



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

La competitividad y el comercio internacional de la agencia OCR
ADUANAS SAC. LIMA– 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

AUTORA:

Astrid Karolina Juana Vela Tejada (ORCID: 0000-0003-1465-4753)

ASESOR:

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

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

CALLAO – PERÚ

2019

Dedicatoria

Ante todo a Dios por todas sus bendiciones y permitirme este gran logro, a mi hermanito Gerardo José quien es mi inspiración, mi hermanita Kassandra, mis abuelitos Gerardo y Juana, mi padre Carlos, quienes son mis ángeles que me guían desde el cielo, a mi Madre Cruz y mi hermanita Jennifer por su gran apoyo moral, motivación y por sacar siempre lo mejor de mi persona.

Agradecimiento

A la universidad César Vallejo por todos los años de aprendizaje, a mi profesor y asesor el Dr. Lessner León Espinoza, por su paciencia y dedicación, a la empresa OCR aduanas, en especial al sr. Marlon Montoya, gracias infinitas por su apoyo y comprensión.

Página del jurado

Declaratoria de autenticidad

Índice

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT	viii
I.INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Realidad problemática	3
1.2. Trabajos previos	5
1.2.1. A nivel internacional:	5
1.2.2. A nivel nacional:	6
1.3. Teorías relacionadas al tema	9
1.3.1. Variable i: competitividad	9
1.3.2. Variable ii: comercio internacional.....	10
1.4. Formulación del problema	11
1.4.1. Problema general	11
1.4.2. Problemas específicos	12
1.5. Justificación del estudio	12
1.6. Hipótesis.....	13
1.6.1. Hipótesis general	13
1.6.2. Hipótesis específicas	13
1.7. Objetivos	13
1.7.1. Objetivo general	13
1.7.2. Objetivos específicos.....	13
II.MÉTODO.....	13
2.1. Diseño de investigación	13
2.1.1. Enfoque de investigación	14
2.1.2. Método de investigación	14
2.1.3. Tipo de investigación.....	14
2.1.4. Nivel de investigación	14
2.2. Variables, operacionalización	14
2.2.1. Operacionalización de variables.....	14
2.2.2 Matriz de operacionalización	20
2.3. Población y muestra	22
2.3.1. Población	22

2.3.2. Unidad de medida	22
2.3.3. Muestra	22
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos validez y confiabilidad	23
2.4.1. Técnica	23
2.4.2. Instrumentos de recolección de datos	24
2.4.3. Validez	24
2.4.4. Confiabilidad	24
2.5. Métodos de análisis de datos	26
2.6. ASpectos éticos	26
III.RESULTADOS.....	27
3.1. Análisis descriptivos.....	27
3.1.1. Resultados de dimensiones.....	27
3.2. Estadística inferencial.....	33
3.2.1. Prueba de normalidad	33
3.3 Prueba de correlacion	35
3.3.1 Prueba de correlacion de hipotesis	35
IV.DISCUSION.....	38
V.CONCLUSIONES.....	43
VI.RECOMENDACIONES.....	44
REFERENCIAS.....	45
ANEXOS	50

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal determinar cómo se relaciona la competitividad y el comercio internacional de la agencia OCR ADUANAS SAC. LIMA- 2019, para lo cual se requirió la búsqueda de fuentes de información para la realización de esta. Así mismo la población de estudio fueron de 40 trabajadores del área de operaciones de comercio exterior en la agencia OCR ADUANAS SAC.; la muestra de estudio está formada por 32 trabajadores del área de operaciones de comercio exterior de la empresa en mención, así mismo de manera de apoyo se consideró como antecedentes tesis nacionales e internacionales, teniendo en cuenta la relación con el tema de investigación.

En esta investigación se empleó como método para la recolección de datos el instrumento de cuestionario con la técnica de encuesta, en la cual estará formado por 20 preguntas en medición de escala de Likert, El tipo de investigación que se utilizó fue aplicada, ya que se utilizó teorías y tesis, el instrumento paso por la verificación y validación de nuestro asesor y adicionalmente dos expertos en el tema, se realizó la encuesta en el distrito de San Miguel, Lima para los trabajadores del área de operaciones de comercio exterior, teniendo en cuenta el resultado del SPSS 24 con un alfa general de Cronbach de 0.950, que representa la confiabilidad y la fiabilidad del instrumento, ya que es muy alto y se adecuara para la aplicación de la muestra realizada.

Palabras claves: Competitividad, Comercio Internacional, Aduanas

ABSTRACT

The main objective of this research work is to determine how the competitiveness and international trade of the OCR ADUANAS SAC agency is related. LIMA- 2019, for which the search for sources of information was required for the realization of this. Likewise, the study population was 40 workers from the area of foreign trade operations in the OCR ADUANAS SAC agency .; The study sample is formed by 32 workers in the area of foreign trade operations of the company in question, also in a supportive way it was considered as national and international thesis background, taking into account the relationship with the research topic.

In this investigation, the questionnaire instrument with the survey technique was used as a method for data collection, in which it will consist of 20 questions in the Likert scale measurement. The type of research that was used was applied, since he used theories and thesis, the instrument went through the verification and validation of our advisor and additionally two experts on the subject, the survey was conducted in the district of San Miguel, Lima for workers in the area of foreign trade operations, taking into account The result of SPSS 24 with a general Cronbach alpha of 0.950, which represents the reliability and reliability of the instrument, since it is very high and will be suitable for the application of the sample taken

Keywords: Competitiveness, International Trade, customs

I.INTRODUCCIÓN

1.1 REALIDAD PROBLEMÁTICA

En plena globalización, donde las negociaciones lideran gran parte de la economía de los países por medio de los procesos, reglamentos y normativa aduanera, pues la tecnología y todos los recursos que se nos brinda en este mundo moderno, se trata de cumplir con la satisfacción del cliente ya sean exportadores o importadores, pero que pertenezcan al comercio internacional, hoy en día muchas empresas trabajan de acorde con sus plazos, tiempos y costos, debido a que para la distribución de la mercancía es fundamental en este mundo aduanero, es por ello, que mientras hallan menos costos, habrá más productividad y más competitividad en el rubro aduanero y de comercio internacional.

Internacional: Chile con su facilitación del comercio y la simplificación de procedimientos aduaneros nos lleva la delantera, debido a la rapidez, fluidez, eficacia y eficiencia en sus procesos administrativos para el comercio internacional, en el 2018 Claudio Sepúlveda, quien es director nacional de la aduana Chilena indico que a medida de garantizar y asegurar la cadena logística se ha implementado a nivel nacional el sistema OEA(operador económico autorizado), Así mismo la competitividad en su rubro aduanero y de comercio internacional entre sus agencias de aduanas, radica en sus procesos aduaneros, tiempos, plazos, atención al cliente y costos, este es el caso de la “Agencia de aduanas Browne” quienes lideran el mercado con la facilitación de los procesos antes descritos en el mercado chileno, teniendo en cuenta que la reducción de los tiempos dará como resultado la reducción de los costos aduaneros.

Nacional: La agencia de aduana Ausa Sac. Lidera los despachos a nivel nacional, siendo considerada una de las mejores agencias en el país, sumándole a esto que cuenta con las certificaciones internacionales de operador económico autorizado (OEA) y BASC, es así como cumple con los estándares de seguridad y al mismo tiempo con las facilidades en el comercio exterior en el tema plazos y procedimientos para ser una gran agencia competitiva en el rubro, cabe recalcar que las agencias aduaneras son las encargadas del ingreso y liberación de las mercancías en los almacenes aduaneros en los diferentes regímenes de comercio internacional.

Sector: El organismo encargado de cubrir, constatar los procedimientos y los regímenes aduaneros de comercio internacional para la seguridad del comercio exterior

es la SUNAT, rigiéndose según la normativa nacional y a la ley aduanera 1053 y sus reglamentos. Con el objetivo de minimizar los tiempos y los costos logísticos relacionados en los procesos de importación y el comercio internacional; para el diario Gestión (2018). Indica que la Sunat ha organizado una campaña en la cual se pueda mejorar los procesos de importación en las agencias de aduanas, incluyendo como medida que exista un personal para cada cliente que pueda ver sus cuentas, para de esta manera agilizar los tiempos, la tramitación y los costos (s/p).

Así mismo para la INEI (2019). Indica mediante sus datos estadísticos en agosto del año en referencia y en una comparación con el año 2018, da a conocer que las exportaciones e importaciones peruanas han descendido en el volumen total exportado de bienes en 5,5%, esto debido a los pocos embarques de los productos tradicionales; en el caso de las importaciones hubo variaciones en el valor FOB de un -1.7%, esto debido a que no se registraron muchas compras de materias primas y/o productos intermedios en los países del exterior, con respecto a los precios de exportación e importación son casi similares al año anterior con 3.4% y 4.6 %. (p.1).

Empresa: La empresa OCR Aduanas en la actualidad se encuentra ubicada en lugar céntrico, debido a las operaciones aduaneras y los diferentes servicios de comercio internacional que brinda a sus clientes, de tal manera destacan los despachos Aéreos y Marítimos, así mismo cuenta con la certificación a nivel internacional (BASC) y actualmente se encuentra postulando para la certificación OEA, de tal manera que pueda competir con las demás empresas que se encuentran en el mismo rubro y que tienen más años de experiencia. Cabe recalcar que la problemática de la empresa si bien es cierto muchas veces se viene generando retrasos en los procesos aduaneros debido a la burocracia existente en Aduanas, ya que OCR tiene poco tiempo en el rubro.

Contraste: La comparación realizada entre las empresas OCR Aduanas; Browne Aduanas y AUSA SAC. Se puede indicar que en las dos últimas agencias de aduana cuentan con las certificaciones internacionales BASC y OEA, por lo cual sus procesos tratan de ser en la medida posible efectivos y eficientes, sumado a eso los años de experiencia que tienen en el rubro y que son empresas grandes que cuentan con personal altamente calificado y con sedes en diferentes lugares, a diferencia de OCR Aduanas que aún no cuenta con la certificación OEA, es una empresa que aún se encuentra en crecimiento, solo tiene una sede en el país, por ende su personal es menor y se tiene a acoplar muchas veces a las preferencias que designa aduanas por la burocracia

impartida, la cual pues genera retrasos en los procesos operativos de aduana, los tiempos, teniendo en cuenta que todo lo que para aduanas es una revisión de rutina, pues muchas veces para el importador y sus representantes (agencias de aduana), es que la mercadería se quede mucho más tiempo de lo planificado en la zona primaria, sobrecostos, algunas veces deterioro o pérdida de las mercancías, lo cual genera menos productividad y minoriza la competitividad de la agencia OCR Aduanas.

Debido a esto, y a las diferentes problemáticas que existe constantemente en nuestros puertos y almacenes del Callao, para cumplir apropiadamente los procesos de comercio internacional, el presente trabajo de investigación, pretende establecer cómo se relaciona la Competitividad y el comercio Internacional de la agencia OCR Aduanas Sac. Lima- 2019.

1.2. TRABAJOS PREVIOS

En esta profunda investigación, se halló que existen estudios probables del tema a tratar, los cuales van a ser indicados a continuación:

1.2.1. A NIVEL INTERNACIONAL:

Perusquia y Ahumada (2015). En la investigación “Inteligencia de Negocios: estrategia para el desarrollo de competitividad en empresas de base tecnológica”. realizada en la universidad Autónoma de baja california - México, se presenta como objetivo principal analizar y encontrar la relación de los sistemas de información, las acciones para la innovación y procedimientos para la toma de decisiones para el incremento de negocios y de competitividad desde el enfoque de la gestión del conocimiento en las empresas del sector de tecnologías de información en Tijuana, B.C, La metodología usada fue de enfoque cuantitativo, diseño no experimental – transversal, enfoque descriptivo, nivel correlacional, la población fue de 161 empresas reportadas por el estudio realizado por producen en el 2007 y 2008 y muestra usada fue de 67 empresas, La técnica utilizada fue de recolección de datos y el instrumento cuestionario; los resultados de la prueba de correlación Rho spearman indican un 0.720 con una significancia de 0.000, lo cual indica la existencia de una correlación, el autor concluye su investigación indicando que el personal colaborador en conjunto con las tecnologías de la empresa forman en conjunto una buena estrategia para los negocios y complementan los procesos para la competitividad de las empresas, indicando que con el buen uso de ambas la organización puede llegar al éxito.

Pérez y Pizarro (2016). En su artículo científico “Competitividad en las Organizaciones: las Mipymes del sector manufacturero en Sincelejo, Sucre – Colombia”, en un estudio realizado en la universidad Antonio José de la Sucre – Colombia, se presenta como objetivo general es Evaluar algunos aspectos de la competitividad de las empresas manufactureras en el municipio de Sincelejo. La metodología usada fue de enfoque cuantitativo, diseño no experimental – transversal, enfoque descriptivo, nivel correlacional, la población fue de 509 compañías y la muestra fue de 142 empresas que contaban con datos estadísticos aceptables, La técnica utilizada fue de recolección de datos y el instrumento cuestionario; los resultados de la prueba de correlación de Pearson indican un 0.912 con una significancia de 0.000, lo cual indica la existencia de correlación que se encuentra entre ambas variables, , el autor concluye su investigación indicando que muchas de las empresas de Sincelejo no cumplen con estrategias organizacionales, de tal manera que se tiene que generar capacitaciones a los empresarios para que su productividad competitiva sea sostenible, así mismo un mejor uso de las Tics para que mejoren sus servicios y funciones como organizaciones.

Molina, Pérez, Lizárraga, Larrañaga (2018). En su investigación “Análisis de Calidad de vida laboral y competitividad en empresas de servicio turístico”, estudio en la universidad de Occidente, Mazatlán – México, tiene como objetivo analizar la influencia de la calidad de vida laboral y el constructo de la competitividad en las empresas de sector turístico, tuvo enfoque cuantitativo, diseño no experimental – transversal, nivel correlacional, la población fue de 205 trabajadores, la muestra aleatoria fue por 66 trabajadores, de la cual se descartaron 8 cuestionarios y quedaron 58 cuestionarios factibles para la investigación, la técnica fue la recolección de datos, los resultados en correlación de Pearson fue de 0.830 con una significancia de 0.011, el autor concluye indicando que al analizar la calidad de vida laboral y la competitividad ambas variables contienen relación, indicando de esta manera que las empresas buscan satisfacer las necesidades de sus colaboradores, considerando de esta manera una competitividad con otras empresas en el mismo rubro.

