. Por ende, el Estado debe orientar sobre la fabricación de sus productos, para luego poder realizar el intercambio, otorgando una ventaja competitiva para cada nación.” (pág. 09)

DIMENSIÓN 1: COMERCIO INTERNACIONAL

Samuelson y Nordmaus (2014) indicaron que “... es el procedimiento por el que los países exportan o importan bienes, servicios y capital financiero...”

INDICADOR: IMPORTACIÓN

Gomez, & Ramirez, (2017) explicaron que las importaciones de materias primas o insumos de producción ayuda a mejorar la utilidad en los compradores, generando mayor posibilidad de producción para las empresas. (p.42)

INDICADOR: EXPORTACIÓN

Valero, Rodenes & Rueda (2016) señalan que son la salida de servicios o bienes que se elaboran en un país con destino a otro país o una zona franca cuyo objetivo primordial es traspasar las fronteras nacionales para satisfacer las necesidades comerciales de otros países. (pp. 129 - 130)

DIMENSIÓN 2: SERVICIOS

Stanton, Etzel y Walker (2014), explican que son actividades reconocible e invisible como, la interacción con los clientes, que son el objetivo principal de un acuerdo ideal para cumplir con las necesidades o deseos del cliente. (pp.333 -334)

INDICADOR: INTERACCIÓN CON LOS CLIENTES

Guadarrama, & Rosales (2015) describen que las empresas deben aprender de sus clientes ya que estos contribuyen en proyectar los servicios de acuerdo a sus apreciaciones y emergen como un valor agregado dentro de la compañía para potenciar la superación de los niveles de participación de los clientes.

INDICADOR: NECESIDADES

Moreno, Palomino, Frías & Del Pino. (2015) dijeron que la necesidad hace referencia a un desfase entre un estado deseado de la persona y el estado real; de esta valoración surge un estado motivacional que reconoce una necesidad subjetiva de la que puede originarse la acción para corregir esta situación.

DIMENSIÓN 3: VENTAJA COMPETITIVA

Porter (2014) indica que “se puede interpretar en la reducción de precios que la competencia, por beneficios semejantes o por proponer beneficios exclusivo, recompensan con creces un importe más cuantioso”.

INDICADOR: CLIENTE

Quispe, G. & Ayaviri, V. (2016) indicaron que el consumidor es el principal personaje en el mundo de los negocios ya que juega el papel más importante de todo negocio.

INDICADOR: PRECIO

Córdoba, C. & Moreno, D. (2017) describieron que el precio es una variable que tiene el resultado de un previo estudio a fin de obtener rentabilidad al momento de vender un producto o brindar un servicio. (p.60).

INDICADOR: BENEFICIO

Barboza, P. (2016) explicaron que los beneficios están conformados por los cambios y representa una remuneración al esfuerzo, generando innovación para el desarrollo de cualquier organización.

Operacionalización de la Variable Y: Mejora Continua

Definición conceptual:

Gutiérrez (2014) señala que es una manera de forma ordenada de la administración de procesos, identificando las limitaciones, inventando nuevos proyectos e ideas de mejoramiento, llevando a cabo estudios y aprendizajes de los resultados adquiridos y estandarizar las consecuencias positivas para planificar e inspeccionar el nuevo nivel de desempeño.

DIMENSIÓN 1: ADMINISTRACION

Arteaga, H., Intriago, D. & Mendoza, K. (2016) indicaron que la administración es el procedimiento mediante el cual se proyecta y se mantiene un ambiente donde un conjunto de personas se encuentran trabajando con los recursos correspondientes para desempeñar eficientemente y lograr los objetivos predispuestos.

INDICADOR: RECURSOS

Montoya, C. & Boyero, M. (2016) definen que los recursos es el desarrollo de los procedimientos estratégicos ya que es vital para el establecimiento de los objetivos y estrategias a lograr teniendo la capacidad necesaria para competir en

un mercado en concreto que explica las diferencias de re los resultados entre ellas. (p.7)

INDICADOR: OBJETIVOS

Parra y Calero (2016) definen que los objetivos hace referencia a la innovación de los productos para así poder incentivar las ventas, con el fin de generar ingresos, aumentando la producción.”

DIMENSIÓN 2: PROCESOS

Hernandez, H., Martinez, D. & Cardona, D. (2015) indicaron que los procesos son como las diferentes actividades que se solicita para generar un crecimiento, dichas acciones se alimentan de diversos factores (servicios, proveedores, insumos, etc.) que dan valor agregado al resultado final para cumplir con la satisfacción de los clientes

INDICADOR: CRECIMIENTO

Enríquez, I. (2016) escribió que el crecimiento es un desarrollo encaminado e recompensando desde la política económica y demás herramientas económicos diseñadas y adoptadas por el aparato de Estado para incidir en la construcción de los mercados y en su propagación.

INDICADOR: SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

Sotelo, J. (2016) concluyó que se entiende por satisfacción como un proceso psicológico, donde el cliente se muestra complacido en correlación al cúmulo de perspectiva sobre un bien o servicio brindado.

DIMENSIÓN 3: DESEMPEÑO

Chiang, M. & San Martin, N. (2015) enunciaron que es la efectividad de los trabajadores, así como las acciones o conductas observadas que son notable para el éxito de los objetivos de la organización.

INDICADOR: ACCIONES

Moreno, J. (2014) dijo que es un hecho o acto que involucra movimientos o cambios que un agente realiza o en oposición a quietud.

INDICADOR: ORGANIZACIÓN

Ahumada, E. & Perusquia, J. (2016) explicaron que, una organización es experto en elaborar servicios y productos de calidad sin anunciar distinción algo, ya sea de tipo intangible o tangible.

Tabla 1. Matriz de Operacionalización 1: Negocios Internacionales

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	
<p>VARIABLE INDEPENDIENTE:</p> <p>NEGOCIOS INTERNACIONALES</p>	<p>Martínez, C., Corredor, A., y Herazo, G. (2016), definen " los negocios internacionales se llevan a cabo por medio del comercio internacional, el cual se fundamenta en la interacción de bienes y servicios entre distintos países. A través de él, se permite que un Estado se enfoque en la fabricación de sus productos, para luego poder realizar el intercambio, otorgando una ventaja competitiva para cada nación." (pág. 09)</p>	<p>La variable independiente "NEGOCIOS INTERNACIONALES " se mide a través de un cuestionario conformado de 10 ítems, donde se tienen en cuenta los indicadores para la realización.</p>	COMERCIO INTERNACIONAL	IMPORTACION	1,2	<p>Según Hernández et al. (2014):</p> <p>ORDINAL</p> <p>Mantiene n un orden de mayor a menor (p.215).</p>	
				EXPORTACIÓN	3		
			SERVICIOS	INTERACCIÓN CON LOS CLIENTES	4,5		<p>INTERVALOS</p> <p>Se establecen intervalos iguales en la medición (p.216).</p>
				NECESIDADES	6,7		
			VENTAJA COMPETITIVA	CLIENTE	8		
				PRECIO	9		
				BENEFICIO	10		

Tabla 2. Matriz de Operacionalización 2: Mejora Continua

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
<p>VARIABLE DEPENDIENTE:</p> <p>MEJORA CONTINUA</p>	<p>Gutiérrez (2014) define que “La mejora continua es consecuencia de una forma ordenada de administración de procesos, identificando las causas o restricciones, creando nuevas ideas y proyectos de mejora, llevando a cabo planes, estudiando y aprendiendo de los resultados obtenidos y estandarizando los efectos positivos para proyectar y controlar el nuevo nivel de desempeño.”</p>	<p>La variable dependiente “MEJORA CONTINUA” se mide a través de un cuestionario conformado de 10 ítems, donde se tienen en cuenta los indicadores para la realización.</p>	ADMINISTRACIÓN	RECURSOS	1,2	<p>Según Hernández et al. (2014):</p> <p>ORDINAL Mantienen un orden de mayor a Menor (p.215).</p> <p>INTERVALOS Se establecen intervalos iguales en la medición (p.216).</p>
				OBJETIVOS	3	
			PROCESOS	CRECIMIENTO	4	
				SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES	5,6	
			DESEMPEÑO	ACCIONES	7,8	
				ORGANIZACIÓN	9,10	

2.3. Población, muestra y muestreo

Población

De acuerdo Hernández et al. (2014) se comprende al total de los componentes que tienen particularidad en común (p.174). Para dicha investigación, los 50 trabajadores será el total de la población.