1.2.2. A NIVEL NACIONAL:

Alcántara (2019). Con sus tesis “Estrategias Competitivas y Satisfacción del cliente del operador logístico New Transport, 2018” en su estudio realizado en la universidad nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - Perú (Tesis para obtener el título profesional de licenciado en negocios internacionales). Se presenta como objetivo

general determinar la influencia entre las estrategias competitivas y la satisfacción del cliente del operador New Transport, 2018. La metodología de la investigación es de Tipo aplicada, Diseño no experimental - transversal, nivel de investigación correlacional, método hipotético deductivo, la población fue de 130 colaboradores y 125 clientes del operador logístico New Transport, la muestra fue de 56 colaboradores y 54 clientes, como instrumento se utilizó el cuestionario, la técnica utilizada fue de recolección de datos mediante la escala de Likert, los resultados de la prueba de correlación Rho de Spearman fue de 0.838 con una significancia de 0.00, la cual indica que es menor a ($p < 0.05$); la autora concluye indicando que debido a los resultados existentes en la investigación y teniendo en cuenta la correlación positiva se demuestra que existe influencia entre ambas variables.

Huamán (2018). Con sus tesis “Comportamiento Organizacional y Productividad de los Colaboradores en la empresa Constructora CMP Contratistas Generales E.I.R.L. Ucayali 218” en su estudio realizado en la universidad Privada Telesup Lima – Perú (Tesis para licenciado en Administración, Finanzas y Negocios Globales). Se presenta como objetivo general Determinar la relación que existe entre comportamiento organizacional y productividad de los colaboradores en la empresa Constructora CMP Contratistas Generales EIRL, Ucayali. 2018; La metodología utilizada fue de enfoque cuantitativo, cuyo tipo de investigación es aplicada y se ubica en el nivel descriptivo y correlacional. El diseño de la investigación es no experimental transversal correlacional, la población y muestra estuvo conformada por 45 colaboradores de la empresa en mención, como instrumento se utilizó el cuestionario, la técnica utilizada fue de recolección de datos, los resultados de la prueba de correlación Rho de Spearman fue de 0.955 con una significancia de 0.00, la cual indica que es menor a ($p < 0.05$); el autor concluye indicando que existe una relación muy significativa entre el comportamiento organizacional y la productividad de los colaboradores en la empresa Constructora CMP Contratistas Generales E.I.R.L., Ucayali. 2018.

Gómez (2018). Con su tesis “Análisis de la relación entre los costos Logísticos adicionales y el costo de importación de la empresa best security del Perú s.a.c. 2016-2017” en su estudio realizado en la universidad San Martín – Lima – Perú (Tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración de Negocios Internacionales). Se presenta como objetivo buscar la relación del costo de importación

y los costos logísticos adicionales de la empresa best security del Perú s.a.c. durante el periodo 2016-2017. , La metodología de la investigación es de Tipo aplicada, Diseño no experimental - transversal, nivel de investigación descriptiva y correlacional, método hipotético deductivo, como instrumento se utilizó el cuestionario, la técnica utilizada fue de recolección de datos, la población de estudio está compuesta por 10 Mypes, de las cuales solo se requirió a la empresa BEST SECURITY DEL PERU S.A.C, de tal manera que la muestra fue de 119 importaciones del periodo 2016-2017, donde como muestra total se utilizaron a solo 43 importaciones, Los resultados de la investigación indica que el coeficiente de correlación spearman Rho es de 0.928 con una significancia de 0.000 estableciéndose un nivel de correlación bueno, de tal manera que se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna. El autor concluye su estudio indicando que existe una relación altamente significativa entre ambas variables principales y la hipótesis general con las hipótesis específicas.

García (2018). Con su artículo científico “La planificación estratégica y la competitividad en la empresa Emitec sac, los olivos 2018”, estudio realizado en la universidad Cesar Vallejo Lima – Perú (Tesis para título profesional de licenciado en Administración). Se presenta como objetivo determinar la relación que existe entre ambas variables dentro de la empresa Emitec Sac, Los Olivos 2018, La metodología de la investigación es de Tipo aplicada, Diseño no experimental - transversal, nivel de investigación descriptiva y correlacional, método hipotético deductivo, como instrumento se utilizó el cuestionario, la técnica utilizada fue de recolección de datos, la población de estudio está compuesta por 70 trabajadores de la empresa Emitec Sac. Los Olivos 2018, la muestra realizada fue de 70 trabajadores que es el mismo total de la población total. Los resultados de la investigación indican que el coeficiente de correlación spearman es de 0,900 lo cual resulta muy alto, así mismo con un nivel de significancia de 0.000 la cual indica que es menor a ($p < 0.05$); indicando así que Finalmente se demostró que las dos variables, planificación estratégica y la competitividad tienen una relación. El autor concluye su investigación indicando que se ha cumplido con el objetivo general y de determinar la relación existente de cada una de las hipótesis específicas.

Gonzales (2017). Con su tesis “Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en la Empresa Comercializadora de Madera Arbolito s.a.c. Chiclayo – 2016”, en su estudio

realizado en la universidad Señor de Sipán, Pimentel – Perú (Tesis para título profesional de licenciado en Administración). Se presenta como propósito general buscar la relación entre ambas variables en la empresa comercializadora de madera Arbolito S.A.C., La metodología de la investigación es de Tipo aplicada, Diseño no experimental - transversal, nivel de investigación descriptiva y correlacional, método hipotético deductivo, la población fue de 133 clientes, teniendo como muestra 98 clientes, como instrumento se utilizó el cuestionario, la técnica utilizada fue de recolección de datos, Los resultados de la investigación indica que el coeficiente de correlación spearman Rho es de 0.859 con una significancia de 0.000, la cual indica que es menor a ($p < 0.05$); el autor concluye indicando que debido a los resultados indicados, existe una relación positiva entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa comercializadora de madera Arbolito S.A.C.

1.3. TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA

1.3.1. VARIABLE I: COMPETITIVIDAD

Según Buckley, Pass y Prescott (1988); Chikan, (2008); Momaya, (1998), citado por Liu, C. (2017) sostiene que: La competitividad está basada en la productividad, la venta de productos o servicios donde influyen los costos bajos que brinda cada empresa de los diferentes sectores a los mercados, ya sean nacionales o internacionales, con la finalidad de satisfacer al cliente y brindar trabajo a su sociedad (p. 116).

Según Zagoršekova, Ciefova y Cambalikoba (2017).Definen que: La competitividad son las cualidades de cada empresa utilizadas como ventaja ante las demás del mismo sector, caracterizándose por tener una buena **productividad, calidad**, dado que todos los procesos sean influidos por los bajos **costos** que la empresas pueda brindar a sus clientes o consumidores (p.2409).

Según Rubio y Baz (2015). Indican que: La competitividad de las empresas se basan en los productos o servicios, la eficiencia, la calidad y los costos que se brindan al consumidor o cliente para de esta manera tener una mayor productividad económica (p.8).

Según Berumen (2006), citado por Meraz (2014). Sostiene que: La competitividad de las empresas influye en los costos que estas brindan a los clientes o consumidores, la calidad, la tecnología usada, la eficiencia y la capacitación de sus trabajadores (p.94).

Comentario: Tal como se puede notar, los autores nombrados líneas arriba, definen la competitividad con un mismo concepto, se ha tenido en cuenta en este caso a los autores Zagoršekova, Ciefova y Cambalikoba, ya que indican que para la competitividad es necesario que la empresa u organización tenga una buena productividad, brinde una buena calidad, y lo principal para el mercado y que siempre genera una gran competencia en la gran mayoría de los casos son los costos o también conocido como precio, que por lo general debe ser bajo o mantenerse de acuerdo al mercado, es así como se ha definido las dimensiones para este proyecto de investigación con la primera variable de competitividad.

- **Teoría de la ventaja competitiva según Porter**

Para López y Pontet (2011), citado por Apodaca, Maldonado, Máynez (2016). Indican que la ventaja competitiva son las características que tienen las diferentes empresas basados en sus recursos y que se distinguen de las demás, de tal manera que le permite obtener ventaja sobre las demás, se debe de tener en cuenta que son consideradas como ventajas la ubicación, el servicio que se brinda, la innovación de los productos, la calidad, ya que eso es lo que diferenciara a una empresa de las demás (p.70).

1.3.2. VARIABLE II: COMERCIO INTERNACIONAL

Según Urrosolo y Martínez (2018) Indican que: el comercio internacional se fundamenta en la compra y venta de mercancías o productos entre diferentes países, de tal manera que se genera la salida de mercancías de un país origen en la cual el proceso se define como el régimen de exportación, así mismo, el ingreso de mercancías a un país determinado bajo el régimen de importación, teniendo en cuenta que la nacionalidad de los comerciantes o dueños de las mercancías no interviene para la entrada o salida del país de dichos productos (p.2).

Para Canta, Casabella, Conde, Cordiano, Torres y Roselló (2015). Indica que: es el intercambio de bienes y servicios entre diferentes países, utilizando medios

administrativos, legislativos, monetarios y bancarios, así mismo es un proceso que beneficia la economía del país (p.11-12)

Para González, Martínez, Otero (2014). Sostiene que: Es la actividad económica que involucra a varios países, mediante intercambios internacionales a nivel mundial, y regido mediante las leyes y normas de cada uno de los países, así mismo el comercio exterior se rige por la actividad que hay dentro del territorio aduanero, teniendo las barreras arancelarias de cada país (p. 22-23)

Según Orlavicién y Mantas (2017) indican que: Es una **actividad económica** muy antigua que en la actualidad se ha vuelto muy fundamental para los diferentes países del mundo, se basa en los **intercambios de bienes** y servicios entre diferentes países, teniendo en cuenta que son reguladas por las **normas internacionales o acuerdos bilaterales** entre los diferentes países para la eliminación de las barreras arancelarias. (p.244).

Comentario: Tal como se puede notar, los autores nombrados líneas arriba, definen el comercio internacional con un mismo concepto, se ha tenido en cuenta en este caso a los autores Orlavicién y Mantas, ya que indican con más amplitud que el comercio internacional es necesario y requerido para diferentes países, ya que es un método para erradicar la pobreza de diferentes países en el mundo, es por ello que se ha utilizado como dimensiones actividad económica, intercambios de bienes y normas internacionales o acuerdos bilaterales tal como se definirá líneas abajo.

- **Teoría de la ventaja absoluta según Adam Smith**

Para Smith (1776) citado por Canta, Casabella, Conde, Cordiano, Torres y Roselló (2015), indican que: Los países deberían especializarse en la producción de las mercaderías en la cual mantengan la ventaja absoluta, para de esta manera luego intercambiarla con otros países que tengan la necesidad de ello, y ambos países puedan salir beneficiados, teniendo en cuenta la mejora económica, política y social que esto influye (p. 14-15)

1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.4.1. PROBLEMA GENERAL

- ¿Cómo se relaciona la competitividad y el comercio internacional de la agencia OCR Aduanas Sac. Lima -2019?

1.4.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- ¿Cómo se relaciona la productividad y el comercio internacional de la agencia OCR aduanas Sac. Lima -2019?
- ¿Cómo se relacionan los costos y el comercio internacional de la agencia OCR aduanas Sac. Lima -2019?
- ¿Cómo se relaciona la calidad y el comercio internacional de la agencia OCR aduanas Sac. Lima -2019?

1.5. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014). Indican que normalmente corresponde de justificar una investigación, debido a que en un futuro se pueda definir para propósitos sociales, académicos o en la aplicación de nuevas teorías (p. 40).

Teórico: El porqué de este trabajo, es conocer la correlación de la competitividad y el comercio internacional de la agencia en mención, mediante la práctica de las teorías relacionadas al tema que se está tratando y de las definiciones básicas de ambas variables, también de este modo se podrá establecer las explicaciones necesarias de esta investigación que nos permitirán contrastar y diferenciar la realidad impactada en las operaciones de la agencia de aduanas OCR aduanas Sac.

Metodológico: Para lograr los propósitos del presente trabajo, se aplicó un método de medida para la variable 1 “competitividad” y de la variable 2 “comercio internacional”. Ya una vez ejecutado el instrumento de medición que estuvo formado por 20 preguntas en escala de Likert, esos resultados fueron examinados a través de software de análisis estadístico SPSS, a través de él se consiguió calcular el nivel de confiabilidad de cada pregunta mediante el alfa de Cronbach, para posteriormente analizar e interpretar los datos estadísticos alcanzados por cada pregunta.

Práctico: Dicha investigación, tiene como finalidad investigar la correlación que tienen las variables de la competitividad y el comercio internacional de la Agencia OCR Aduanas Sac. Lima -2019 teniendo en cuenta que en el rubro aduanero existen muchas empresas que prestan los mismos servicios, así mismo tener en cuenta la evaluación de los procesos en mención.

Social: El motivo de este trabajo tiene como proyección social demostrar la correlación de la competitividad y el comercio internacional de la Agencia OCR Aduanas Sac. . Lima -2019. Asimismo, que esta investigación sirva como fuente teórica y de antecedentes en un futuro para la sociedad estudiantil.

Conveniencia: Esta investigación difundirá la competitividad y problemática que existe en el comercio internacional, poniéndose en práctica no solo en la agencia OCR aduanas, sino que a su vez, también servirá como proyección para empresas del mismo rubro y que cuenten con la misma problemática de la empresa en mención, debido que se busca la correlación de ambas variables para cubrir las deficiencias.

1.6. HIPÓTESIS

1.6.1. HIPÓTESIS GENERAL

- La competitividad se relaciona significativamente con el comercio internacional de la agencia OCR aduanas SAC. . Lima -2019

1.6.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- La productividad se relaciona significativamente con el comercio internacional de la agencia OCR aduanas Sac. . Lima -2019
- Los costos se relaciona significativamente con el comercio internacional de la agencia OCR aduanas Sac. . Lima -2019
- La calidad se relaciona significativamente con el comercio internacional de la agencia OCR aduanas Sac. . Lima -2019

1.7. OBJETIVOS

1.7.1. OBJETIVO GENERAL

- Determinar cómo se relaciona la competitividad con el comercio internacional de la agencia OCR Aduanas Sac. . Lima -2019

1.7.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar cómo se relaciona la productividad y el comercio internacional de la agencia OCR aduanas Sac. . Lima -2019
- Determinar cómo se relaciona los costos y el comercio internacional de la agencia OCR aduanas Sac. . Lima -2019
- Determinar cómo se relaciona la calidad y el comercio internacional de la agencia OCR aduanas Sac. . Lima -2019

II.METODO

2.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Se utilizó el diseño **NO EXPERIMENTAL - TRANSVERSAL** ya que:

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014). Indica que el diseño **no experimental** se trata de no cambiar las variables de estudio para ver los efectos de una sobre la otra, simplemente se analiza de manera natural para ver los resultados posteriores (p.149)

Hernández et al. (2014). sostiene que la investigación **transversal** es la recolección de datos para la investigación para un momento específico. De tal manera que explica ambas variables y busca la relación de estas (p. 151).

2.1.1. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

El enfoque utilizado fue **CUANTITATIVO** ya que según Hernández, Fernández y Baptista (2014). Indica que se utiliza para la recaudación de datos, cálculos numéricos y estadísticos para la comprobación de hipótesis de tal manera que podamos manifestar las teorías (p.4).

2.1.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El procedimiento utilizado es **HIPOTÉTICO DEDUCTIVO**. Rodríguez y Pérez (2017). Indica que las hipótesis son deducciones y predicciones basadas en las normas y reglas literarias, se utiliza para las verificaciones en trabajos de investigación (p.12). De tal manera que en la investigación se consideran hipótesis que mediante este método pueden ser afirmadas o cuestionadas.

2.1.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Se utilizó un estudio de tipo **APLICADA** ya que según: Calduch (2014). Indica que se utiliza esta técnica para aplicar los conocimientos teóricos en una investigación y de esta manera poder solucionar los problemas o dudas (p.19).

2.1.4. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Se hizo uso de un nivel **CORRELACIONAL** para la actual investigación. Así puesto que lo señala Hernández, Fernández y Baptista (2014). Indica que esta técnica se utiliza para encontrar la relación o la asociación entre dos o más variables en una investigación (p.93).

2.2. VARIABLES, OPERACIONALIZACIÓN

El actual trabajo de exploración tiene las variables “Competitividad” y “Comercio Internacional” que se definirán a continuación

2.2.1. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

a) Definición de Competitividad

- **Definición conceptual**

Según Zagoršekova, Ciefova y Cambalikoba (2017).Definen que: La competitividad son las cualidades de cada empresa utilizadas como ventaja ante las demás del mismo sector, caracterizándose por tener una buena **productividad, calidad**, dado que todos los procesos sean influidos por los bajos **costos** que la empresas pueda brindar a sus clientes o consumidores (p.2409).

➤ **Dimensión Productividad**

Para Nemur, L. (2016). Indica que: es la **capacidad de producción** de bienes o servicios, utilizando los **recursos** a los cuales la empresa u organización tenga acceso ya sean naturales, administrativos o técnicos y sobre eso tener un objetivo o una finalidad, teniendo como objetivo las ganancias (p.3).

Indicadores

○ **Capacidad de producción**

Para Londoño (2014). Indica que cuando se habla del término en referencia, pues se tiene en cuenta la cantidad, el volumen, el tamaño, la dimensión y la amplitud de productos o servicios que la empresa brinda o puede brindar al mercado, la capacidad de producción abarca demasiado los procesos y todo lo que se utiliza para llegar al producto final, teniendo en cuenta la planificación y proyección (s/p).

○ **Recursos**

Para Gonzales y Muller (2015). Indican que: los recursos de una empresa pueden ser naturales, administrativos, tecnológicos, así mismo se toman en cuenta el personal o la mano de obra, los materiales y equipos que hay dentro de las instalaciones y que ayudaran a tener una buena productividad; por otro lado si el equipo con el que cuenta la empresa y la organización es deficiente, pues no habrá productividad (p.211-223)

➤ **Dimensión Costos**

Según Kazimirova, Busa y Puskas (2015). Indica que: Desde el punto de vista empresarial el autor se refiere a que son los gastos que la empresa realiza para obtener resultados positivos en el servicio otorgado al cliente, es así como se atribuye a los **salarios** o remuneraciones otorgados al personal de la empresa por el apoyo y servicios prestados y las **ventas** realizadas en favor de la empresa (p.2).

Indicadores

○ **Salarios**

Según Lacalle (2016). Sostiene que: Son los pagos o remuneraciones otorgados al personal de la empresa por los servicios realizados, teniendo en cuenta los días de descanso (p.206)

○ **Ventas**

Según Escudero (2016). Indica que: Es la transferencia de bienes o servicios a cambio de un valor monetario, de tal manera que esto pueda llevar a una economía positiva a la empresa (p.8).

➤ **Dimensión Calidad**

Según Marquardt, Olaru y Ceausu (2017) indican que: Es la cualidad o el conjunto de características que tiene un producto o servicio brindado por una empresa, de tal manera que sea **eficiente**, sea **innovador** y en cortos periodos de **tiempo** para la satisfacción del cliente o consumidor (p.96-97).

Indicadores

○ **Eficiencia**

Para Mykhailenko (2018). Define que: Es un término muy usado a nivel empresarial debido a que la mayoría de empresas e industrias de los diferentes sectores lo definen como la efectividad en sus procesos, así mismo como la capacidad de llegar a los objetivos planteados por la empresa, teniendo en cuenta la productividad y la prosperidad de la empresa (p.161-162).

○ **Tiempo**

Para Rodés (2014). Indica que: el tiempo en una empresa es fundamental, debido a que en las negociaciones todo se basa en plazos y contratos a corto plazo, ya sea para pagos, obligaciones de entrega de productos o hasta en los servicios, ya sean cotizaciones, teniendo en cuenta que la productividad, mientras mas cantidad en menos tiempo, a un mejor precio, va dar como resultado una buena competitividad y mejor rentabilidad empresarial, en una empresa el tiempo es algo realmente importante en las diferentes áreas de la compañía, teniendo en cuenta las responsabilidades de cada sector (p.192).

○ **Innovación**

Para Cerveron, Ybarra, Estrada, Santa María, Giner y Fuster (2016). Indican que: El bien o servicio brindado al cliente tiene que tener un valor agregado o una combinación de conocimientos, estrategias, y técnicas tecnológicas donde el cliente es la época actual y moderna pueda tener una gran orientación al mercado, haciendo uso del marketing como innovación (p. 45-51)

○ **Satisfacción al Cliente**

Según Campiña y Fernández (2016). Sostienen que: en la actualidad la satisfacción ha dejado de formar parte solo del Marketing para convertirse en un objetivo fundamental de la empresa, teniendo en cuenta que es el consumidor, cliente o usuario quien regresara, difundirá la atención y el producto a otras personas, por último, el cliente es la fuente principal ante la competitividad (p.122 -123)

b) Definición de Comercio Internacional

• **Definición conceptual**

Según Orlavicién y Mantas (2017) indican que es una **actividad económica** muy antigua que en la actualidad se ha vuelto muy fundamental para los diferentes países del mundo, se basa en los **intercambios de bienes** y servicios entre diferentes países, teniendo en cuenta que son reguladas por las **normas internacionales o acuerdos bilaterales** entre los diferentes países para la eliminación de las barreras arancelarias. (p.244).

➤ **Dimensión actividad económica**

Para Sánchez y Pérez (2015). Indican que: En la actualidad la actividad económica está basada en el **emprendimiento** o en la búsqueda de una oportunidad de negocio, ya que las que promueven los negocios con el exterior es el estado o **gobierno** mediante las **empresas** nacionales, teniendo en cuenta que sus procesos o funciones, sus recursos y lo que es utilizado para la transformación en sus actividades para un buen resultado económico (p. 38-39).

○ **Emprendimiento**

Para Pelayo y Rodríguez (2015). Indican que el emprendedor y el emprendimiento se basan en la creatividad y personalidad de las personas, así mismo en la capacidad de comunicación que brinda a los demás, pero además de ello, estas personas saben cómo hacer uso de los recursos que tienen a su alcance, de tal manera que puedan hacer un negocio prospero (p.171).

- **Gobierno**

Para Romero, R. (2016). Indica que: las empresas o negocios nacionales en el país no podrían ser efectivos si que esta organización no estuviera involucrada, debido a que es la que determina los procesos, las leyes y los decretos, en conjunto con otras entidades.

Si tenemos en cuenta las actividades de comercio internacional, pues tampoco se podrían lograr si no fuera con la intervención del gobierno, teniendo en cuenta los reglamentos y la implementación y los acuerdos con otros países.

- **Empresa**

Según Massimo (2016). Indica que: El término en mención es una entidad que mediante diferentes medios y recursos brinda y proporciona bienes y servicios, de esta manera genera productividad laboral, económica y financiera, a su vez indica que está compuesto por elementos tangibles e intangibles para generar beneficios y cubrir las insuficiencias del mercado y de los clientes (s/p).

- **Dimensión intercambio de bienes**

Para Canta, Casabella, Conde, Cordiano, Torres, Roselló (2014). Indica que: El intercambio de bienes y servicios se da entre dos o más países, llamados también como el régimen de **importación y exportación**, teniendo en cuenta el **transporte** internacional para la distribución de los bienes y regidos bajo la legislación aduanera.(p.9).

Indicadores

- **Exportación**

Para Inegi (2011), citado por Galindo y Viridiana (2015), indica que: son el intercambio de bienes y servicios o una transferencia de bienes, así mismo se reconoce como un beneficio para el país, para el cálculo de las exportaciones se toma en cuenta lo que se utilizó para el proceso incluido lo del producto terminado (p.2).

- **Importación**

Para Sunat (s.f). Indica que: Permite el ingreso de las mercancías, bajo el pago de los derechos arancelarios, impuestos, recargos, multas y después de haber pasado los canales de control, teniendo en cuenta que aduanas después de haber revisado los documentos o haber aforado la mercancía dará el levante electrónico autorizado (p.1).

- **Transporte**

Según Cabello M. y Cabello J. (2014) indican que: El transporte internacional se deriva en marítimo y aéreo, teniendo en cuenta que los despachos de comercio exterior son

más viables por el transporte marítimo, sumado a eso los costos elevados de fletes que muchas veces no facilitan al comercio internacional, en algunos casos se conoce como transporte directo, debido a que las naves o buques no hacen recaladas, solo van del país de origen al país de destino, así mismo los costos de fletes de transporte son influenciados por los incoerms que son los términos de negociación en el comercio internacional (p.127).

➤ **Dimensión normas y acuerdos bilaterales**

Para Ministerio de Asuntos Exteriores, unión Europea (S/F). Indica que: es un acuerdo jurídico internacional llevado a cabo por mutuo acuerdo entre varios países, teniendo en cuenta que dichos acuerdos a tratar son regidos por el derecho internacional, acuerdos para el cuidado del medio ambiente, y acuerdos reglamentarios del **arancel** de aduanas a cargo de la ONU pero regidos por la ley de cada país (párr.1).

Indicadores

○ **Derechos Arancelarios**

Según Gonzales (2014). Indica que: Dicho termino es conocido como una barrera arancelaria, debido a que muchas veces a hecho justa la labor comercial que tiene del comercio justo, aunque muchas veces ha formado un obstáculo para el comercio internacional, ya que debido a las restricciones de diferentes productos, muchas veces las mercancías no han tenido el acceso al país de destino, se debe decir que los aranceles son codificaciones aduaneras las cuales se clasifican por composición, materia prima y la elaboración, normalmente viene ligado al ad/ valoren (impuesto aduanero) (p.138).