.Unidad de muestreo

Hernández et. al. (2014) se manifiesta a una porción del total de la población en el que todos tiene la probabilidad de ser escogidos” (p. 175). De tal manera, se realizó la selección de unidad de muestreo de 32 asalariados en la organización.

Muestra

La técnica utilizada sobre la muestra es PROBABILISTOCO - ALEATORIO SIMPLE, ya que el cual se comprende sobre todas las unidades obtendrán la probabilidad de participar en la muestra por igual, independiente de las demás (Hernández et al. 2014). La formula posterior se estima la muestra:

$$N = \frac{N * Z^2 p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 p * q}$$
$$n = \frac{(32)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2 (32-1)+(1.96)^2(0.5)(0.5)} = 30$$

Dónde:

Tabla 3. Matriz de Datos de la Muestra

	Nivel de Confiabilidad	95%
N=	Total Unidad de Muestreo	32
Z=	Valor de distribución	1.96
p=	Proporción de aceptación	50%
q=	Porcentaje de no aceptación	50%
d=	Margen de Error	5%

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

Técnica

Esta indagación da uso a la encuesta como técnica, de hecho nos deja recopilar testimonios mediante las contestaciones dadas por medio de los encuestados de acuerdo a las interrogantes realizadas de ambas variables. (Hernández et al., 2014, p.158).

Instrumentos de recolección de datos

La indagación emplea el cuestionario como instrumento de recolección de datos, ya que según Hernández et al (2014) está conformado por un grupo de interrogantes que recolectan datos que incluye crear una estrategia detallada de procesos que nos conlleva a anexar datos con una precisión específica.

El cuestionario está constituido por 10 interrogantes de cada variable, haciendo un total de 20 interrogantes, así mismo, el cuestionario está hecho para el personal de la empresa CISER PERU.

Validez

La validación de este instrumento está sujeto al criterio de profesionales en la materia, de los cuales pertenecen a la universidad Cesar Vallejo de la escuela profesional de Negocios Internacionales. De acuerdo con las teorías de Hernández et. al. (2014), la validez se refiere a medir el nivel del instrumento utiliza para la variable (p. 200).

1.- Pérez - Ruibal Regalado, Eliana

2.- Mg. Sánchez Sánchez, Jaime Abel

Confiabilidad

En relación a la teoría de Bernal (2016) determina la credibilidad de un interrogatorio revela el grado de la valoración por parte de los encuestados. (p.247)

Se ingresaron los datos, que se recolectaron de 30 trabajadores, al método estadístico IBM SPSS STATISTICS 25, para medir la credibilidad del cuestionario con el método del Alfa de Cronbach.

Tabla 4. Coeficiente de Alfa de Cronbach

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

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5. Estadístico de fiabilidad de la variable Negocios Internacionales

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,930	10

a.- La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Acorde a las tablas anteriores, la estadística de fiabilidad de Negocios Internacionales señala que la credibilidad de la prueba es de confianza, ya que la valoración es de 0,930, es decir que, el nivel de fiabilidad es considerado muy alto.

Tabla 6. Estadístico de fiabilidad de la variable Mejora Continua

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido*	0	,0
	Total	30	100,0

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.926	10

a.- La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento

Acorde a las tablas anteriores, la estadística de fiabilidad de Mejora Continua señala que la credibilidad de la prueba es de confianza, debido a que arrojó una valoración de 0,926, es decir que, el nivel de fiabilidad es considerado muy alto.

Tabla 7. Estadístico de fiabilidad de la variable 1 y 2: *Negocios Internacionales* y *Mejora Continua*

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido*	0	,0
	Total	30	100,0

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.964	20

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Acorde a las tablas anteriores, la estadística de fiabilidad de Negocios Internacionales y de Mejora Continua señala que la credibilidad de la prueba es de confianza, porque arrojó una valoración de 0,964, quiere decir que, el nivel de fiabilidad es considerado muy alto.

2.5. Método de análisis de datos

La indagación utilizó el software estadístico IBM SPSS STATISTICS 25 donde las pruebas estadísticas ejecutadas fue el Alfa de Cronbach calculando la credibilidad del cuestionario y así poder medir el rechazo o aceptación de la hipótesis.

2.6. Aspectos éticos

Para el actual estudio se consideraron los siguientes características:

- **Información utilizada:**

Cada asalariado estuvo identificado y la información recaudada no fue utilizada para fines distintos a esta indagación.

- **Valor social:**

El personal que participó del cuestionario que se realizó en la investigación, no fue de carácter obligatorio y los encuestados se mantiene en anonimato.

- **Criterio científico de validez:**

Las teorías y testimonios dados por otros autores, se encuentran citados de acuerdo al Manual APA, por otro lado, no se ha trastornado datos originales adquiridos por autores evitando así divulgar el plagio, en vista de igual manera para la validación de la teoría.

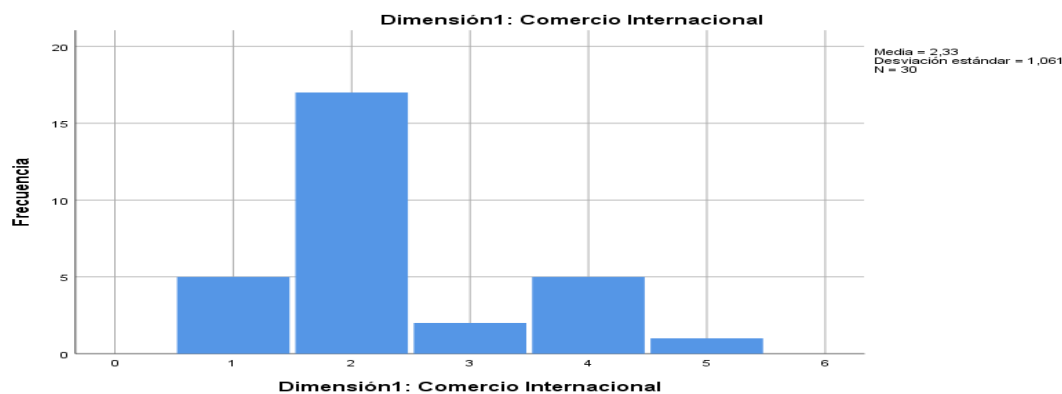
III. RESULTADOS

3.1. Análisis descriptivo de las dimensiones

Tabla 8. Análisis Descriptivo de dimensión 1: Comercio Internacional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente De Acuerdo	5	16,7	16,7	16,7
	De Acuerdo	17	56,7	56,7	73,3
	Ni De Acuerdo Ni En Desacuerdo	2	6,7	6,7	80,0
	En Desacuerdo	5	16,7	16,7	96,7
	Totalmente En Desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software Spss v.25