2.2.2 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

Variab les	Definición conceptual	Definición operacio nal	Dimensi ones		Indicadores	Escala de medición
VARIABLE I COMPE TITIVI DAD	Según Zagoršekova, Ciefova y Cambalikoba (2017). Definen que: La competitividad son las cualidades de cada empresa utilizadas como ventaja ante las demás del mismo sector, caracterizándose por tener una buena productividad, calidad, dado que todos los procesos sean influidos por los bajos costos que la empresas pueda brindar a sus clientes o consumidores (p.2409).	La variable independiente se mide a través de un cuestionario que contiene xxx ítems, donde se tiene en cuenta los indicadores para la realización de ello.	PRODUC TIVIDAD	Para Nemur, L. (2016). Indica que: es la capacidad de producción de bienes o servicios, utilizando los recursos a los cuales la empresa u organización tenga acceso ya sean naturales, administrativos o técnicos y sobre eso tener un objetivo o una finalidad, teniendo como objetivo las ganancias (p.2).	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	Según Fernández, Hernández y Bautista (2014). Ordinal porque tiene un orden de mayor a menor jerarquía(p. 215) Intervalos porque las escalas de actitudes no son intervalos, pero los investigadores lo usan porque se acerca a este nivel y se trata como tal (p.216).
					RECURSOS	
			COSTOS	Según Kazimirova, Busa y Puskas (2015). Indica que: Desde el punto de vista empresarial el autor se refiere a que son los gastos que la empresa realiza para obtener resultados positivos en el servicio otorgado al cliente, es así como se atribuye a los salarios o remuneraciones otorgados al personal de la empresa por el apoyo y servicios prestados y las ventas realizadas en favor de la empresa (p.2).	SALARIOS	
					VENTAS	
			CALIDAD	Según Marquardt, Olaru y Ceausu (2017) indican que: Es la cualidad o el conjunto de características que tiene un producto o servicio brindado por una empresa, de tal manera que sea eficiente, sea innovador y en cortos periodos de tiempo para la satisfacción del cliente o consumidor (p.96-97).	EFICIENCIA	
					TIEMPO	
					INNOVACIÓN	
					SATISFACCIÓN AL CLIENTE	

Variab les	Definición conceptual	Definición operacio nal	Dimensio nes		Indicadores	Escala de medición
VARIA BLE II COMER CIO INTER NACIONAL	Según Orlavicién y Mantas (2017) indican que: El comercio internacional es una actividad económica muy antigua que en la actualidad se ha vuelto muy fundamental para los diferentes países del mundo, se basa en los intercambios de bienes y servicios entre diferentes países, teniendo en cuenta que son reguladas por las normas internacionales o acuerdos entre los diferentes países para la eliminación de las barreras arancelarias. (p.244).	La variable independiente se mide a través de un cuestionario que contiene xxx ítems, donde se tiene en cuenta los indicadores para la realización de ello.	ACTIVIDAD ECONÓMICA	Para Sánchez y Pérez (2015). Indican que: En la actualidad la actividad económica está basada en el emprendimiento o en la búsqueda de una oportunidad de negocio, ya que las que promueven los negocios con el exterior es el estado o gobierno mediante las empresas nacionales, teniendo en cuenta que sus procesos o funciones, sus recursos y lo que es utilizado para la transformación en sus actividades para un buen resultado económico (p. 38-39).	EMPRENDIMIENTO	Según Fernández, Hernández y Bautista (2014). Ordinal porque tiene un orden de mayor a menor jerarquía(p. 215) Intervalos porque las escalas de actitudes no son intervalos, pero los investigadores lo usan porque se acerca a este nivel y se trata como tal (p.216).
					GOBIERNO	
					EMPRESA	
			INTERCAMBIO DE BIENES.	Para Canta, Casabella, Conde, Cordiano, Torres, Roselló (2014). Indica que: El intercambio de bienes y servicios se da entre dos o más países, llamados también como el régimen de importación y exportación, teniendo en cuenta el transporte internacional para la distribución de los bienes y regidos bajo la legislación aduanera.(p.9).	EXPORTACIÓN	
					IMPORTACIÓN	
					TRANSPORTE	
			NORMAS Y ACUERDOS BILATERALES	Para Ministerio de Asuntos Exteriores, unión Europea (S/F). Indica que: es un acuerdo jurídico internacional llevado a cabo por mutuo acuerdo entre varios países, teniendo en cuenta que dichos acuerdos a tratar son regidos por el derecho internacional, acuerdos para el cuidado del medio ambiente, y acuerdos reglamentarios del arancel de aduanas a cargo de la ONU pero regidos por la ley de cada país (párr.1).	DERECHOS ARANCELARIOS	

2.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.3.1. POBLACIÓN

Para Bernal (2016), indica que está constituida por las unidades que cumplen con las características para la investigación o muestreo (p. 161).

Se decidió por muchos motivos, realizar el siguiente estudio en la Cal. Contisuyo Nro. 299 Int. 402, urb. Maranga Et. Cuatro, San Miguel, Lima, Perú, ya que, es ahí donde se encuentra localizado la oficina operativa de la empresa OCR ADUANAS SAC.

Se tendrá en cuenta que la población está constituida por 40 trabajadores del área de operaciones de la agencia de aduanas OCR ADUANAS SAC.

2.3.2. UNIDAD DE MEDIDA

Para Baptista P. (2014), define que es una parte de la población que cumple con las características para la investigación (p. 175).

Nuestra unidad de medida utilizada es un nivel de medición Razón, ya que nuestro objetivo son las personas del área de operaciones, teniendo en cuenta que se define por ser mixto (hombres y mujeres), así mismo se tomó en cuenta un promedio de edad desde los 20 años hasta los 55 años, de tal manera que se analizó la perspectiva de cada uno según el cuestionario realizado, teniendo en cuenta que se tomó solo 34 unidades para la muestra.

2.3.3. MUESTRA

El modelo usado fue **PROBABILÍSTICO ALEATORIO SIMPLE**, así como lo define Hernández (2014). Indica que todos los factores tiene la misma probabilidad de selección, teniendo en cuenta que en este caso se toma a muestra de forma aleatoria (p.175).

Para el muestreo se usara la fórmula indicada:

$$N = \frac{NZ^2PQ}{d^2(N - 1) + Z^2PQ}$$

Dónde:	Muestra (n)	
	Nivel de confiabilidad	95%
	Población (N)	34
	Valor de distribución (Z)	1.96
	Margen de error (d)	5%
	Porcentaje de aceptación (P)	50%
	Porcentaje de no aceptación (Q)	50%

$$N = \frac{(34)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(34 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$N = 32$$

El total de muestra para la presente investigación está conformada por 32 trabajadores del área de operaciones de la agencia OCR ADUANAS SAC.

Además, siendo de relevancia, a continuación describiremos lo siguiente:

- ❖ **Unidad de análisis:** Son todos los trabajadores del área de operaciones de la agencia OCR ADUANAS SAC.
- ❖ **Criterios de inclusión:** todos los trabajadores del área de operaciones de la agencia OCR ADUANAS SAC.
- ❖ **Criterios de exclusión:** no se considerará encuestar a los trabajadores del mismo sector, pero del área administrativa, transportistas y/o motorizados de la agencia OCR ADUANAS SAC.

2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

2.4.1. TÉCNICA

La técnica planteada para la recolección de datos en la investigación es la ENCUESTA, dado que se puede recaudar información a través de respuestas dadas por los encuestados de acuerdo a preguntas preparadas por los investigadores.

Para López y Fachelli (2015). Indican que es una técnica de recolección de datos y un método de investigación social, donde se caracteriza el anonimato y la confidencialidad de la persona encuestada (p.8).

2.4.2. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La herramienta utilizada para la obtención de datos es el **CUESTIONARIO**, dado que permite medir y verificar cuál es la relación entre ambas variables.

Para Bernal (2016). Indica que un cuestionario es un conjunto de diversas preguntas que ayudan a conseguir datos importantes con la finalidad de alcanzar los objetivos trazados en el estudio de investigación (p. 250).

La herramienta que se utilizó fue por 20 preguntas; 10 preguntas para la variable (Competitividad) y 10 preguntas para la variable (Comercio Internacional), el cuestionario fue dado para los trabajadores del área de operaciones de la agencia OCR ADUANAS SAC.

2.4.3. VALIDEZ

Para Hernández (2014). Indica que la validez consiste en el porcentaje de medición de la variable que se intenta medir (p. 200).

La herramienta que se utilizó para esta tesis fue sometida a juicio de expertos, de acuerdo a la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo - Filial Callao, el cual fue:

- a) Dr. Lessner Augusto León Espinoza.
- b) Dr. Rafael López Landauro
- c) Mg. Juan Martin Campos Huamán

2.4.4. CONFIABILIDAD

Según Navarro (2014). Indica que es un instrumento que mide y emite resultados, de tal manera que clasifica la información con precisión de acuerdo a lo requerido a la investigación (p.243)

Coficiente	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

La confiabilidad de la herramienta usada se ejecutó mediante el método de Alfa de Cronbach, ingresando los datos recolectados al estadístico SPSS 24, realizada a la muestra, que corresponde a 32 trabajadores del área de operaciones de la agencia OCR ADUANAS SAC LIMA. 2019

TABLA N^a 1: Estadístico de fiabilidad

VARIABLE 1: COMPETITIVIDAD

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,917	10

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	32	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	32	100,0

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

En la tabla N.1 la fiabilidad de variable 1 variables nos indica un porcentaje alto con un valor de 0.917; entonces nos indica que el porcentaje de la fiabilidad de los ítems es alto.

TABLA N^a 2: Estadístico de fiabilidad

VARIABLE 2: COMERCIO INTERNACIONAL

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,926	10

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	32	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	32	100,0

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

En la tabla N.2 la fiabilidad de la variable 2 nos indica un porcentaje alto con un valor de 0.926; entonces nos indica que el porcentaje de la fiabilidad de los ítems es alto.

TABLA Nª 3: Estadístico de fiabilidad

VARIABLE 1 Y VARIABLE 2: COMPETITIVIDAD Y COMERCIO INTERNACIONAL

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,950	20

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	32	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	32	100,0

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

En la tabla N.3 la fiabilidad entre ambas variables nos indica un porcentaje alto con un valor de 0.950; entonces nos indica que el porcentaje de la fiabilidad de los ítems es alto.

2.5. MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS

En el actual trabajo se utilizó el programa estadístico SPSS 24. Las pruebas estadísticas realizadas para esta investigación fueron: Alfa de Cronbach para calcular la confiabilidad del instrumento y así lograr observar la aprobación o rechazo de la hipótesis de investigación, de este modo se pudo alcanzar a conclusiones más veraces.

2.6. ASPECTOS ÉTICOS

- **Uso de la información:** De manera confidencial se mantuvo la identidad de las personas encuestadas, así mismo no se dio otro uso a la información proporcionada.
- **Valor social:** Los encuestados no fueron obligados o expuestas a peligro, presentaron amabilidad y disposición para la dinámica de la investigación.
- **Selección equitativa de los sujetos:** Se utilizaron a los encuestados para el sondeo, de manera equitativa, de tal manera que se pudo obtener los resultados.

- Validez científica: Toda la indagación externa y de otros autores, posee las fuentes correspondientes, de tal manera que la validez teórica es, correcta sin alterar datos procedente al autor original.

III.RESULTADOS

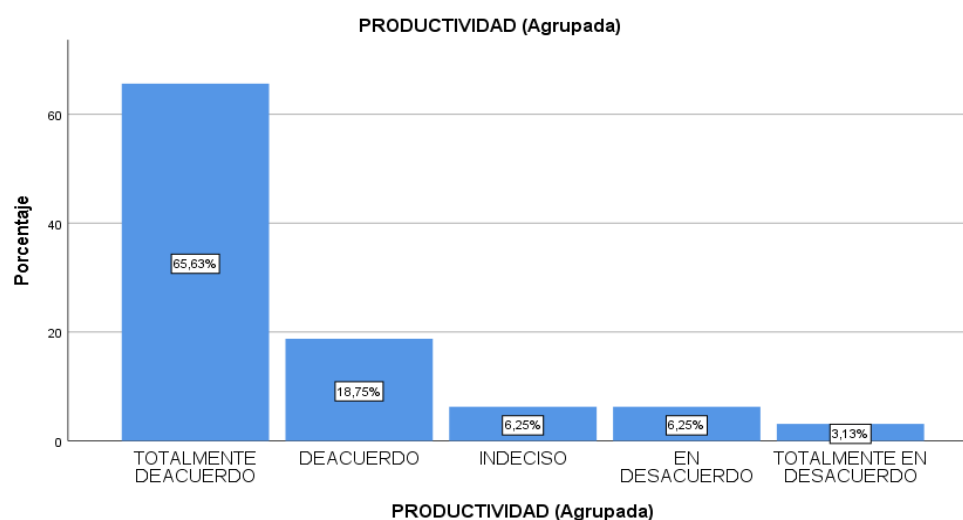
3.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVOS

3.1.1. RESULTADOS DE DIMENSIONES

VARIABLE 1 “COMPETITIVIDAD”

TABLA 4: Dimensiones de variable: “PRODUCTIVIDAD”

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	totalmente de acuerdo	21	65,6	65,6	65,6
	de acuerdo	6	18,8	18,8	84,4
	indeciso	2	6,3	6,3	90,6
	en desacuerdo	2	6,3	6,3	96,9
	totalmente en desacuerdo	1	3,1	3,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

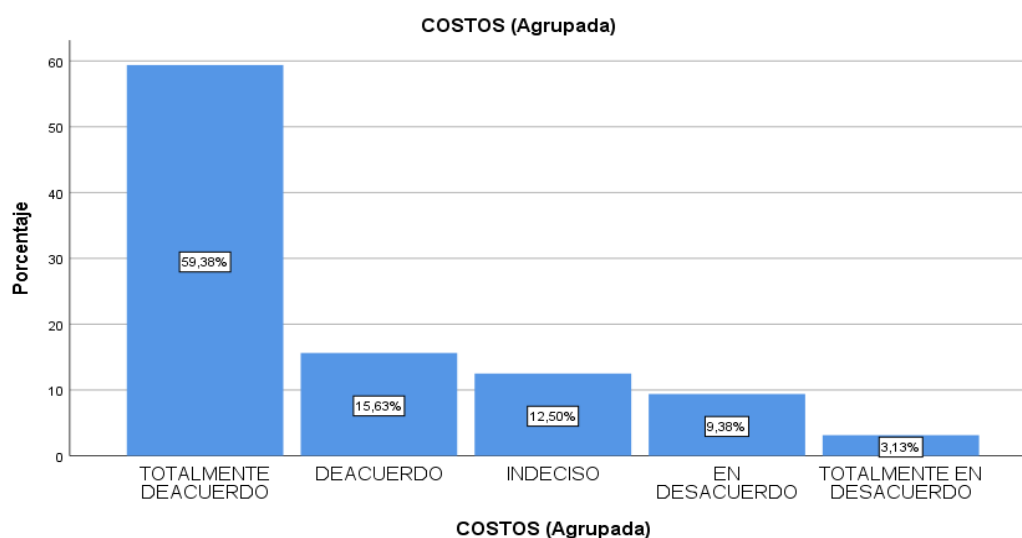


Interpretación:

Tal como se aprecia en los resultados de la tabla N.4, indica que el 65.6% de la muestra que son trabajadores de la empresa están totalmente de acuerdo, mientras el 3.1% están totalmente en desacuerdo.

TABLA 5: Dimensiones de variable: “COSTOS”

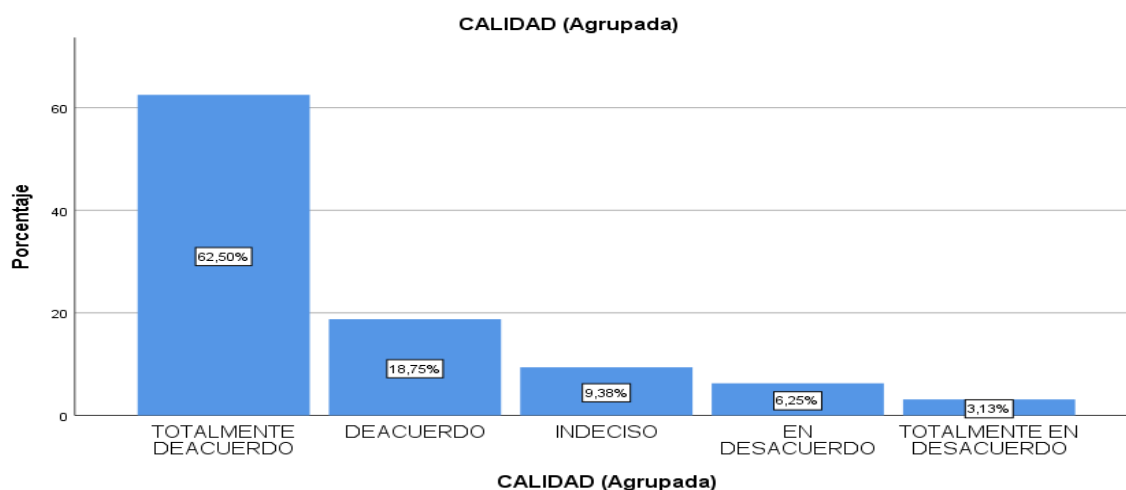
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE DE ACUERDO	19	59,4	59,4	59,4
	DEACUERDO	5	15,6	15,6	75,0
	INDECISO	4	12,5	12,5	87,5
	EN DESACUERDO	3	9,4	9,4	96,9
	TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	3,1	3,1	100,0

**Interpretación:**

Tal como se aprecia en los resultados de la tabla N.5, indica que el 59.4% de la muestra que son trabajadores de la empresa están totalmente de acuerdo, mientras el 3.1% están totalmente en desacuerdo.

TABLA 6: Dimensiones de variable: “CALIDAD”

		CALIDAD (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	TOTALMENTE DE ACUERDO	20	62,5	62,5	62,5
	DEACUERDO	6	18,8	18,8	81,3
	INDECISO	3	9,4	9,4	90,6
	EN DESACUERDO	2	6,3	6,3	96,9
	TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	3,1	3,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	



Interpretación:

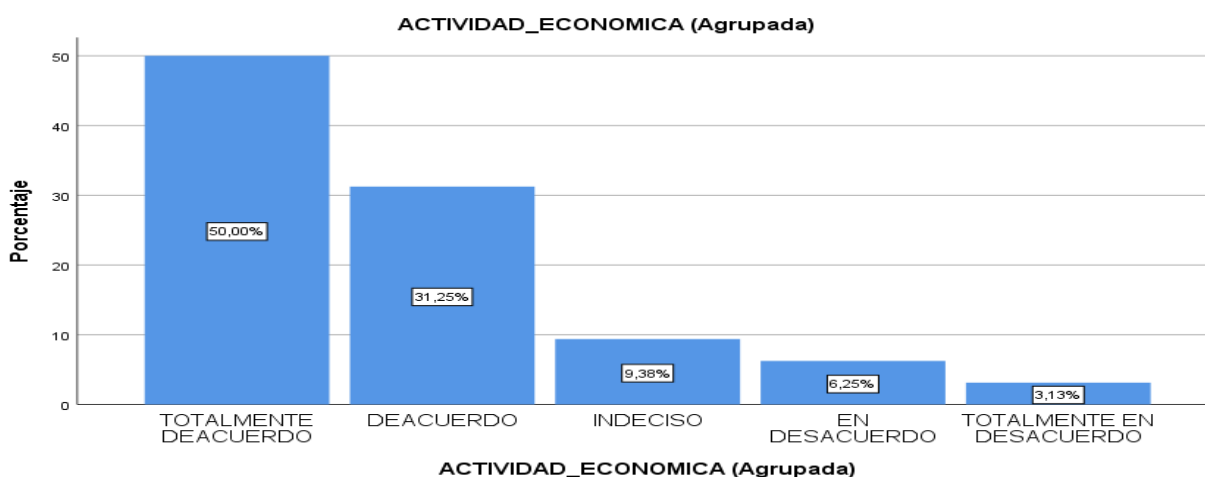
Tal como se aprecia en los resultados de la tabla N.6, indica que el 62.5% de la muestra que son trabajadores de la empresa están totalmente de acuerdo, mientras el 3.1% están totalmente en desacuerdo.

VARIABLE II “COMERCIO INTERNACIONAL”

TABLA 7: Dimensiones de variable: “ACTIVIDAD ECONÓMICA”

ACTIVIDAD_ECONOMICA (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		a	e	válido	acumulado
válido	totalmente de acuerdo	16	50,0	50,0	50,0
o	de acuerdo	10	31,3	31,3	81,3
	indeciso	3	9,4	9,4	90,6
	en desacuerdo	2	6,3	6,3	96,9
	totalmente en desacuerdo	1	3,1	3,1	100,0
	total	32	100,0	100,0	



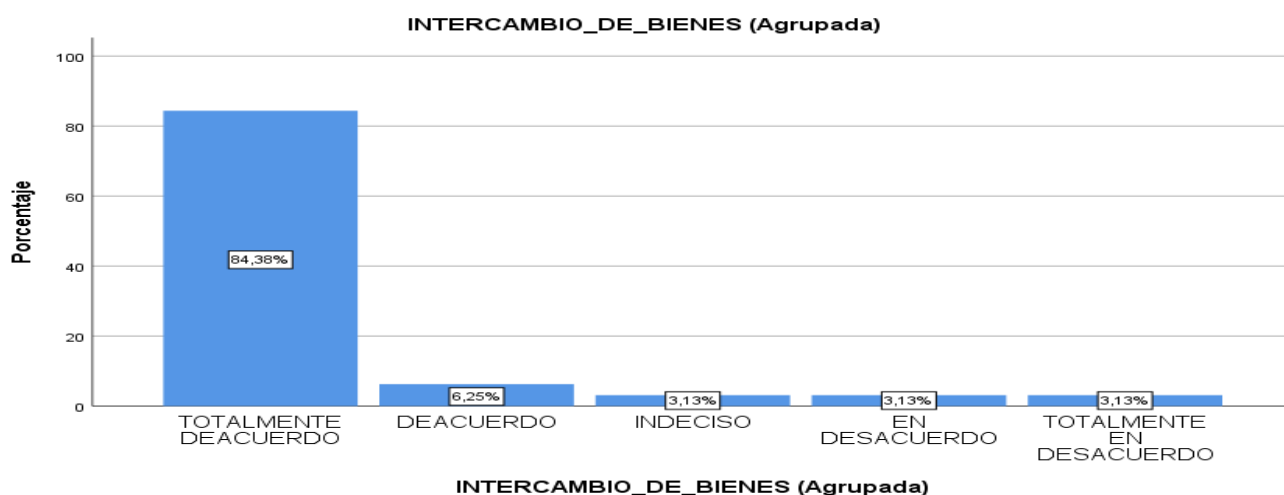
Interpretación:

Tal como se aprecia en los resultados de la tabla N.7, indica que el 50% de la muestra que son trabajadores de la empresa están totalmente de acuerdo, mientras el 3.1% están totalmente en desacuerdo.

TABLA 8: Dimensiones de variable: “INTERCAMBIO DE BIENES”

INTERCAMBIO_DE_BIENES (Agrupada)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente de acuerdo	27	84,4	84,4	84,4
deacuerdo	2	6,3	6,3	90,6
indeciso	1	3,1	3,1	93,8
en desacuerdo	1	3,1	3,1	96,9
totalmente en desacuerdo	1	3,1	3,1	100,0
total	32	100,0	100,0	



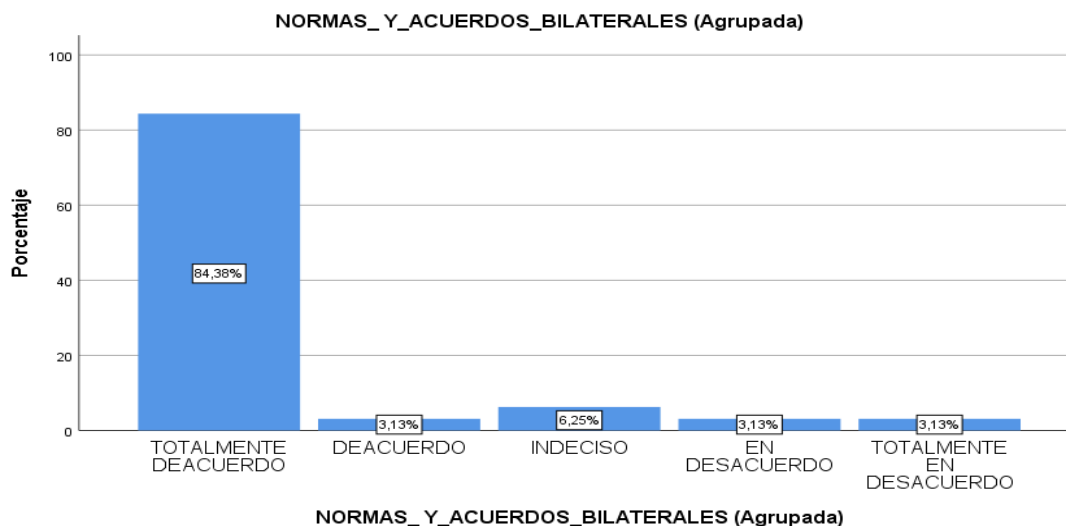
Interpretación:

Tal como se aprecia en los resultados de la tabla N.8, indica que el 84.4% de la muestra que son trabajadores de la empresa están totalmente de acuerdo, mientras el 3.1% están totalmente en desacuerdo.

TABLA 9: Dimensiones de variable: “DERECHOS ARANCELARIOS”

NORMAS_Y_ACUERDOS_BILATERALES(Agrupada)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido totalmente de acuerdo	27	84,4	84,4	84,4
de acuerdo	1	3,1	3,1	87,5
indeciso	2	6,3	6,3	93,8
en desacuerdo	1	3,1	3,1	96,9
totalmente en desacuerdo	1	3,1	3,1	100,0
total	32	100,0	100,0	



Interpretación:

Tal como se aprecia en los resultados de la tabla N.9, indica que el 84.4% de la muestra que son trabajadores de la empresa están totalmente de acuerdo, mientras el 3.1% están totalmente en desacuerdo.

3.2. ESTADÍSTICA INFERENCIAL

3.2.1. PRUEBA DE NORMALIDAD

Coficiente	Tipo de correlación
-1.00	Correlación negativa perfecta.
-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 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.

Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 305).

Prueba de Normalidad

H0: La distribución de la muestra es normal

H1: La distribución de la muestra no es normal

Considerando:

Sig. < 0.05 se rechaza la hipótesis nula

Sig. > 0.05 se acepta la hipótesis nula

TABLA N° 10: Prueba de Normalidad “Variable I – Variable II”

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
COMPETITIVIDAD	,211	32	,001	,814	32	,000
COMERCIO INTERNACIONAL	,205	32	,002	,809	32	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación

En la tabla de prueba de normalidad, se presenta una muestra de 32 colaboradores de la empresa OCR Aduanas Sac. Siendo un número inferior a 50. Por lo tanto, se utilizara el estadístico de Shapiro Wilk . Obteniéndose un nivel de significancia de 0.000 el mismo que es menor a 0.05 rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis de la investigación. Indicando que la distribución de la muestra es no normal, por lo que el tipo de investigación es no paramétrica.

Prueba No Paramétrica

Se utiliza la prueba no paramétrica porque no cumple con ciertas condiciones:

- ✓ Variables Cuantitativas
- ✓ Muestra Normal
- ✓ Varianzas Iguales

H0: La investigación es paramétrica

H1: La investigación es no paramétrica

Considerando:

Sig. < 0.05 se rechaza la hipótesis nula

Sig. > 0.05 se acepta la hipótesis nula

Hipótesis General

Hi: La competitividad se relaciona significativamente con el comercio internacional de la agencia OCR Aduanas SAC. Lima -2019

H0: La competitividad no se relaciona significativamente con el comercio internacional de la agencia OCR Aduanas SAC. Lima -2019

3.3 PRUEBA DE CORRELACIÓN

3.3.1 PRUEBA DE CORRELACIÓN DE HIPÓTESIS

TABLA N° 11: Correlación de variables de la hipótesis General

			COMPETITIV IDAD	COMERCIO_I NTERNACIO NAL
Rho de Spearman	COMPETITIVIDAD	Coeficiente de correlación	1,000	,966**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	32	32
	COMERCIO_INTERNA CIONAL	Coeficiente de correlación	,966**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	32	32

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

Interpretación:

En la tabla 11, observamos que el nivel de semejanza para la Competitividad y el Comercio Internacional alcanzo 0.966, teniendo una correlación positiva y muy fuerte, de tal manera se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Hipótesis Específica 1

Hi: La productividad se relaciona significativamente con el comercio internacional de la agencia OCR Aduanas SAC. Lima 2019

H0: La productividad no se relaciona significativamente con el comercio internacional de la agencia OCR Aduanas SAC. Lima 2019

TABLA N° 12: Correlación de hipótesis específica 1

			PRODUCTIVIDAD	COMERCIO _INTERNACIONAL
Rho de Spearman	PRODUCTIVIDAD	Coefficiente de correlación	1,000	,816**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	32	32
	COMERCIO_INTERNA CIONAL	Coefficiente de correlación	,816**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	32	32

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

Interpretación:

En la tabla 12, observamos que el nivel de semejanza para la productividad y el Comercio Internacional alcanzo 0.816, teniendo una correlación positiva y muy fuerte, de tal manera se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Hipótesis Específica 2

Hi: La Costos se relaciona significativamente con el comercio internacional de la agencia OCR Aduanas SAC. Lima 2019

H0: La Costos no se relaciona significativamente con el comercio internacional de la agencia OCR Aduanas SAC. Lima 2019

TABLA N° 13: Correlación de hipótesis específica 2

Correlaciones

		COSTOS	COMERCIO_I NTERNACIO NAL
Rho de Spearman	COSTOS	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	32
	COMERCIO_INTERNAC IONAL	Coeficiente de correlación	,852**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	32

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

Interpretación:

En la tabla 13, observamos que el nivel de semejanza para la Costos y el Comercio Internacional alcanzo 0.852, teniendo una correlación positiva y muy fuerte, de tal manera se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Hipótesis Especifica 3

Hi: La calidad se relaciona significativamente con el comercio internacional de la agencia OCR Aduanas SAC. Lima 2019

H0: La calidad no se relaciona significativamente con el comercio internacional de la agencia OCR Aduanas SAC. Lima 2019

TABLA N° 14: Correlación de hipótesis específica 3

Correlaciones			CALIDAD	COMERCIO_INTERNACIONAL
Rho de Spearman	CALIDAD	Coeficiente de correlación	1,000	,833**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	32	32
	COMERCIO_INTERNACIONAL	Coeficiente de correlación	,833**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	32	32

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

Interpretación:

En la tabla 14, observamos que el nivel de semejanza para la Calidad y el Comercio Internacional alcanzo 0.852, teniendo una correlación positiva y muy fuerte, de tal manera se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

IV.DISCUSIÓN

Tal como indican los resultados obtenidos en el actual trabajo expuesto y los trabajos antiguamente mencionados, se determina lo siguiente:

4.1. Discusión – hipótesis general

Para el actual trabajo de investigación se consideró como objetivo general “Determinar cómo se relaciona la productividad y el comercio internacional de la agencia OCR aduanas Sac. . Lima -2019”, se utilizó la prueba de Rho Spearman, teniendo como resultado 0.966, determinando que La competitividad se relaciona con el comercio internacional de la agencia OCR aduanas SAC. y teniendo una relación afirmativa entre las dos variables. Negando la hipótesis nula y afirmando la hipótesis de la investigación.