Fuente: Software Spss v.25

Figura 1. Nivel de dimensión Comercio Internacional

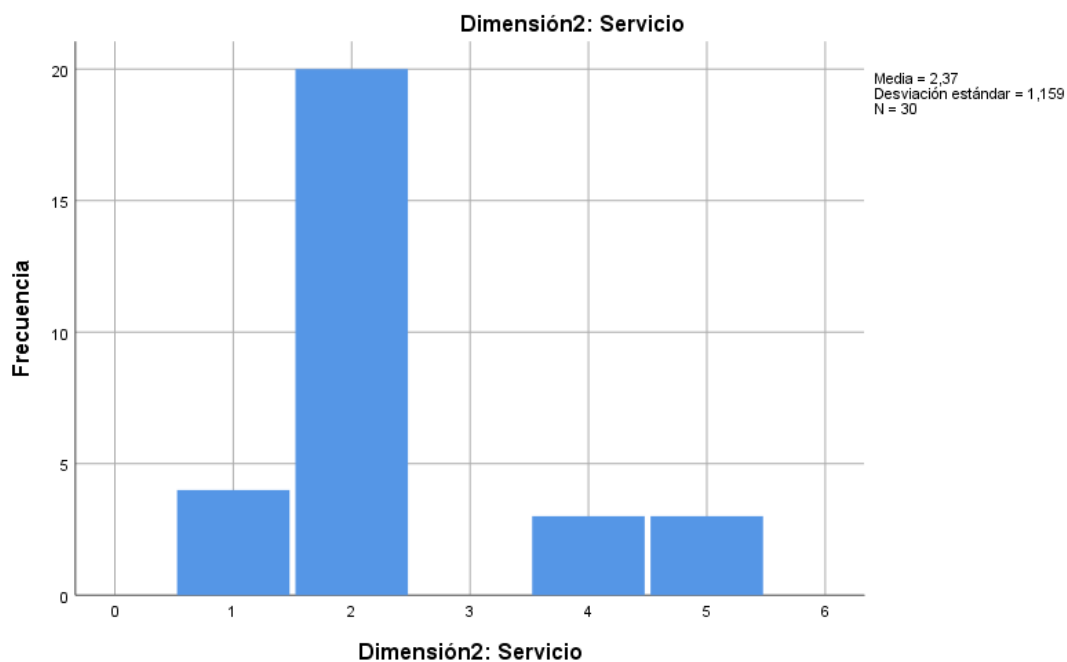
Interpretación: Observamos que en tabla 8, la Dimensión 1: Comercio Internacional, se muestran que los asalariados encuestados discreparon entre sus opiniones, por ello, están de acuerdo 17 encuestados siendo un 56,7%, es decir que, el mayor número de encuestados considera que el comercio internacional es un enfoque que determina un

buen procedimiento para los negocios internacionales, sin embargo, 1 de los encuestados se muestra en totalmente en desacuerdo, con el 3,3%.

Tabla 9. Análisis Descriptivo de dimensión 2: Servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente De Acuerdo	4	13,3	13,3	13,3
	De Acuerdo	20	66,7	66,7	80,0
	En Desacuerdo	3	10,0	10,0	90,0
	Totalmente En Desacuerdo	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software Spss v.25



Fuente: Software Spss v.25

Figura 2. Nivel de dimensión Servicio

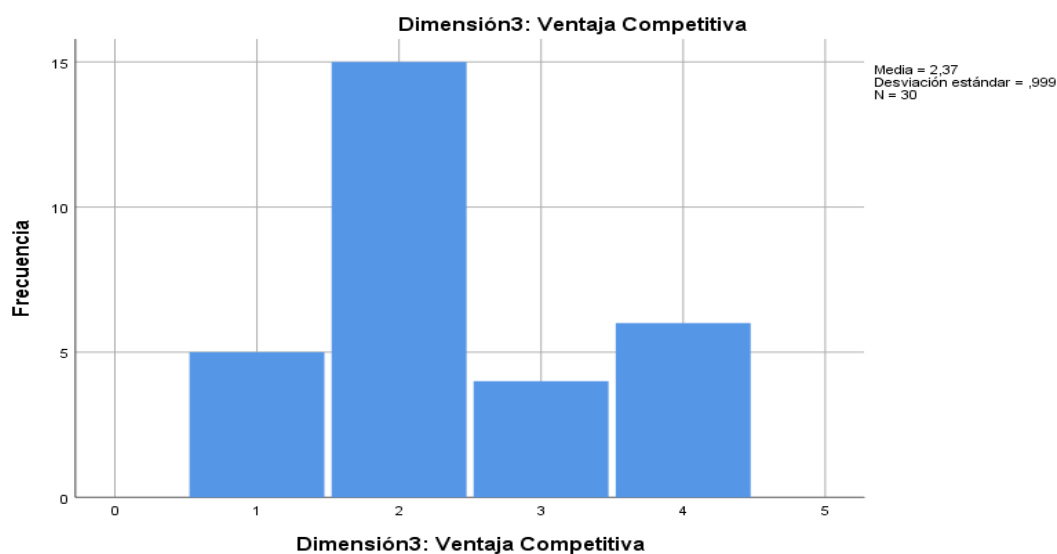
Interpretación: Podemos visualizar en la tabla 9, la Dimensión 2: Servicios, se muestran que los 30 trabajadores encuestados, 20 de ellos se muestran de acuerdo con el 66.7%, es decir que, el mayor número de encuestados considera que los servicios es un

enfoque que determina un buen procedimiento para los negocios internacionales, sin embargo, 3 de los encuestados se muestran totalmente en desacuerdo, con el 10%.

Tabla 10. Análisis Descriptivo de dimensión 3: Ventaja Competitiva

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente De Acuerdo	5	16,7	16,7	16,7
	De Acuerdo	15	50,0	50,0	66,7
	NI De Acuerdo NI En Desacuerdo	4	13,3	13,3	80,0
	En Desacuerdo	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software Spss v.25



Fuente: Software Spss v.25

Figura 3. Nivel de dimensión Ventaja Competitiva

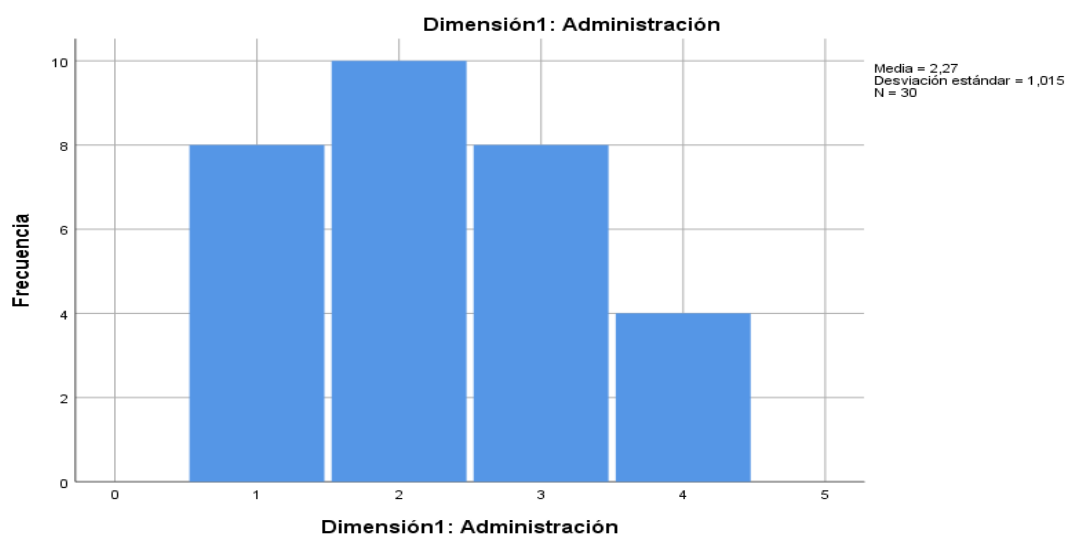
Interpretación: Podemos observar en la tabla 10, la Dimensión 3: Ventaja Competitiva, se muestran que los asalariados encuestados discreparon entre sus opiniones, por ello, están de acuerdo 20 encuestados siendo 50%, es decir que, la mitad de encuestados consideran que, para poder hacer negocios internacionales, la competitividad influye en el

valor que una compañía logra crear para captar a sus consumidores, ya sea a través de beneficios, promociones, por otro lado, 4 de los encuestados se muestran indecisos, con el 13,3%.