García (2018). Con su artículo científico “**La planificación estratégica y la competitividad en la empresa Emitec sac, los olivos 2018**”, se puede verificar que se obtuvieron como resultado estadístico Rho spearman con el valor de 0.900 y un nivel de significancia de 0.000, con los valores de esta tesis 0.966 con una significancia de 0.000. De tal manera que se indica que esta investigación tiene gran concordancia con la investigación de García, donde indica que hay relación entre la planificación estratégica y la competitividad en la empresa Emitec sac., así mismo se indica que mientras la empresa aplique correctamente la planificación estratégica, esto ayudara que la competitividad de la empresa sea más eficiente.

Según Hernández y Sánchez (2017) indica que: Las organizaciones que están más actualizadas en los procesos y técnicas para el desarrollo de su actividad productiva son las más competitivas en el rubro (p.27).

El aporte que brinda esta teoría a mi trabajo es que mediante la planificación, estrategias e innovación, una empresa puede llegar a estar en un rango muy competitivo, teniendo en cuenta que las empresas para ser competitivas en el mercado nacional o internacional deben tener claras las especificaciones del consumidor y al mismo tiempo como lidiar con la competencia de otras empresas en el mismo rubro, ya que es de esa manera como se determinan las planificaciones estratégicas para una buena competitividad en una empresa.

4.2. Discusión – hipótesis específica 1

Para el actual trabajo se planteó como objetivo específico “Determinar cómo se relaciona la productividad y el comercio internacional de la agencia OCR aduanas Sac. Lima -2019”. Se utilizó la prueba de Rho Spearman, teniendo como resultado 0.816, La productividad se relaciona con el comercio internacional de la agencia OCR aduanas Sac. y teniendo una correlación afirmativa entre las dos variables. Negando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis de la investigación

Huamán (2018). Con sus tesis “**Comportamiento Organizacional y Productividad de los Colaboradores en la empresa Constructora CMP Contratistas Generales E.I.R.L. Ucayali 218**”. se puede verificar que se obtuvieron como resultado estadístico de correlación de spearman teniendo el valor de 0.955 con una significancia de 0.00, con los valores de esta tesis que alcanzaron un 0.816 y un nivel de significancia de 0.000. Se concluye indicando que la productividad de un empresa siempre va a estar basada con la comodidad y el bienestar de sus colaboradores, y que en conjunto se complementa la eficiencia y la eficacia, de tal manera que en la actualidad este método se ha vuelto un pilar fundamental para los que quieren aumentar y afianzar su productividad mediante el comportamiento organizacional.

Según Morales y Masis (2014). Indican que la productividad va de la mano con la innovación de los recursos ya sean tecnológicos o procesos con valor agregado que conlleven, así mismo indican también que es un paso al éxito y a tener una gran competitividad (p.42-43).

El aporte que se brinda a este trabajo de investigación, es que para que exista una productividad eficiente, los trabajadores se deben sentir capaces de lograr las metas, cómodos, sentirse en confianza y sentir sobre toda la estabilidad y seguridad que la empresa les puede otorgar, es así como en un complemento de innovación y colaboradores involucrados para el bienestar de la empresa, sus procesos productivos se vuelven eficientes reduciendo tiempo y plazos.

4.3. Discusión – hipótesis específica 2

Para el presente trabajo se planteó como objetivo específico “Determinar cómo se relaciona los costos y el comercio internacional de la agencia OCR aduanas Sac. . Lima

-2019". Mediante la prueba de Rho Spearman, teniendo como resultado 0.852, Los costos se relacionan con el comercio internacional de la agencia OCR aduanas Sac. y teniendo una correlación afirmativa entre las dos variables. Negando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis de la investigación

Gómez (2018). Con su tesis **“Análisis de la relación entre los costos Logísticos adicionales y el costo de importación de la empresa best security del Perú s.a.c. 2016-2017”**. Se puede verificar que se obtuvieron como resultado estadístico de correlación de spearman teniendo el valor de 0.928 con una significancia de 0.000, con los valores obtenidos en esta tesis que alcanzaron un 0.852 con un nivel de significancia de 0.000. Se concluye indicando que la empresa ha identificado mediante los análisis la relación que hay entre los costos logísticos y de importación de tal manera que teniendo en cuenta el factor principal del tiempo, pues los costos para los despachos de importación serán muchos menores, de tal manera que se pueda competir con otras empresas del rubro.

Según Gómez, Negrín (2018). Indica que los costos en la logística y el comercio internacional se basan en las diferentes categorías adaptándolas a las diferentes condiciones de tipo de mercado y mercancía, dado a las necesidades del cliente (S/P).

El aporte que se brinda a este trabajo de investigación, es que para que exista una competitividad a nivel de las demás empresas, el análisis de los costos es una estrategia fundamental, teniendo así la ventaja de minimizar costos y gastos para los diferentes clientes de la empresa y de este manera sea aplicado al comercio internacional reduciendo tiempo y plazos.

4.4. Discusión - hipótesis específica 3

Para el actual trabajo de investigación se consideró como objetivo específico "Determinar cómo se relaciona la calidad y el comercio internacional de la agencia OCR aduanas sac. Lima-2019". Se utilizó la prueba de Rho Spearman, teniendo como resultado 0.833, la calidad se relaciona con el comercio internacional de la agencia OCR aduanas sac. y teniendo una correlación afirmativa entre las dos variables. Negando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis de la investigación

Gonzales (2017). Con su tesis "**Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa comercializadora de Madera Arbolito SAC. Chiclayo - 2016**". Se puede verificar que se obtuvieron como resultado estadístico de correlación de spearman teniendo el valor de 0.859 con una significancia de 0.000, con los valores obtenidos en esta tesis que alcanzaron un 0.833 y un nivel de significancia de 0.000. Se concluye indicando que la calidad de una empresa está basada en su servicio, en sus procesos, en el análisis de mejoras y de planes de contingencia.

Según Salazar y Cabrera (2016). Indican que en la actualidad el servicio al cliente está garantizada como la calidad que el cliente requiere en los negocios, teniendo en cuenta los tiempos, plazos, costos, atención, debido que está considerado como el pilar de cualquier empresa. (p.13)

El aporte que se brinda a este trabajo de investigación, es que el pilar fundamental en una empresa es la calidad de servicio, como tal es por ello que la empresa en referencia busca tener una atención excepcional para su clientes, así mismo es considerado como prioridad para las diferentes empresas del rubro ya que el clientes es el que garantizara el éxito, puesto que difunde, caracteriza a la empresa y atrae a nuevos potenciales clientes a la organización.

V.CONCLUSIONES

Acorde a los objetivos ejecutados en el actual trabajo, a la constatación de hipótesis y a los resultados alcanzados, se obtuvo a las consecutivas conclusiones:

Primera: Se manifestó que la competitividad se relaciona con el comercio internacional de acuerdo a los resultados logrados en esta investigación, se concluye que la competitividad en el comercio internacional es algo importante, teniendo en cuenta que existen variedad de empresas y organizaciones en el rubro, es por ello que la empresa OCR aduanas sac. Tendría que planificar estrategias que puedan beneficiar su estadía y reconocimiento en el mercado peruano en base a sus procesos.

Segunda: Se afirmó que la productividad se relaciona con el comercio internacional de acuerdo a los resultados obtenidos en esta investigación. Se concluye que la productividad en una empresa basada en el comercio internacional es un eje importante para la ganancia, los ingresos, la subsistencia y el crecimiento de la organización, es por ello que se define como el resultado de los procesos que se deben de llevar a cabo para cumplir con las metas y objetivos propuestas para y de la organización.

Tercera: Se verifico que los costos se relacionan con el comercio internacional de acuerdo a los resultados obtenidos en esta investigación. Se concluye que para tener una buena competitividad en base a los costos, se debe analizar en primera instancia los gastos, en el caso del comercio internacional se basa en los plazos y procesos, es por ello que la empresa OCR aduanas sac. Debe analizar los costos por servicios de sus competidores para de esta manera negociar en el mercado y sector.

Cuarta: Se demostró que la calidad se relaciona con el comercio internacional de acuerdo a los resultados obtenidos en esta investigación. Se concluye que para tener una excelente calidad, pues no solo se toma en cuenta el servicio, sino que a su vez también los procesos estratégicos, así mismo siempre mantener las expectativas del cliente y consumidor, para que de esta manera la organización tenga éxito, por lo tanto la empresa OCR aduanas sac. Tiene que tener en cuenta todo lo descrito líneas arriba como medida para su plan estratégico.

VI.RECOMENDACIONES

Conforme al actual análisis de los resultados adquiridos en el estudio, se manifestó las consecutivas recomendaciones para la compañía OCR aduanas sac. Lima -2019.

Primera: Se recomienda que la empresa OCR aduanas sac. Reclute a especialistas en el área de comercio internacional y aduanas, para que de esta manera la competitividad pueda seguir surgiendo como lo está haciendo en la actualidad, la competitividad que se pueda brindar con las empresas del rubro sea garantizada y factible.

Segunda: Se recomienda que la empresa OCR aduanas sac implemente estrategias de mejoras de producción con sus encargados y miembros de la empresa, teniendo en cuenta siempre el bienestar del colaborador, ya que se garantiza que si hay un buen ambiente laboral, los empleados puedan estimar mejor la producción y garantizar el éxito de la empresa.

Tercera: Se recomienda que la empresa OCR aduanas sac debería mejorar sus costos y promociones empleados en los regímenes de comercio internacional para el servicio de los consumidores o clientes.

Cuarta: Se recomienda que la empresa OCR aduanas sac realice investigaciones sobre la calidad de servicio en las empresas que compiten en el rubro, que son más grandes de nivel, para que de esta manera pueda planificarse en corto o largo plazo.

REFERENCIAS

Alcántara (2019). “Estrategias Competitivas y Satisfacción del cliente del operador logístico New Transport, 2018”. Recuperado de: repositorio.unjfsc.edu.pe › NATHALY VIVIANA ALCANTARA MONTES

Perusquia y Ahumada (2015). “Inteligencia de Negocios: estrategia para el desarrollo de competitividad en empresas de base tecnológica”. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104215000807>

Buckley, Pass y Prescott (1988); Chikan, (2008); Momaya, (1998), citado por Liu, C. (2017) “Measures of international competitiveness: A critical survey”. Recuperado de: <https://doi.org/10.1080/0267257X.1988.9964068>

Calduch (2014). Métodos Y Técnicas De Investigación Internacional. Recuperado de: <https://www.ucm.es/.../247-2013-09-26>
metodosytecnicas_rafaelcalduch2013_2014.p...

Canta, Casabella, Conde, Cordiano, Torres y Roselló (2015). Comercio Internacional en el siglo XXI. (2ºed). Buenos Aires: Editorial Dunkan. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=WN9rCgAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Campaña y Fernández (2016). Gestion de Quejas y reclamos en materia de consumo MF0245_3. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=3JzgDAAAQBAJ&pg=PA123&dq=definicion+de+satisfaccion+al+cliente&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjgp6K19uDiAhXUG7kGHXyjBXoQ6AEIJzAA#v=onepage&q=definicion%20de%20satisfaccion%20al%20cliente&f=false>

Cerveron, Ybarra, Estrada, Santa María, Giner y Fuster (2016). La innovación empresarial en Ontinyent y su entorno. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=i5PpDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=info:fCk1e7aZgnsJ:scholar.google.com/&ots=nkz7XCskSD&sig=FavIayl4M1vZLEMeA2CXS-FWQZo#v=onepage&q&f=false>

Cabello M. y Cabello J. (2014). Las aduanas y el comercio internacional. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=C->

wdAAwAAQBAJ&pg=PA223&dq=salida+de+mercancias+en+el+comercio+internacional&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi97837w-LiAhXyJrkGHVXSDS8Q6AEIODAD#v=onepage&q&f=false

Escudero (2016). Técnicas de venta de negociación. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=BOQyDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=info:mS2bhe6pJrYJ:scholar.google.com/&ots=TL-9rPGR2u&sig=B2J968tj1koBV7sNrezBvC5JOb0#v=onepage&q&f=false>

García (2018). “La planificación estratégica y la competitividad en la empresa Emitec sac, los olivos 2018”. Recuperado de: <https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record>

Gómez (2018). “Análisis de la relación entre los costos Logísticos adicionales y el costo de importación de la empresa best security del Perú s.a.c. 2016-2017”. Recuperado de: <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/3647>

Gonzales (2017). “Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en la Empresa Comercializadora de Madera Arbolito s.a.c. Chiclayo – 2016”. Recuperado de: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:HfTRbhrmFBcJ:repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4485/Gonzales%2520Guevara%2520Robinson%2520Vladimir.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy+&cd=25&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>

González, Martínez, Otero (2014). *Gestión del Comercio exterior de la empresa*. (3° ed.). España: Esic Editorial. Recuperado de: [https://books.google.com.pe/books?id=57ABAAwAAQBAJ&pg=PA5&dq=Gesti%C3%B3n+del+comercio+exterior+de+la+empresa+Gonz%C3%A1lez,+Mart%C3%ADnez,+Otero+\(2014\)&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjSzLblqOjiAhUoE7kGHZp9DIEQ6AEINjAD#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=57ABAAwAAQBAJ&pg=PA5&dq=Gesti%C3%B3n+del+comercio+exterior+de+la+empresa+Gonz%C3%A1lez,+Mart%C3%ADnez,+Otero+(2014)&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjSzLblqOjiAhUoE7kGHZp9DIEQ6AEINjAD#v=onepage&q&f=false)

Hernandez, Fernández y Baptista (2014). Metodología de la investigación. (6° ed.). México: Mcgraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. De C.V.

Huamán (2018). “Comportamiento Organizacional y Productividad de los Colaboradores en la empresa Constructora CMP Contratistas Generales E.I.R.L. Ucayali 2018”. Recuperado de: <https://repositorio.utelesup.edu.pe/handle/UTELESUP/113>

- Inei (2019). Exportaciones e Importaciones. Recuperado de: <https://www.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/exportaciones-e-importaciones/1/#url>
- Inegi (2011), citado por Galindo y Viridiana (2015), “Exportaciones” en *Serie de Estudios Económicos*, Vol. 1, Julio 2015. Mexico DF: México ¿cómo vamos?
- Gonzales y Muller (2015). Modelo Entidad – Relación del negocio, para innovar, emprender y dirigir. Recuperado de: [https://books.google.com.pe/books?id=A30yDwAAQBAJ&pg=PA142&lpg=PA142&dq=Gonzalez+y+Muller+\(2015\)+recursos+de+una+empresa&source=bl&ots=2o_Kd4nX4W&sig=ACfU3U1v13M7yevQEbWNwGURPgSU9mq-0w&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwinvtyBpaTIAhX_G7kGHcVBCHsQ6AEwAHoECAkQAQ#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=A30yDwAAQBAJ&pg=PA142&lpg=PA142&dq=Gonzalez+y+Muller+(2015)+recursos+de+una+empresa&source=bl&ots=2o_Kd4nX4W&sig=ACfU3U1v13M7yevQEbWNwGURPgSU9mq-0w&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwinvtyBpaTIAhX_G7kGHcVBCHsQ6AEwAHoECAkQAQ#v=onepage&q&f=false)
- Kazimirova, Busa y Puskas (2015). STRUCTURE OF CORPORATE LOGISTIC COSTS Kazimírová, Jana; Busa, Michal; Puskás, Eduard. *The International Journal of Transport & Logistics*; Kosice Tomo 15, (2015): 1-11. Recuperado de: <https://search.proquest.com/docview/1810275417/fulltextPDF/2E3C10D527854E47PQ/1?accountid=37408>
- Lacalle (2016). Operaciones administrativas de recursos humanos. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=7q1cDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA203&dq=info:YQhoN4XRQlCJ:scholar.google.com/&ots=mILLCCel1rS&sig=qQrjpkgzCVLkQ_bsD0X9omlPNVA#v=onepage&q&f=false
- Londoño (2014). Planeación de la capacidad de producción para la nueva fábrica de muebles de la empresa Iván Botero Gómez S.A. Recuperado de: www.bdigital.unal.edu.co/9729922.2014.pdf
- López y Pontet (2011), citado por Apodaca, Maldonado, Máynez (2016). La Ventaja Competitiva, Desde La Teoría De Recursos Y Capacidades (Competitive Advantage from Resource Theory and Capabilities). *Revista Internacional Administración & Finanzas*, v. 9 (1). Recuperado de: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2663642

- Marquardt, Olaru y Ceausu (2017). Study on the development of quality measurements models for steering business services in relation to customer satisfaction ceausu, ioana.amfiteatru economic; bucharest tomo 19, n.º 44, (feb 2017): 95- 109.
- Meraz, Maldonado, Ramírez y García (2015). “Estrategias de Competitividad de Las Micro, Pequeñas Y Medianas Empresas Vinícolas de la Ruta Del Vino del Valle de Guadalupe, En Baja California, México. Recuperado de: <https://ageconsearch.umn.edu/record/226151/> DOI 10.22004/ag.econ.226151
- Mykhailenko (2018). Economic efficiency: definition, analysis of concepts alternate d h.problemy ekonomiky; kharkiv n.º 2, (2018): 159-163.
- Massimo (2016). Modelo teorico de gestión empresarial. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=2VBLDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Modelo+te%C3%B3rico+de+gesti%C3%B3n+empresarial&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiZ0pz3xeTiAhXOs1kKHePLA6QQ6wEIJzAA#v=onepage&q=Empresa&f=false>
- Nemur, L. (2016). Productividad. Lima: Babelcube, Inc.
- Orlaviciené y Mantas (2017). The International Trade Pattern of Lithuanian Metalworking Sector. Recuperado de: <https://doi.org/10.3846/mla.2017.1019>
- Pérez y Pizarro (2016). “Competitividad en las Organizaciones: las Mipymes del sector manufacturero en Sincelejo, Sucre – Colombia”. Revista Teacs 8 (10): 101-116
- Rodés (2014). Gestión económica y financiera de la empresa. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=tvSwBAAAQBAJ&pg=PA146&dq=GESTION+DE+EMPRESAS&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjJ-sL5pOLiAhXdH7kGHWs-DrAQ6AEIJzAA#v=onepage&q=tiempo&f=false>
- Rodríguez y Pérez (2017). “Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento”. Revista Escuela de Administración de Negocios, núm. 82, 2017, Universidad EA. Bogotá, Colombia. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20652069006>
- Rubio y Baz (2015). “El poder de la competitividad”. 1º edición, fondo de cultura económica, México, D.F. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=2eAcDQAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

- Sánchez, F. (2015). “Competitividad de la industria agroalimentaria y dinamismo territorial”. Recuperado de: <https://helvia.uco.es/handle/10396/13287>
- Sánchez, Pérez, e. (2015): “Las entidades de economía social como protagonistas de un nuevo modelo de emprendimiento y medidas legales de apoyo al emprendimiento”, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 84, 35-62. Recuperado de: <https://search.proquest.com/docview/1768940219/fulltextPDF/ABC71A433A6344F8PQ/5?accountid=37408>
- Sunat (s.f). Régimen de importación, recuperado de: <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/importacion/index.html>
- Smith (1776) citado por Canta, Casabella, Conde, Cordiano, Torres y Roselló (2015). Comercio Internacional en el siglo XXI. (2ºed). Buenos Aires: Editorial Dunkan. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=WN9rCgAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbz_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Pelayo y Rodríguez (2015). Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=jdASCgAAQBAJ&pg=PA119&dq=apit+ud+empresarial&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwi5webjruLiAhUXGbkGHTYeA8IQ6AEILDAB#v=onepage&q&f=false>
- Urrosolo y Martínez (2018). Gestión Administrativa del Comercio Internacional. (1º.ed.). Madrid: España. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=mpBXDwAAQBAJ&pg=PA2&dq=comercio+internacional&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjE7bKLvsLiAhVBFLkGHZ83CZUQ6AEIJzAA#v=onepage&q=comercio%20internacional&f=false>
- Zagoršeková, Èiefová, Èambalíková, (2017). “Competitiveness and Economic Growth in the European Union, Journal of Advanced Research in Law and Economics”, 8(30): 2408 – 2418. DOI:10.14505/jarle.v8.8(30).11. Recuperado de: <http://journals.aserspublishing.eu/jarle/index>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problemas	Hipótesis	Objetivos	Variables	Dimensiones / Indicadores	Metodología
<p>Problema general</p> <p>¿Cómo se relaciona la competitividad y el comercio internacional de la agencia OCR Aduanas Sac. Lima - 2019? Problemas específicos</p> <p>¿Cómo se relaciona la productividad y el comercio internacional de la agencia OCR aduanas Sac. Lima - 2019?</p> <p>¿Cómo se relacionan los costos y el comercio internacional de la agencia OCR aduanas Sac. Lima - 2019?</p> <p>¿Cómo se relaciona la calidad y el comercio internacional de la agencia OCR aduanas Sac. Lima - 2019?</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>La competitividad se relaciona positivamente con el comercio internacional de la agencia OCR aduanas SAC. Lima - 2019</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>La productividad se relaciona positivamente con el comercio internacional de la agencia OCR aduanas Sac. Lima - 2019</p> <p>Los costos se relaciona positivamente con el comercio internacional de la agencia OCR aduanas Sac. Lima - 2019</p> <p>La calidad se relaciona positivamente con el comercio internacional de la agencia OCR aduanas Sac. Lima - 2019</p>	<p>Objetivo general</p> <p>-Determinar cómo se relaciona la competitividad con el comercio internacional de la agencia OCR Aduanas Sac. Lima - 2019</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>-Determinar cómo se relaciona la productividad y el comercio internacional de la agencia OCR aduanas Sac. Lima - 2019</p> <p>-Determinar cómo se relaciona los costos y el comercio internacional de la agencia OCR aduanas Sac. Lima - 2019</p> <p>-Determinar cómo se relaciona la calidad y el comercio internacional de la agencia OCR aduanas Sac. Lima - 2019</p>	<p>Competitividad</p> <p>Comercio Internacional</p>	<p><u>PRODUCTIVIDAD</u> - CAPACIDAD DE PRODUCCION -RECURSOS <u>COSTOS</u> -SALARIOS -VENTAS <u>CALIDAD</u> -EFICIENCIA -TIEMPO -INNOVACION - SATISFACCION AL CLIENTE</p> <p><u>Actividad económica</u> - EMPRENDIMIENTO -GOBIERNO - EMPRESA <u>Intercambio de bienes</u> -Exportación -Importación -Transporte <u>Normas y acuerdos bilaterales</u> -DERECHOS ARANCELARIOS</p>	<p><u>Diseño de la Investigación</u> No experimental – Transversal <u>Tipo de Investigación</u> Aplicada <u>Nivel de Investigación</u> Descriptivo – correlacional <u>Población</u> 34 trabajadores del área operaciones de la agencia OCR ADUANAS SAC. <u>Muestra</u> 32 trabajadores del área de operaciones de la agencia OCR ADUANAS SAC. <u>Técnica de procesamiento de la información</u> Programa estadístico SPSS 24.</p>

ANEXO 2: CUESTIONARIO

Estimado(a) colaborador(a):

El presente instrumento tiene como objetivo determinar la relación entre la Competitividad con el Comercio Internacional de la agencia OCR Aduanas Sac. 2019. Lima

Por ello se le solicita responda todos los siguientes enunciados con veracidad. Agradeciéndole de antemano su colaboración.

DATOS ESPECÍFICOS	
TD	Totalmente en desacuerdo
ED	En desacuerdo
I	Indeciso
D	De acuerdo
MD	Muy de acuerdo

INSTRUCCIONES:

Marque con una X la respuesta que crea usted sea la correcta.

VARIABLE: COMPETITIVIDAD						
DIMENSIÓN 1: PRODUCTIVIDAD		TD	ED	I	D	MD
1	¿Considera usted que la empresa debe brindar servicios a los clientes según las características del producto?					
2	¿Considera usted que la organización influye en el proceso de servicios operativos de la empresa?					
3	¿Cree usted que el personal influye en el crecimiento de la empresa?					
4	¿Considera usted que la tecnología es un recurso fundamental en la empresa?					
DIMENSIÓN 2: COSTOS		TD	ED	I	D	MD
5	¿Considera usted que los salarios que la empresa está proporcionando están de acuerdo al mercado?					
6	¿Considera usted que la economía de la empresa se basa en la venta de servicios que ofrece a sus clientes?					
DIMENSIÓN 3: CALIDAD		TD	ED	I	D	MD
7	¿Cree usted que la empresa cumple con los procesos correctos para ser más competitivo?					
8	¿Considera usted que el tiempo de atención en una empresa es fundamental para un buen servicio?					
9	¿Considera usted que el marketing digital es una gran estrategia de innovación para la empresa?					
10	¿Considera usted que con la calidad de atención y servicio brindado, la empresa se recomienda en el mercado?					

Por favor escoger solo una opción en cada pregunta.

CUESTIONARIO

Estimado(a) colaborador(a):

El presente instrumento tiene como objetivo determinar la relación entre la Competitividad con el Comercio Internacional de la agencia OCR Aduanas Sac. 2019. Lima

Por ello se le solicita responder todos los siguientes enunciados con veracidad. Agradeciéndole de antemano su colaboración.

DATOS ESPECÍFICOS	
TD	Totalmente en desacuerdo
ED	En desacuerdo
I	Indeciso
D	De acuerdo
MD	Muy de acuerdo

INSTRUCCIONES:

Marque con una X la respuesta que crea usted sea la correcta.

Por favor escoger solo una opción en cada pregunta.