Tabla 11. Análisis Descriptivo de dimensión 4: Administración

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente De Acuerdo	8	26,7	26,7	26,7
	De Acuerdo	10	33,3	33,3	60,0
	NI De Acuerdo NI En Desacuerdo	8	26,7	26,7	86,7
	En Desacuerdo	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software Spss v.25



Fuente: Software Spss v.25

Figura 4. Nivel de dimensión Administración

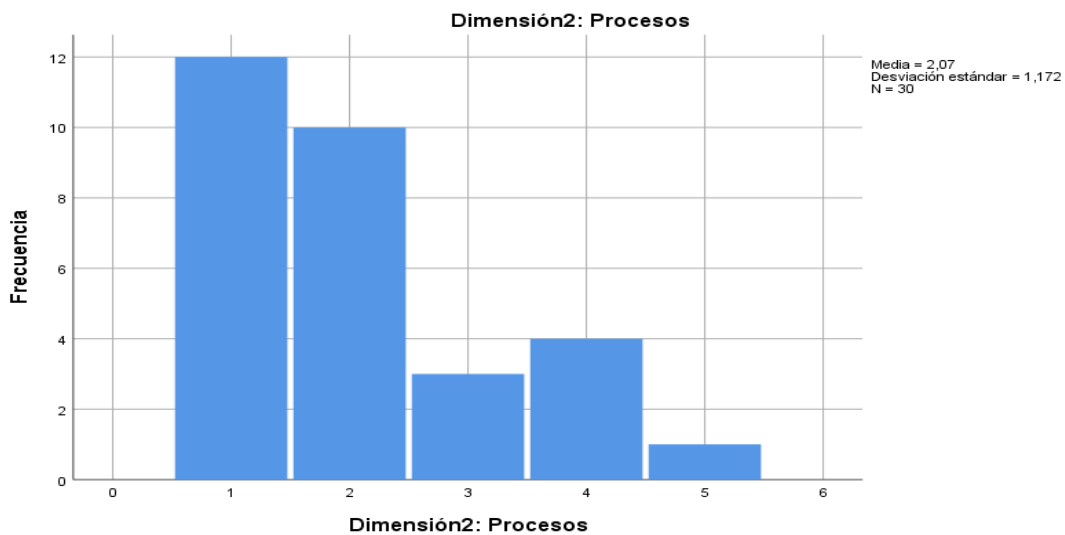
Interpretación: Observamos que en la tabla 11, la Dimensión 1: Administración, se muestran que los asalariados encuestados discreparon entre sus opiniones, por ello, están de acuerdo 10 encuestados siendo un 33,3%, es decir que, el mayor número de encuestados considera que para poder realizar una mejora continua, la administración influye en la

proyección, organización e inspección de los miembros de la empresa, teniendo en cuenta los recursos disponibles logrando llegar a las metas trazadas por la empresa, por otro lado, 4 de ellos se muestran en desacuerdo, con el 13,3%.

Tabla 12. Análisis Descriptivo de dimensión 5: Procesos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente De Acuerdo	12	40,0	40,0	40,0
	De Acuerdo	10	33,3	33,3	73,3
	NI De Acuerdo NI En Desacuerdo	3	10,0	10,0	83,3
	En Desacuerdo	4	13,3	13,3	96,7
	Totalmente En Desacuerdo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software Spss v.25



Fuente: Software Spss v.25

Figura 5. Nivel de dimensión Procesos

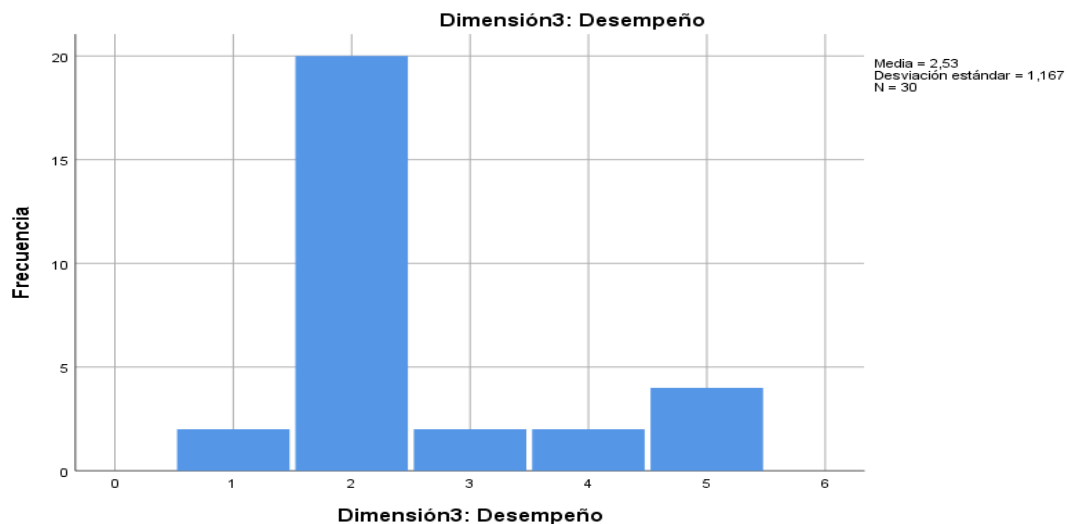
Interpretación: De acuerdo a la tabla 12, la Dimensión 2: Procesos, se muestran que los asalariados encuestados discreparon entre sus opiniones, por ello, están de acuerdo 12 encuestados siendo un 40%, es decir que, el mayor número de encuestados considera que

para poder realizar una mejora continua, los procesos se basan en diversas actividades teniendo como enfoque el crecimiento y mejora de la organización para poder cumplir con la satisfacción de los clientes, sin embargo, 1 de los encuestados se muestra totalmente en desacuerdo, con el 3,3%.

Tabla 13. Análisis Descriptivo de dimensión 5: Desempeño

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente De Acuerdo	2	6,7	6,7	6,7
	De Acuerdo	20	66,7	66,7	73,3
	Ni De Acuerdo Ni En Desacuerdo	2	6,7	6,7	80,0
	En Desacuerdo	2	6,7	6,7	86,7
	Totalmente En Desacuerdo	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Software Spss v.25



Fuente: Software Spss v.25

Figura 5. Nivel de dimensión Desempeño

Interpretación: Podemos visualizar que en la tabla 13, la Dimensión 3: Desempeño, se muestran que los asalariados encuestados discreparon entre sus opiniones, por ello, están

de acuerdo 20 encuestados siendo un 66,7%, es decir que, dicho porcentaje de encuestados consideran que para realizar una mejora continua, el desempeño influye en el logro de los resultados esperados que tiene la organización, teniendo en cuenta las acciones que voluntariamente se involucran, por otro lado, 2 de los encuestados se muestran en desacuerdo, con el 6,7%.

3.2. Estadística Inferencial

3.2.1. Prueba de normalidad

La indagación presenta en la prueba de hipótesis parámetros a cumplir para poder corroborar la constatación de la hipótesis, es decir que el nivel debe ser un 0.05 en significancia y un 95% en aceptación, manteniendo un límite de 196.

Tabla 14. Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl.	Sig.	Estadístico	gl.	Sig.
NEGOCIOS INTERNACIONALES	,388	30	,000	,764	30	,000
MEJORA CONTINUA	,388	30	,000	,758	30	,000

Fuente: Software Spss v.25

Interpretación: Se visualiza la prueba de normalidad en la tabla 14 la cual cuenta con una muestra de 30 asalariados, esto quiere decir que su valor es menor a 50, por consiguiente, se dará uso a shapiro-wilk. Así mismo, el resultado de 0.00 en la significancia nos indica que la hipótesis nula se rechaza, dando paso a la aceptación de la hipótesis de la indagación, demostrando la normalidad de la muestra distribuida, de modo que la indagación presente es no paramétrica, dando inicio a la prueba del estadístico de correlación de Spearman; garantizando así la transparencia de las condiciones no paramétricas.

3.2.2. Contrastación y correlación de hipótesis

De acuerdo con Hernández, Fernández y Bautista (2014) no indica que la contrastación de la hipótesis se interpreta bajo rangos de correlación a través el valor del coeficiente. (p. 306)

Tabla 15. Niveles de correlación

Hipótesis estadística: Según Hernandez et al. (2014, p.305)

TABLA DE NIVELES DE CORRELACIÓN

-0.90 =Correlación negativa muy fuerte
-0.75=Correlación negativa considerable.
-0.50=Correlación negativa media.
-0.25=Correlación negativa débil.
-0.10=Correlación negativa muy débil.
0.00=No existe correlación alguna entre las 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

3.2.3. Hipótesis General

HG: Existe relación entre los negocios internacionales y la mejora continua de la empresa CISER PERU en el año 2019.

H0: No existe relación entre los negocios internacionales y la mejora continua de la empresa CISER PERU en el año 2019.

Tabla 16. Correlación de variables –Hipótesis General

			NEGOCIOS INTERNACIONALES	MEJORA CONTINUA
Rho de Spearman	NEGOCIOS INTERNACIONALES	Coefficiente de correlación	1,000	,874**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	MEJORA CONTINUA	Coefficiente de correlación	,874**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

Fuente: Software Spss v.25

Interpretación: El resultado que se obtuvo en la tabla 16 según la correlación de Spearman, el cual arrojó un coeficiente de correlación 0,874, por lo tanto, se demostró una

correlación positiva muy fuerte de las variables, marcando un 0.00 de significancia sin superar el 0.05 para así respetar el margen máximo para ser aceptada.

3.2.4. Hipótesis Específica 1

HI 1: Existe relación entre los negocios internacionales y la administración de la empresa CISER PERU en el año 2019.

H0: No existe relación entre los negocios internacionales y la administración de la empresa CISER PERU en el año 2019.

Tabla 17. Correlación de variables –Hipótesis Específica 1

			NEGOCIOS INTERNACIONALES	Dimensión1: Administración
Rho de Spearman	NEGOCIOS INTERNACIONALES	Coefficiente de correlación	1,000	,892**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Dimensión1: Administración	Coefficiente de correlación	,892**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Fuente: Software Spss v.25

Interpretación: El resultado que se obtuvo en la tabla 17 según la correlación de Spearman, el cual arrojó un coeficiente de correlación 0,892, por lo tanto, se demostró una correlación positiva muy fuerte de las variables, marcando un 0.00 de significancia sin superar el 0.05 para así respetar el margen máximo para ser aceptada. Se resuelve que, la hipótesis de la indagación es aceptada sobre la hipótesis nula a rechazar, demostrando un vínculo entre los negocios internacionales y la administración.

3.2.5. Hipótesis Específica 2

HI 2: Existe relación entre los negocios internacionales y los procesos de la empresa CISER PERU en el año 2019.

H0: No existe relación entre los negocios internacionales y los procesos de la empresa CISER PERU en el año 2019.

Tabla 18. Correlación de variables –Hipótesis Específica 2

			NEGOCIOS INTERNACIONALES	Dimensión2: Procesos
Rho de Spearman	NEGOCIOS INTERNACIONALES	Coefficiente de correlación	1,000	,881**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Dimensión2: Procesos	Coefficiente de correlación	,881**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Fuente: Software Spss v.25

Interpretación: El resultado que se obtuvo en la tabla 18 según la correlación de Spearman, el cual arrojó un coeficiente de correlación 0,881, por lo tanto, se demostró una correlación positiva muy fuerte de las variables, marcando un 0.00 de significancia sin superar el 0.05 para así respetar el margen máximo para ser aceptada. Se resuelve que, la hipótesis de la indagación es aceptada sobre la hipótesis nula a rechazar, demostrando un vínculo entre los negocios internacionales y los procesos.

3.2.6. Hipótesis Específica 3

HI 3: Existe relación entre los negocios internacionales y el desempeño de la empresa CISER PERU en el año 2019.

H0: No existe relación entre los negocios internacionales y el desempeño de la empresa CISER PERU en el año 2019.

Tabla 19. Correlación de variables –Hipótesis Específica 3

			NEGOCIOS INTERNACIONALES	Dimensión3: Desempeño
Rho de Spearman	NEGOCIOS INTERNACIONALES	Coefficiente de correlación	1,000	,843**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Dimensión3: Desempeño	Coefficiente de correlación	,843**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Fuente: Software Spss v.25

Interpretación: El resultado que se obtuvo en la tabla 19 según la correlación de Spearman, el cual arrojó un coeficiente de correlación 0,843, por lo tanto, se demostró una correlación positiva muy fuerte de las variables, marcando un 0.00 de significancia sin superar el 0.05 para así respetar el margen máximo para ser aceptada. Se resuelve que, la hipótesis de la indagación es aceptada sobre la hipótesis nula a rechazar, demostrando un vínculo entre los negocios internacionales y el desempeño.

IV. DISCUSIÓN

Esta indagación en relación a sus resultados, datos que demostrarían el vínculo de los negocios internacionales y la mejora continua, por lo que se realizó una encuesta a 30 trabajadores. Se estableció lo siguiente, de acuerdo a la investigación:

4.1. Objetivo e Hipótesis General

En cuestión al objetivo general se debe encontrar el vínculo de los negocios internacionales y la mejora continua en la empresa CISER PERU. Por ende, los resultados alcanzados gracias a la participación de los asalariados encuestados, demostraron el vínculo de las variables bajo el coeficiente de correlación de Spearman de 0.874, marcando una correlación positiva muy fuerte con un 0.00 de significancia menor al valor de 0.05 rechazando la hipótesis y dándole paso a la aceptación de la hipótesis de indagación. Por lo tanto, existe relación entre los negocios internacionales y la mejora continua en la empresa CISER PERU en el 2019.

Dichos resultados es relacionado con el trabajo de investigación planteada por Chero (2018) en su trabajo denominado “Importación y mejora continua en el consorcio de transporte urbano del callao, 2018”. Según su coeficiente de Pearson se obtuvo un $Rho = 0.966$ y un nivel de 0.00 de significancia. Se concluyó que, ciertamente el 92% influenciados en la importación de repuestos y la mejora continua del Consorcio de Transporte Urbano, por lo tanto, se halló una correlación.

Según Daniels, Radebaugh, & Sullivan, (2014) manifiesta que:

Los negocios internacionales se ocasionan por todos los intercambios comerciales que se dan entre dos o varios países, donde concurren tanto las empresas privadas como las públicas. (p.18)

En consecuencia al actual indagacion y con los resultados recaudados en el cuestionario realizado a los asalariados; tal como lo definen Daniels, Radebaugh & Sullivan, los negocios internacionales hace referencia a todas las transacciones comerciales donde 2 o más países pueden participar puesto que hay límites políticos que hay que tener en cuenta.

4.2. Objetivo e Hipótesis Específica 1

En cuestión al primer objetivo específico se debe encontrar el vínculo de los negocios internacionales y la administración en la empresa CISER PERU. Por ende, los resultados alcanzados gracias a la participación de los asalariados encuestados, demostraron el vínculo de las variables bajo el coeficiente de correlación de Spearman de 0.892, marcando una correlación positiva muy fuerte con un 0.00 de significancia menor al valor de 0.05 rechazando la hipótesis y dándole paso a la aceptación de la hipótesis de indagación. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la investigación, indicando que existe relación entre los negocios internacionales y la administración en la empresa CISER PERU en el 2019.

Son relacionados los resultados con el trabajo de indagación planteada por Rojas, E. y Sánchez, J. (2017) en su tesis titulada “Relación de la Administración de Recursos Humanos con la calidad de servicio en la agencia bancaria MiBanco, Cajamarca, 2017”. Según su prueba de Pearson se obtuvo un $Rho = 0,956$ y un nivel de significancia de 0.00, concluyendo que se demostró un vínculo entre la administración de recursos humanos y la calidad de servicio.

Arteaga, H., Intriago, D. & Mendoza, K. (2016) indicaron que la administración es el procedimiento mediante el cual se proyecta y se mantiene un ambiente donde un conjunto de personas se encuentran trabajando con los recursos correspondientes para desempeñar eficientemente y lograr los objetivos predispuestos.

En relación a la presente investigación y con los resultados recaudados en el cuestionario realizado a los trabajadores; tal como lo definen Arteaga, H., Intriago, D. & Mendoza, K., la administración tiene como objetivo principal lograr optimizar los beneficios de los recursos para que la empresa alcance los objetivos establecidos teniendo en cuenta el funcionamiento eficiente de la compañía.

4.3. Objetivo e Hipótesis Específica 2

En cuestión al segundo objetivo específico se debe encontrar el vínculo de los negocios internacionales y los procesos en la empresa CISER PERU. Por ende, los resultados alcanzados gracias a la participación de los asalariados encuestados, demostraron el vínculo de las variables bajo el coeficiente de correlación de Spearman de 0.881,

marcando una correlación positiva muy fuerte con un 0.00 de significancia menor al valor de 0.05 rechazando la hipótesis y dándole paso a la aceptación de la hipótesis de indagación. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la investigación, lo que indica que existe relación entre los negocios internacionales y los procesos en la empresa CISER PERU.

Dichos resultados son similares con el trabajo de investigación planteada por Juárez (2017) en su tesis titulada “Gestión de procesos y calidad del servicio del área de transporte a nivel ventas del call center Konecta, Callao 2017”. En efecto su coeficiente de Spearman obtuvo un $Rho = 0.869$ y el nivel fue de 0.00 de significancia. El autor concluye que existe relación significativa entre ambas variables.

Hernandez, H., Martinez, D. & Cardona, D. (2015) indicaron que los procesos son como las diferentes actividades que se solicita para generar un crecimiento, dichas acciones se alimentan de diversos factores (servicios, proveedores, insumos, etc.) que dan valor agregado al resultado final para cumplir con la satisfacción de los clientes.

De acuerdo al presente informe y de acuerdo a los resultados recaudados en el cuestionario realizado a los trabajadores; tal como lo definen Hernández, H., Martínez, D. & Cardona, D., los procesos dentro de una empresa es el trabajo continuo al realizar actividades o series de pasos que son adoptados por la misma organizados esperando un resultado deseado.

4.4. Objetivo e Hipótesis Específica 3

En cuestión al último objetivo específico se debe encontrar el vínculo de los negocios internacionales y el desempeño en la empresa CISER PERU. Por ende, los resultados alcanzados gracias a la participación de los asalariados encuestados, demostraron el vínculo de las variables bajo el coeficiente de correlación de Spearman de 0.843, marcando una correlación positiva muy fuerte con un 0.00 de significancia menor al valor de 0.05 rechazando la hipótesis y dándole paso a la aceptación de la hipótesis de indagación, lo que nos indica que existe relación entre los negocios internacionales y el desempeño en la empresa CISER PERU.

Los resultados son relacionado con el estudio realizado de Rivas, F. (2018) en su trabajo denominado “Cultura de India y los negocios internacionales con el Perú en la empresa

Chandrika – Lima, 2018”. Según su prueba de Pearson se obtuvo como resultado de correlación 0,977, teniendo una correlación positiva muy fuerte, con un valor de significancia de 0.00 el mismo que es menor a 0.05. Se concluyó que existe relación entre la cultura y los negocios internacionales.

Chiang, M. & San Martin, N. (2015) enunciaron que es la efectividad de los trabajadores, así como las acciones o conductas observadas que son notable para el éxito de los objetivos de la compañía.

De acuerdo a la presente indagación y con los resultados recaudados del cuestionario realizado a los empleados, tal como lo define Chiang, M. & San Martin, N., para desarrollar el desempeño organizacional deberíamos tener en cuenta la cultura organizacional y las prioridades que hay en cada área desarrollando la capacidad de cada profesional y que los resultados se vean reflejados en el crecimiento de la empresa.

V. CONCLUSIONES

Conforme a los objetivos expuestos en el presente informe, se estipularon las posteriores conclusiones:

Primera: En consecuencia con el O.G., se concluye que hay un vínculo de correlación positiva muy fuerte de un 0,874 entre los negocios internacionales y la mejora continua, por otro lado, los negocios internacionales mediante los acuerdos comerciales ayudan en la mejora del crecimiento económico de la empresa. Se concluye que, un adecuado manejo de la variable negocios internacionales sobre la mejora continua, nos ayudará a tener una mejor visualización sobre la calidad de los productos que maneja la compañía, teniendo un mejor control sobre el stock para alcanzar las necesidades del mercado peruano.

Segunda: En relación al OE 1 se concluyó que, existe relación entre los negocios internacionales y la administración ya que tuvo una correlación positiva muy fuerte de $Rho = 0.892$. Los negocios internacionales se encargan de gerenciar las transacciones netamente privadas donde la administración se basa en el procedimiento de organizar, plantear, controlar y dirigir los productos que se importan o exportan entre 2 o más países.

Tercera: En relación al segundo objetivo, se determinó que, existe relación porque se tuvo una correlación positiva muy fuerte de $Rho = 0,881$ entre los negocios internacionales y los procesos, por lo tanto, se concluye que la empresa, al importar fijaciones en acero mejora el proceso de forma relevante dando buena rentabilidad económica para la compañía.

Cuarta: Finalmente, el tercer objetivo específico, se determinó que, existe relación ya que se tuvo una correlación positiva muy fuerte de $Rho = 0,843$ entre los negocios internacionales y el desempeño de la empresa, por lo que se concluye que, los negocios internacionales ayuda en el desempeño económico de la empresa debido a la aceptación del producto en el mercado peruano teniendo como resultado altos ingresos económicos.

VI. RECOMENDACIONES

Se tuvo en consideración los resultados recaudados en la actual investigación para poder formular las posteriores recomendaciones para la empresa.

Primera: Se sugiere que la empresa examine diferentes alternativas de solución para la mejora en sus procesos internos o reestructura de los mismos debido a que, como se ha evidenciado en los resultados, estos intervienen en la mejora continua de la empresa.

Segunda: Por otro lado, la empresa aplicar estrategias en la búsqueda de mejorar su competitividad y mejorar la rentabilidad, así como innovar la calidad del producto o el tiempo de entrega de los productos.

Tercera: Es recomendable que la empresa realice implementación de nuevos procesos para agilizar la entrega de los productos, con la finalidad de cumplir con la satisfacción de los mismos.

Cuarta: Es recomendable que la compañía tenga realice un feedback para cada jefe de área, teniendo en cuenta el bienestar de los trabajadores, ya que de ellos también depende el crecimiento de la empresa.

REFERENCIAS

- Ahumada, E. & Perusquia, J. (2016). Inteligencia de negocios: estrategia para el desarrollo de competitividad en empresas de base tecnológica. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0186-10422016000100127&lng=es&nrm=iso
- Alayo, R. y Becerra, A. (2014). “*Implementación del plan de mejora continua en el área de producción aplicando la metodología PVHA en la empresa Agroindustrias Kaizen*”. Recuperado de: https://www.usmp.edu.pe/PFII/pdf/20132_1.pdf
- Arteaga, H., Intriago, D. & Mendoza, K. (2016). La ciencia de la administración de empresas. Recuperado de: <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/viewFile/265/314>
- Behar, D. (2008). Metodología de la investigación. Colombia: Shalom.
- Bernal, C. (2016). Metodología de la investigación (4ª ed.). Colombia: Pearson
- Bucheli (2015). “*Proyecto de pre-factibilidad para la importación de pernos de pernos de acero inoxidable desde Colombia, periodo 2011- 2015*” (tesis de pregrado). Universidad Tecnológica Equinoccial de Quinto – Ecuador.
- Chero, G. (2018). “Importación y mejora continua en el comercio de transporte urbano del callao, 2018” (tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo.
- Chiang, M. & San Martin, N. (2015). Análisis de la Satisfacción y el Desempeño Laboral en los Funcionarios de la Municipalidad de Talcahuano. Recuperado de: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/cyt/v17n54/art01.pdf>
- Córdoba, C. & Moreno, D. (2017). Variabilidad genética del caballo mediante genes del pelaje en Sahagún, Córdoba, Colombia. Recuperado de: <http://www.scielo.org.pe/pdf/rivep/v29n4/a23v29n4.pdf>
- Cue, A. (2015). Negocios internacionales en un mundo globalizado. México: Grupo editorial Patria.
- Daniels, Radebaugh, & Sullivan, (2014). “Negocios Internacionales” (14º ed.). México: Pearson
- Enríquez, I. (2016). Las teorías del crecimiento económico: notas críticas para incursionar en un debate inconcluso. Recuperado de: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2074-47062016000100004

- Falquez, A. y Rivera W. (2015). “Análisis del Impacto comercial de las barreras no arancelarias para las importaciones de perfiles de acero aleados en el Ecuador año 2011 - 2014” (tesis de pregrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Gomez, A. & Ramirez, Z. (2017). “Causalidad entre las importaciones y el crecimiento económico: Evidencia Empírica para el departamento del Cauca (Colombia)” Recuperado de: <https://journals.aps.org/prapplied/abstract/10.1103/PhysRevApplied.7.064035>
- Grados, R. y Obregón, A. (2018). “Implementación del ciclo de mejora continua Deming para mejorar la productividad en el área de logística de la empresa de confecciones KUYU S.A.C. Lima - 2016”. Recuperado de: <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/ING/article/view/969>
- Guadarrama, E. y Rosales, E. (2015). “Marketing Relacional: Valor, Satisfacción, Lealtad y Retención del cliente análisis y reflexión teórica”. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/870/87041161004.pdf>
- Gutiérrez (2014). Producción de conocimiento y formación de investigadores. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/sine/n43/n43a12.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación Científica. (6ª ed.). México: Editorial McGraw Hill.
- Hernandez, H., Martinez, D. & Cardona, D. (2015). Process-based approach as a steady strategy for transforming enterprises. Vol. 11, No.1 Págs 141-150.
- Industria acero: Importaciones de China provocan disminución del 6% de la producción nacional (24 de mayo de 2019). *Diario Grupo la República*. Recuperado de: <https://larepublica.pe/economia/1475152-industria-acero-importaciones-china-provocan-disminucion-6-produccion-nacional/>
- Juarez (2017). “Gestión de procesos y Calidad de servicio del área de transporte a nivel ventas del call center Konecta Callao 2017” (tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo
- Lopez, O., García, J. Batte, I. & Cobas, M. (2015). La mejora continua: objetivo determinante para alcanzar la excelencia en instituciones de educación superior. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-28742015000400014

- Maggi (2014). “Propuesta de un modelo de mejora continua en el proceso de transporte, almacenamiento y disposición final del aluminio residual de la empresa Ecuapar en la elaboración de quemadores y planchas freidoras, basados en la integración de las normas ISO 9001 e ISO 14001” (tesis de posgrado). Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador.
- Martínez, C., Corredor, A., y Herazo, G. (2006). Negocios internacionales. Estrategias globales. Colombia: Universidad Santo Tomás.
- Montoya, C. & Boyero, M. (2016). Gestión de recursos humanos en la empresa: un paradigma del siglo XXI. (núm. 8) Vol. 3, Año 3
- Moreno, J. (2014). Publicaciones internacionales. Recuperado de: http://jmoreno.info/v1/?page_id=138
- Moreno, Palomino, Frías & Del Pino. (2015). En torno al concepto de necesidad. Recuperado de: http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1132-12962015000300010
- Parra y Calero (2016). Los mercados turísticos. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/232076631_Los_mercados_turisticos
- Perez, Y. (2016). “La mejora continua de los procesos en una organización fortalecida mediante el uso de herramientas de apoyo a la toma de decisiones” Recuperaod de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5580335>
- Porter, M. (2015). Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior. México: Grupo Editorial Patria.
- Quispe, G. & Ayaviri, V. (2016). Medición de la Satisfacción del Cliente en Organizaciones no Lucrativas de Cooperación al Desarrollo. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5580337>
- Reporte Comercial de Productos Acero (Junio de 2018). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. Recuperado de: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/estadisticas_y_publicaciones/estadisticas/exportaciones/Reporte_Comercial_Acero.pdf

- Rivas, F. (2018). “Cultura de India y los negocios internacionales con el Perú en la empresa Chandrika – Lima -2018” (tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo.
- Rojas, E. y Sanchez, J. (2017). “Relación de la Administración de Recursos Humanos con la calidad de servicio en la Agencia Bancaria MiBanco, Cajamarca, 2017” (tesis de pregrado). Universidad Privado del Norte.
- Samuelson y Nordmaus (2014). Economía. (18° Ed.). Editorial: Mc Graw Hill
- Stanton, W., Etzel, M. y Wlaker, B. (2014). Fundamentos de Marketing (14° ed). Mc Graw Hill
- Sotelo, J. (2016). Motivación y satisfacción laboral del personal de una organización de salud del sector privado. Recuperado de: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-558X2017000400008
- Valero, G. Rodenes, A. y Rueda, M. (2016). La internacionalización de las empresas exportadoras. Estado de la cuestión. Recuperado de: <https://riunet.upv.es/handle/10251/113370>
- Valbuena, N. y Montenegro, Y. (2017). “Tnedencias de investigación en negocios Internacionales (2012 - 2016)”. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4096/409655122003.pdf>
- Vega, E. (2016). “*Análisis del impacto comercial de las barreras no arancelarias en las importaciones de acero inoxidable*” (tesis de pregrado). Universidad Laica Vicente Rocafuente de Guayaquil.

ANEXOS

ANEXO N°1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones/Indicadores	Metodología
<p>P.G: ¿Cómo influye los negocios internacionales en la mejora continua de la empresa?</p> <p>P.E:</p> <p>a) ¿Cómo influye los negocios internacionales en la administración en la empresa?</p> <p>b) ¿Cómo influye los negocios internacionales en los procesos en la empresa?</p> <p>c) ¿Cómo influye los negocios internacionales en el desempeño de la empresa CISER PERU?</p>	<p>O.G: Determinar la relación de los negocios internacionales con la mejora continua de la empresa.</p> <p>O.E</p> <p>a) Determinar cómo se relaciona los negocios internacionales con la administración de la empresa.</p> <p>b) Determinar cómo se relaciona los negocios internacionales con los procesos de la empresa.</p> <p>c) Determinar cómo se relaciona los negocios internacionales con el desempeño de la empresa.</p>	<p>H.G: Los negocios internaciones se relaciona con la mejora continua de la empresa.</p> <p>H.E:</p> <p>a) Los negocios internaciones se relaciona con la administración de la empresa.</p> <p>b) Los negocios internaciones se relaciona con los procesos de la empresa.</p> <p>c) Los negocios internaciones se relaciona con el desempeño de la empresa.</p>	<p>NEGOCIOS INTERNACIONALES</p>	<p><u>COMERCIO INTERNACIONAL</u></p> <p>Importación</p> <p>Exportación</p> <p><u>SERVICIOS</u></p> <p>Interacción con los clientes</p> <p>Necesidades</p> <p><u>VENTAJA COMETITIVA</u></p> <p>Cliente</p> <p>Precio</p> <p>Beneficio</p>	<p><u>Diseño de la investigación</u></p> <p>No experimental – Transversal</p> <p><u>Tipo de Investigación</u></p> <p>Aplicada</p> <p><u>Nivel de Investigación</u></p> <p>Descriptiva – Correlacional</p> <p><u>Población</u></p> <p>50 trabajadores</p> <p><u>Muestra</u></p> <p>30 trabajadores</p>
			<p>MEJORA CONTINUA</p>	<p><u>ADMINISTRACION</u></p> <p>Recursos</p> <p>Objetivos</p> <p><u>PROCESOS</u></p> <p>Crecimiento</p> <p>Satisfacción de los Clientes</p> <p><u>DESEMPENO</u></p> <p>Acciones</p> <p>Organización</p>	

Anexo 1: Matriz de Consistencia

Fuente: Elaboración propia

ANEXO N°3: INSTRUMENTO – CUESTIONARIO

“NEGOCIOS INTERNACIONALES Y LA MEJORA CONTINUA DE LA EMPRESA CISER PERRU”

Lea y conteste con una marca “X” a las afirmaciones en una sola alternativa:

1.-() Totalmente en desacuerdo 2.- () En desacuerdo 3.- () Indeciso 4.- () De acuerdo 5.- () Totalmente de acuerdo

	1.-	2.-	3.-	4.-	5.-
1.- ¿Considera usted que al importar pernos se reduce su costo de venta al público?					
2.- ¿Está de acuerdo que los productos importados cumplen las expectativas de sus clientes?					
3.- ¿Cree usted que las exportaciones generan mayor rentabilidad que las importaciones de la empresa?					
4.- ¿Considera usted que su empresa brinda un servicio de calidad?					
5.- ¿Considera usted que la interacción con los clientes ayuda en la compra de los productos?					
6.- ¿Considera usted que la oferta de sus productos cumple con las necesidades de los clientes?					
7.- ¿Cree usted que la empresa brinda productos de calidad?					
8.- ¿Considera usted que importar pernos representa una ventaja competitiva para su empresa?					
9.- ¿Considera usted que sus clientes están satisfechos con los productos que adquieren?					
10.- ¿Considera usted que los precios son accesibles para la demanda existente?					
11.- ¿Es necesario la innovación de ciertos procesos administrativos para cumplir con los objetivos trazados por la empresa?					
12.- ¿Considera usted que es necesaria una auditoria interna semestral para cada área?					
13.- ¿Cree usted que la empresa está logrando los resultados esperados?					
14.- ¿Cree usted que la demanda de fijadores en acero en el mercado local es muy amplia?					
15.- ¿Considera usted que sus clientes se sienten satisfechos con los productos ofrecidos?					
16.- ¿Está de acuerdo que es necesario la búsqueda de nuevos proveedores para mejorar el desempeño de la empresa a nivel nacional?					
17.- ¿Está de acuerdo que la empresa debería brindar capacitaciones constantemente a los trabajadores?					
18.- ¿La empresa evalúa en nivel de desempeño de sus trabajadores a través de un feedback?					
19.-¿Cree usted que la empresa ha crecido en los últimos 5 años?					
20.- ¿Considera usted que los niveles de inventarios que se maneja para los productos de la empresa son suficientes?					

ANEXO N°3: VALIDACIÓN DEL EXPERTO N°1



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Supervincias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	DIMENSIÓN 1: COMERCIO INTERNACIONAL ¿Considera usted que al importar pemos se reduce su costo de venta al público? ¿Está de acuerdo que los productos importados cumplan las expectativas de sus clientes? ¿Cree usted que las exportaciones generan mayor rentabilidad que las importaciones de la empresa?	✓		✓		✓		
2								
3	DIMENSIÓN 2: SERVICIOS ¿Considera usted que su empresa brinda un servicio de calidad? ¿Considera usted que la interacción con los clientes ayuda en la compra de los productos? ¿Considera usted que la oferta de sus productos cumple con las necesidades de los clientes? ¿Cree usted que la empresa brinda productos de calidad?	✓		✓		✓		
4								
5	DIMENSIÓN 3: VENTAJA COMPETITIVA ¿Considera usted que importar pemos representa una ventaja competitiva para su empresa? ¿Considera usted que sus clientes están satisfechos con los productos que adquieren? ¿Considera usted que los precios son accesibles para la demanda existente?	✓		✓		✓		
6								
7								
8								
9								
10								

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr/Mg: Edgardo Raúl Peralta DNI: 5427987

Especialidad del validador: Administración de Operaciones

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

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 MEJORA CONTINUA

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	DIMENSIÓN 1: ADMINISTRACIÓN ¿Es necesario la innovación de ciertos procesos administrativos para cumplir con los objetivos trazados por la empresa? ¿Considera usted que es necesaria una auditoría interna semestral por cada área?	✓		✓		✓		
2	¿Cree usted que la empresa está logrando los resultados esperados?	✓		✓		✓		
3	DIMENSIÓN 2: PROCESOS ¿Cree usted que la demanda de fijadores en acero en el mercado local es muy amplia? ¿Considera usted que sus clientes se sienten satisfechos con los productos ofrecidos?	✓		✓		✓		
4	¿Está de acuerdo que es necesario la búsqueda de nuevos proveedores para mejorar el desempeño de la empresa a nivel nacional?	✓		✓		✓		
5	DIMENSIÓN 3: DESEMPEÑO ¿Está de acuerdo que la empresa debería brindar capacitaciones constantemente a los trabajadores? ¿La empresa evalúa el nivel de desempeño de sus trabajadores a través de un feedback?	✓		✓		✓		
6	¿Cree usted que la empresa ha crecido en los últimos 5 años? ¿Considera usted que los niveles de inventarios que se maneja para los productos de la empresa son suficientes son razonables?	✓		✓		✓		
7		✓		✓		✓		
8		✓		✓		✓		
9		✓		✓		✓		
10		✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

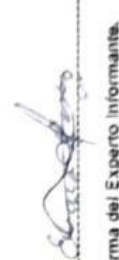
Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [✓] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Mg: Elvina Pong-Ruibal Rosado DNI: 15422987

Especialidad del validador: Administración de la Operación

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

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

Firma del Experto Informante.


ANEXO N°4: VALIDACIÓN DEL EXPERTO N°2



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	DIMENSIÓN 1: COMERCIO INTERNACIONAL ¿Considera usted que al importar pormos se reduce su costo de venta al público?	/		/		/		
2	¿Esta de acuerdo que los productos importados cumplan las expectativas de sus clientes?	/		/		/		
3	¿Cree usted que las exportaciones generan mayor rentabilidad que las importaciones de la empresa?	/		/		/		
4	DIMENSIÓN 2: SERVICIOS ¿Considera usted que su empresa brinda un servicio de calidad?	Si	No	Si	No	Si	No	
5	¿Considera usted que la interacción con los clientes ayuda en la compra de los productos?	/		/		/		
6	¿Considera usted que la oferta de sus productos cumple con las necesidades de los clientes?	/		/		/		
7	¿Cree usted que la empresa brinda productos de calidad?	/		/		/		
8	DIMENSIÓN 3: VENTAJA COMPETITIVA ¿Considera usted que importar pormos representa una ventaja competitiva para su empresa?	Si	No	Si	No	Si	No	
9	¿Considera usted que sus clientes están satisfechos con los productos que adquieren?	/		/		/		
10	¿Considera usted que los precios son accesibles para la demanda existente?	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dni Mg: ABEL SANCHEZ SANCHEZ DNI: 43278972

Especialidad del validador: TECNOLOGIA

de del 20.....

 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 MEJORA CONTINUA

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	DIMENSIÓN 1: ADMINISTRACIÓN ¿Es necesario la innovación de ciertos procesos administrativos para cumplir con los objetivos trazados por la empresa?	/		/		/		
2	¿Considera usted que es necesaria una auditoría interna semestral por cada área?	/		/		/		
3	¿Cree usted que la empresa está logrando los resultados esperados?	/		/		/		
4	DIMENSIÓN 2: PROCESOS ¿Cree usted que la demanda de fijadores en acero en el mercado local es muy amplia?	Si	No	Si	No	Si	No	
5	¿Considera usted que sus clientes se sienten satisfechos con los productos ofrecidos?	/		/		/		
6	¿Esta de acuerdo que es necesario la búsqueda de nuevos proveedores para mejorar el desempeño de la empresa a nivel nacional?	/		/		/		
7	DIMENSIÓN 3: DESEMPEÑO ¿Esta de acuerdo que la empresa debería brindar capacitaciones constantemente a los trabajadores?	Si	No	Si	No	Si	No	
8	¿La empresa evalúa el nivel de desempeño de sus trabajadores a través de un feedback?	/		/		/		
9	¿Cree usted que la empresa ha crecido en los últimos 5 años?	/		/		/		
10	¿Considera usted que los niveles de inventarios que se maneja para los productos de la empresa son suficientes son razonables?	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Mg: JAHÉ ABEI SANCHEZ SANCHEZ DNI: 43578992

Especialidad del validador: PSICÓLOGA

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

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.

AUTORIZACION DE LA EMPRESA

Lima, 05 de noviembre de 2019

Sr:

Miguel Guillermo Mena Felipa

Jefe de Logística Internacional

Presente. -

CARTA DE AUTORIZACIÓN

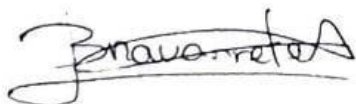
De mi mayor consideración:

Por medio de la presente,

Yo, Astrid Yameli Navarrete Becerra, identificada con DNI: 72188867, me dirijo a usted muy respetuosamente para solicitar la autorización y apoyo para el desarrollo de mi tesis "NEGOCIOS INTERNACIONALES Y LA MEJORA CONTINUA DE LA EMPRESA CISER PERU 2019", que es para optar por el Título Profesional de la Carrera de Negocios Internacionales en la Universidad Privada César Vallejo (UCV) de la Facultad de Ciencias Empresariales, en la que actualmente estoy estudiando.

Con saludos cordiales y a tiempo de agradecerle su atención a esta solicitud, aprovecho la oportunidad para reiterarle mi más alta consideración y estima.

Atentamente,



Navarrete Becerra, Astrid Yameli

DNI: 72188867

MIGUEL G. MENA FELIPA
Jefe de Logística
Compañía H. Carlos Schneider Perú SAC.



Miguel Guillermo Mena Felipa

Jefe de Logística Internacional