VARIABLE: COMERCIO INTERNACIONAL						
	DIMENSIÓN 1: ACTIVIDAD ECONÓMICA	TD	ED	I	D	MD
1	¿Considera usted que una persona natural puede empezar un negocio de comercio exterior?					
2	¿Considera usted que el gobierno influye en el comercio internacional?					
3	¿Considera usted que las empresas nacionales son fundamentales en la economía del país?					
4	¿Considera usted que los servicios brindados por la empresa se diferencian entre las demás empresas?					
	DIMENSIÓN 2: INTERCAMBIO DE BIENES	TD	ED	I	D	MD
5	¿Cree usted que las últimas exportaciones realizadas por la empresa fueron las mejores?					
6	¿Considera fundamental la existencia de los canales de control en la importación?					
7	¿Está usted de acuerdo con que existan las multas por rectificación en el régimen de importación?					
8	¿Considera usted que el transporte internacional aéreo solo es usado para cargas urgentes?					
9	¿Está usted de acuerdo con los tiempos de tránsito que brindan las navieras?					
	DIMENSION 3: NORMAS Y ACUERDOS BILATERALES	TD	ED	I	D	MD
10	¿Considera que las barreras arancelarias influyen en el comercio internacional del país?					

Gracias por su colaboración

ANEXO: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DE COMPETITIVIDAD

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	DIMENSIÓN 1: PRODUCTIVIDAD ¿Considera usted que la empresa debe brindar servicios a los clientes según las características del producto?	✓		✓		✓		
2	¿Considera usted que la organización influye en el proceso de servicios operativos de la empresa?	✓		✓		✓		
3	¿Cree usted que el personal influye en el crecimiento de la empresa?	✓		✓		✓		
4	¿Considera usted que la tecnología es un recurso fundamental en la empresa?	✓		✓		✓		
5	DIMENSIÓN 2: COSTOS ¿Considera usted que los salarios que la empresa está proporcionando están de acuerdo al mercado?	✓		✓		✓		
6	¿Considera usted que la economía de la empresa se basa en la venta de servicios que ofrece a sus clientes?	✓		✓		✓		
7	DIMENSIÓN 3: CALIDAD ¿Cree usted que la empresa cumple con los procesos correctos para ser más competitivo?	✓		✓		✓		
8	¿Considera usted que el tiempo de atención en una empresa es fundamental para un buen servicio?	✓		✓		✓		
9	¿Considera usted que el marketing digital es una gran estrategia de innovación para la empresa?	✓		✓		✓		
10	¿Considera usted que con la calidad de atención y servicio brindado, la empresa se recomienda en el mercado?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Mg: *León Espinoza, Leissoner.*

DNI: *077 25199.*

Especialidad del validador:

18 de Junio del 2019

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 COMERCIO INTERNACIONAL

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	DIMENSIÓN 1: ACTIVIDAD ECONOMICA ¿Considera usted que una persona natural puede empezar un negocio de comercio exterior?	✓		✓		✓		
2	¿Considera usted que el gobierno influye en el comercio internacional?	✓		✓		✓		
3	¿Considera usted que las empresas nacionales son fundamentales en la economía del país?	✓		✓		✓		
4	¿Considera usted que los servicios brindados por la empresa se diferencian entre las demás empresas?	✓		✓		✓		
5	DIMENSIÓN 2: INTERCAMBIO DE BIENES ¿Cree usted que las últimas exportaciones realizadas por la empresa fueron las mejores?	SI	No	SI	No	SI	No	
6	¿Considera fundamental la existencia de los canales de control en la importación?	✓		✓		✓		
7	¿Esta usted de acuerdo con que existieran las multas por rectificación en el régimen de importación?	✓		✓		✓		
8	¿Considera usted que el transporte internacional aéreo solo es usado para cargas urgentes?	✓		✓		✓		
9	¿Esta usted de acuerdo con los tiempos de tránsito que brindan las navieras?	✓		✓		✓		
10	DIMENSIÓN 3: NORMAS Y ACUERDOS BILATERALES ¿Considera que las barreras arancelarias influyen en el comercio internacional del país?	SI	NO	SI	NO	SI	NO	

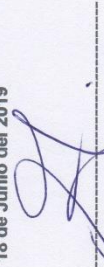
Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Mg: *Leon Espinoza, Leosnor.* DNI: *07725199.*

Especialidad del validador:

18 de Junio del 2019



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 DE COMPETITIVIDAD

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	DIMENSIÓN 1: PRODUCTIVIDAD ¿Considera usted que la empresa debe brindar servicios a los clientes según las características del producto?	✓		✓		✓		
2	¿Considera usted que la organización influye en el proceso de servicios operativos de la empresa?	✓		✓		✓		
3	¿Cree usted que el personal influye en el crecimiento de la empresa?	✓		✓		✓		
4	¿Considera usted que la tecnología es un recurso fundamental en la empresa?	✓		✓		✓		
5	DIMENSIÓN 2: COSTOS ¿Considera usted que los salarios que la empresa está proporcionando están de acuerdo al mercado?	✓		✓		✓		
6	¿Considera usted que la economía de la empresa se basa en la venta de servicios que ofrece a sus clientes?	✓		✓		✓		
7	DIMENSIÓN 3: CALIDAD ¿Cree usted que la empresa cumple con los procesos correctos para ser más competitivo?	✓		✓		✓		
8	¿Considera usted que el tiempo de atención en una empresa es fundamental para un buen servicio?	✓		✓		✓		
9	¿Considera usted que el marketing digital es una gran estrategia de innovación para la empresa?	✓		✓		✓		
10	¿Considera usted que con la calidad de atención y servicio brindado, la empresa se recomienda en el mercado?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Apellidos y nombres del juez validador: **Dr. / Mg: Swan Marín Campos Huamán**

DNI: **08676160**

Especialidad del validador: **Finanzas y Cursos de Gestión**

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

18 de Junio del 2019



Firma del Experto Informante.

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

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	DIMENSIÓN 1: ACTIVIDAD ECONOMICA ¿Considera usted que una persona natural puede empezar un negocio de comercio exterior?	✓		✓		✓		
2	¿Considera usted que el gobierno influye en el comercio internacional?	✓		✓		✓		
3	¿Considera usted que las empresas nacionales son fundamentales en la economía del país?	✓		✓		✓		
4	¿Considera usted que los servicios brindados por la empresa se diferencian entre las demás empresas?	✓		✓		✓		
5	DIMENSIÓN 2: INTERCAMBIO DE BIENES ¿Cree usted que las últimas exportaciones realizadas por la empresa fueron las mejores?	SI	No	SI	No	SI	No	
6	¿Considera fundamental la existencia de los canales de control en la importación?	✓		✓		✓		
7	¿Está usted de acuerdo con que existan las multas por rectificación en el régimen de importación?	✓		✓		✓		
8	¿Considera usted que el transporte internacional aéreo solo es usado para cargas urgentes?	✓		✓		✓		
9	¿Está usted de acuerdo con los tiempos de tránsito que brindan las navieras?	✓		✓		✓		
10	DIMENSIÓN 3: NORMAS Y ACUERDOS BILATERALES ¿Considera que las barreras arancelarias influyen en el comercio internacional del país?	SI	NO	SI	NO	SI	NO	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Apellidos y nombres del juez validador: **Dr. / Mg: San Martín Campos Huamán**

DNI: **08676160**

Especialidad del validador: **Finanzas y Cursos de Gestión**

18 de Junio del 2019



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 DE COMPETITIVIDAD

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	DIMENSIÓN 1: PRODUCTIVIDAD ¿Considera usted que la empresa debe brindar servicios a los clientes según las características del producto?	✓		✓		✓		
2	¿Considera usted que la organización influye en el proceso de servicios operativos de la empresa?	✓		✓		✓		
3	¿Cree usted que el personal influye en el crecimiento de la empresa?	✓		✓		✓		
4	¿Considera usted que la tecnología es un recurso fundamental en la empresa?	✓		✓		✓		
5	DIMENSIÓN 2: COSTOS ¿Considera usted que los salarios que la empresa está proporcionando están de acuerdo al mercado?	✓		✓		✓		
6	¿Considera usted que la economía de la empresa se basa en la venta de servicios que ofrece a sus clientes?	✓		✓		✓		
7	DIMENSIÓN 3: CALIDAD ¿Cree usted que la empresa cumple con los procesos correctos para ser más competitivo?	✓		✓		✓		
8	¿Considera usted que el tiempo de atención en una empresa es fundamental para un buen servicio?	✓		✓		✓		
9	¿Considera usted que el marketing digital es una gran estrategia de innovación para la empresa?	✓		✓		✓		
10	¿Considera usted que con la calidad de atención y servicio brindado, la empresa se recomienda en el mercado?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. / Mg: *Rafael López Landawito.*

DNI: *08773208*

Especialidad del validador: *Marketing.*

18 de Junio del 2019

.....
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 COMERCIO INTERNACIONAL

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	DIMENSION 1: ACTIVIDAD ECONOMICA ¿Considera usted que una persona natural puede empezar un negocio de comercio exterior?	✓		✓		✓		
2	¿Considera usted que el gobierno influye en el comercio internacional?	✓		✓		✓		
3	¿Considera usted que las empresas nacionales son fundamentales en la economía del país?	✓		✓		✓		
4	¿Considera usted que los servicios brindados por la empresa se diferencian entre las demás empresas?	✓		✓		✓		
5	DIMENSION 2: INTERCAMBIO DE BIENES ¿Cree usted que las últimas exportaciones realizadas por la empresa fueron las mejores?	SI	No	SI	No	SI	No	
6	¿Considera fundamental la existencia de los canales de control en la importación?	✓		✓		✓		
7	¿Está usted de acuerdo con que existan las multas por recificación en el régimen de importación?	✓		✓		✓		
8	¿Considera usted que el transporte internacional aéreo solo es usado para cargas urgentes?	✓		✓		✓		
9	¿Está usted de acuerdo con los tiempos de tránsito que brindan las navieras?	✓		✓		✓		
10	DIMENSION 3: NORMAS Y ACUERDOS BILATERALES ¿Considera que las barreras arancelarias influyen en el comercio internacional del país?	SI	NO	SI	NO	SI	NO	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Apellidos y nombres del Juez validador. Dr. /Mg: *Rafael Lopez Landavero*

DNI: *0873208*

Especialidad del validador: *Marketing*

18 de Junio 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 LA VISTA DE DATOS DEL SPSS

Visible: 29 de 29 variables

	ITEM1.1	ITEM1.2	ITEM1.3	ITEM1.4	ITEM1.5	ITEM1.6	ITEM1.7	ITEM1.8	ITEM1.9	ITEM1.10	ITEM2.1	ITEM2.2	ITEM2.3	ITEM2.4	ITEM2.5	ITEM2.6
1	1	1	1	1	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3
2	1	2	2	1	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2
3	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1
4	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2
5	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2
6	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2
7	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
8	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2
9	2	1	4	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2
10	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	3	3	3
11	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	3	3	3
12	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1
13	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1
14	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2
15	1	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	2	4	3
16	1	2	2	2	1	2	1	5	2	2	2	1	1	2	2	2
17	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2
20	1	2	1	2	3	2	1	2	2	2	2	1	1	3	2	2
21	1	4	3	4	4	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	1
22	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2
23	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2
24	2	2	2	4	2	2	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4
25	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2
26	1	1	3	3	2	3	2	2	2	1	1	2	1	3	3	3
27	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
29	2	2	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	2	2	2

1

Ver datos Vista de variables

IBM SPSS Statistical Processor está listo Unicode ON

ANEXO N° 5: ILUSTRACIÓN DE LA VISTA DE VARIABLES DEL SPSS

KAROLINA.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos																			
Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda																			
	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol								
1	ITEM1.1	Numérico	8	0	¿Considera ust... {1, MUJ DE...	{1, MUJ DE...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada								
2	ITEM1.2	Numérico	8	0	¿Considera ust... {1, MUJ DE...	{1, MUJ DE...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada								
3	ITEM1.3	Numérico	8	0	¿Cree usted qu... {1, MUJ DE...	{1, MUJ DE...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada								
4	ITEM1.4	Numérico	8	0	¿Considera ust... {1, MUJ DE...	{1, MUJ DE...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada								
5	ITEM1.5	Numérico	8	0	¿Considera ust... {1, MUJ DE...	{1, MUJ DE...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada								
6	ITEM1.6	Numérico	8	0	¿Considera ust... {1, MUJ DE...	{1, MUJ DE...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada								
7	ITEM1.7	Numérico	8	0	¿Cree usted qu... {1, MUJ DE...	{1, MUJ DE...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada								
8	ITEM1.8	Numérico	8	0	¿Considera ust... {1, MUJ DE...	{1, MUJ DE...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada								
9	ITEM1.9	Numérico	8	0	¿Considera ust... {1, MUJ DE...	{1, MUJ DE...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada								
10	ITEM1.10	Numérico	8	0	¿Considera ust... {1, MUJ DE...	{1, MUJ DE...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada								
11	ITEM2.1	Numérico	8	0	¿Considera ust... {1, MUJ DE...	{1, MUJ DE...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada								
12	ITEM2.2	Numérico	8	0	¿Considera ust... {1, MUJ DE...	{1, MUJ DE...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada								
13	ITEM2.3	Numérico	8	0	¿Considera ust... {1, MUJ DE...	{1, MUJ DE...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada								
14	ITEM2.4	Numérico	8	0	¿Considera ust... {1, MUJ DE...	{1, MUJ DE...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada								
15	ITEM2.5	Numérico	8	0	¿Cree usted qu... {1, MUJ DE...	{1, MUJ DE...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada								
16	ITEM2.6	Numérico	8	0	¿Considera fun... {1, MUJ DE...	{1, MUJ DE...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada								
17	ITEM2.7	Numérico	8	0	¿Está usted de... {1, MUJ DE...	{1, MUJ DE...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada								
18	ITEM2.8	Numérico	8	0	¿Considera ust... {1, MUJ DE...	{1, MUJ DE...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada								
19	ITEM2.9	Numérico	8	0	¿Está usted de... {1, MUJ DE...	{1, MUJ DE...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada								
20	ITEM2.10	Numérico	8	0	¿Considera que... {1, MUJ DE...	{1, MUJ DE...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada								