



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TESIS

**GESTIÓN DE LOS PROCESOS Y EXPORTACIÓN DIRECTA
DEL DURAZNO HUAYCO ROJO AL PAÍS DE ECUADOR DE
LA EMPRESA EXPORTACIONES E IMPORTACIONES
ESTELITA S.A.C., HUALMAY, 2019.**

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

PRESENTADO POR LA BACHILLER:

ELIZABETH IVONNE ROSALES LEON

ASESOR:

DR. CARLOS MÁXIMO GONZALES AÑORGA

Huacho – Perú

2021

MIEMBROS DEL JURADO EVALUADOR

Dra. Flor de Maria Garivay Torres
Presidenta

Dr. Jesus Jacobo Coronado Espinoza
Secretario

Mg. Danilo Hugo Carreño Ramirez
Vocal

Dr. Carlos Máximo Gonzales Añorga
Asesor

Titulo:

**GESTIÓN DE LOS PROCESOS Y EXPORTACIÓN DIRECTA
DEL DURAZNO HUAYCO ROJO AL PAÍS DE ECUADOR DE
LA EMPRESA EXPORTACIONES E IMPORTACIONES
ESTELITA S.A.C., HUALMAY, 2019.**

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres que siempre me apoyan y me dan fuerzas para seguir adelante, a mis hermanos que me aconsejan y orientan, y a mis docentes por el esmero que ponen en brindarnos la mejor enseñanza día a día.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, doy gracias a Dios por darme un día más de vida, por haber nacido en la maravillosa familia que tengo, gracias porque siempre me apoyaron en las dediciones que tomo, fueron una gran fortaleza para seguir adelante, gracias a la vida que me enseñó que uno debe esforzarse y sacrificarse para lograr culminar satisfactoriamente las metas que uno se va proponiendo cada día.

No ha sido sencillo el recorrido hasta ahora, pero agradezco a todos los docentes que me tocaron en este largo caminar, porque nos brindan lo mejor de sus enseñanzas y experiencias de vida en este proceso integral de formación.

Finalmente agradezco a quienes lean esta tesis, quien, a través de mis experiencias e investigaciones, le darán un valor agregado a sus conocimientos.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE GENERAL	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN.....	x

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática.....	1
1.2. Formulación del Problema.....	3
1.2.1. Problema General	3
1.2.2. Problemas Específicos	3
1.3. Objetivos de la Investigación.....	4
1.3.1. Objetivo General.....	4
1.3.2. Objetivos Específicos	4
1.4. Justificación de la investigación	5
1.5. Delimitación del estudio	5
1.6. Viabilidad del estudio	5

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación	6
2.1.1. Investigaciones internacionales	6
2.1.2. Investigaciones nacionales	7
2.2. Bases teóricas.....	7
2.3. Definición de términos básicos.....	45
2.4. Hipótesis de investigación	52
2.4.1. Hipótesis general	52

2.4.2.	Hipótesis específicas.....	52
2.5.	Operacionalización de las variables.....	53

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1.	Diseño metodológico	55
3.2.	Población y muestra.....	56
3.2.1.	Población	56
3.2.2.	Muestra	56
3.3.	Técnicas de recolección de datos.....	56
3.4.	Técnicas para el procesamiento de la información.....	57

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1.	Análisis de resultados	58
4.2.	Contrastación de hipótesis	69

CAPÍTULO V DISCUSIÓN

5.1.	Discusión de resultados.....	75
------	------------------------------	----

CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1.	Conclusiones.....	77
6.2.	Recomendaciones	78

REFERENCIAS

7.1.	Fuentes bibliográficas	79
7.2.	Fuentes electrónicas	80

ANEXOS

A.	Matriz de consistencia.....	83
B.	Cuestionario	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Integración de la gestión de procesos en la organización	58
Tabla 2	Representación visual de los procesos.	59
Tabla 3	Gestión estratégica de procesos.....	60
Tabla 4	Optimización de procesos.	62
Tabla 5	Excelencia operacional.....	63
Tabla 6	Ambiente del mercado internacional.....	64
Tabla 7	Volumen de ventas	65
Tabla 8	Cotizaciones	66
Tabla 9	Comercialización.....	67
Tabla 10	Pruebas de normalidad.	68
Tabla 11	Correlaciones de Rho de Spearman entre la gestión de los procesos y la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C.....	69
Tabla 12	Correlaciones de Rho de Spearman entre la integración de la gestión de procesos en la organización y la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C.....	70
Tabla 13	Correlaciones de Rho de Spearman entre la representación visual de los procesos y la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C.....	71
Tabla 14	Correlaciones de Rho de Spearman entre la gestión estratégica de procesos y la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C.....	72
Tabla 15	Correlaciones de Rho de Spearman entre la optimización de procesos y la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C.....	73
Tabla 16	Correlaciones de Rho de Spearman entre la excelencia operacional y la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C.....	74

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Integración de la gestión de procesos en la organización.	59
Figura 2. Representación visual de los procesos.	60
Figura 3. Gestión estratégica de procesos.	61
Figura 4. Optimización de procesos.	62
Figura 5. Excelencia operacional.....	63
Figura 6. Ambiente del mercado internacional.	64
Figura 7. Volumen de ventas.	65
Figura 8. Cotizaciones.	66
Figura 9. Comercialización.....	67

RESUMEN

Objetivos: Establecer de que manera la gestión de los procesos influye en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019. **Métodos:** La investigación es de tipo aplicada, de nivel explicativo, de diseño no experimental, y de enfoque mixta. La población fue 27 trabajadores. Se realizó la confiabilidad dando como resultado un coeficiente de Alfa de Cronbach de 0,952 y 0,924. **Resultados:** Respecto a la variable Gestión por procesos, 37% determinó que no existe un modelo integral de cambio en la empresa para incorporar la gestión por procesos, el 29,6% mencionaron que no existe una representación visual de los procesos entendible de lo que se hace y como se hace, el 14,8% de los encuestados manifestaron que nunca se han establecido criterios que permitan minimizar los riesgos para cumplir con la misión de la empresa. Así mismo, respecto a la variable Exportación directa, el 37% mencionaron que sus factores incontrolables son determinados por la parte externa de la gerencia general, el 51,8% mencionaron que la empresa exportadora identifica el poder económico de sus clientes potenciales, el 66,7% manifestaron que nunca la calidad eleva el precio final de las exportaciones. **Conclusión:** Con el estudio se concluye que la gestión de los procesos influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

Palabras clave: *integración de la gestión de procesos en la organización, representación visual de los procesos, gestión estratégica de procesos, optimización de procesos.*

ABSTRACT

Objective: To establish how the management of the processes influences the direct export of the red huayco peach to the country of Ecuador of the company exports and imports Estelita SAC, Hualmay, 2019. **Methods:** The research is of an applied type, of an explanatory level, Non-experimental design, and mixed focus. The population was 27 workers. Reliability was performed resulting in a Cronbach's alpha coefficient of 0,952 and 0,924. **Results:** Regarding the variable Management by processes, 37% determined that there is no comprehensive model of change in the company to incorporate management by processes, 29,6% mentioned that there is no visual representation of the processes understandable of what It is done and as it is done, 14,8% of the respondents stated that criteria have never been established to minimize the risks to fulfill the company's mission. Likewise, regarding the variable Direct export, 37% mentioned that their uncontrollable factors are determined by the external part of the general management, 51,8% mentioned that the exporting company identifies the economic power of its potential customers, 66,7% stated that quality never raises the final price of exports. **Conclusion:** The study concludes that process management significantly influences the direct export of red huayco peach to the country of Ecuador of the company exports and imports Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

Keywords: *integration of process management in the organization, visual representation of processes, strategic process management, process optimization.*

INTRODUCCIÓN

En el actual contexto empresarial y económico globalizado y tan competitivo, la gestión por procesos se ha transformado en un requerimiento en las organizaciones no solo para poder lograr triunfar sino para su propia supervivencia.

Para que una empresa pueda desarrollarse es necesario la identificación, análisis y control de sus procesos. Por esta razón se determinan equipos de mejora, estos están constituidos por equipos reducidos de empleados que hacen reuniones de manera periódica con el fin de identificar, analizar, proponer respuestas a deficiencias y el control de los procesos, y estas conclusiones posibilitan optimar continuamente los procesos en el interior de la organización.

La gestión por procesos se corrobora como uno de las más óptimas estructuras corporativas con fin de lograr índices excelentes de calidad, eficiencia y productividad. Los excelentes frutos que ha tenido esta gestión, por lo que ha extendido su orientación en empresas de todo tipo, de manera independiente de su proporción o tarea.

Una adecuada gestión basada en procesos abarca simbolizar en un mapa de procesos, la cadena de valor elegida de cierta compañía, estableciendo sus diferentes factores los individuos constituidos. Cada nexos de esta cadena posee unos diferentes subprocesos y en el adecuado estudio de sus vinculaciones por medio de estos indicadores apropiados se halla lo esencial de una gestión por procesos. Como se ha podido ver, la gestión de procesos es fundamental en el interior de la compañía y es tomado como una de las ocupaciones de mayor relevancia para cada actividad en particular. Cuando nos referiremos a la exportación tenemos en cuenta que son conjunto de procesos para llevar un producto de punto de partida a un punto de destino, en ella se hace importante que este conjunto de procesos sea gestionado adecuadamente, pues si sucede lo contrario no se podrá llevar a cabo la exportación del producto en los lugares y los plazos establecidos.

Es por ello que tiene como objetivo general la presente investigación el establecer de qué manera la gestión de los procesos influye en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

En el actual contexto empresarial y económico globalizado y tan competitivo, la gestión por procesos se ha transformado en un requerimiento en las organizaciones no solo para poder lograr triunfar sino para su propia supervivencia.

Para que una empresa pueda desarrollarse es necesario la identificación, análisis y control de sus procesos. Por esta razón se determinan equipos de mejora, estos esta constituidos por equipo reducido de empleados que hacen reuniones de manera periódica con el fin de identificar, analizar, proponer respuestas a deficiencias y el control de los procesos, y estas conclusiones posibilitan optimar continuamente los procesos en el interior de la organización.

La gestión por procesos se corrobora como uno de las más óptimas estructuras corporativas con fin de lograr índices excelentes de calidad, eficiencia y productividad. Los excelentes frutos que ha tenido está gestión, por lo que ha extendido su orientación en empresas de todo tipo, de manera independiente de su proporción o tarea.

Una adecuada gestión basada en procesos abarca simbolizar en un mapa de procesos, la cadena de valor elegida de cierta compañía, estableciendo sus diferentes factores los individuos constituidos. Cada nexo de esta cadena pose unos diferentes subprocesos y en el adecuado estudio de sus vinculaciones por medio de estos indicadores apropiados se halla lo esencial de una gestión por procesos. Como se ha podido ver, la gestión de procesos es fundamental en el interior de la compañía y es tomado como una de las ocupaciones de mayor relevancia para cada actividad es particular. Cuando nos referiremos a la exportación tenemos en cuenta que son conjunto de procesos para llevar un producto de punto de partida a un punto de destino,

en ella se hace importante que este conjunto de procesos sea gestionado adecuadamente, pues si sucede lo contrario no se podrá llevar a cabo la exportación del producto en los lugares y los plazos establecidos.

Por ello, lo principal es identificar particularmente a los procesos más cruciales de la empresa que son el sostén de alguna forma la estrategia establecida por la empresa, que este caso es llevar es exportar el producto con la mayor calidad y los estándares exigidos. Toda empresa que empleado la gestión por procesos ha logrado un más alto margen de producción y han incrementado sus utilizados a causa de un elevado rendimiento.

La exportación es un factor muy importante para una empresa pues permite ingresar a nuevos mercados, diversificar los riesgos en los mercados locales, de esta manera se transforma en una base de perfeccionamiento y consolidación de la organización, pues los mercados internacionales son muy competitivos. La exportación es una tarea que trae resultados de un mediano a largo tiempo por ello demanda de una apropiada planificación de los recursos. Por lo que, aspectos tan importantes como la capacidad de diseño, producción, comunicación, envíos, etc., conforme lo exija el mercado objetivo.

En la empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C. se ha podido detectar una serie de problemas para exportar directamente el durazno huayco rojo al país del Ecuador problemas tales como: la falta de un adecuado estudio de mercado; falta de conocimiento por parte de su personal a las barreras comerciales; no contar con una infraestructura adecuada para direccionar la exportación y la demanda exigida por el mercado; falta de continuidad y compromiso, pues la empresa piensa que la exportación es un proceso que da resultados a corto plazo cuando realmente no es así; falta de planificación lo que ha ocasionado no cumplir con los plazo y tiempos establecidos por la demanda.

En relación a la gestión de los procesos la compañía Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C. ha tenido diversos problemas en desarrollarlo de manera correcta esto debido a la falta de estrategia de implementación pues no tiene los recursos necesarios lo que genera el retraso de las metas que tiene la empresa en cuanto a la mejora de procesos; han basado su proceso en modelos de mejor y no en los propios objetivos de la organización; falta de apoyo económica que imposibilita llegar

los resultados; falta de seguimiento y control de los procesos ha ocasionado el aumento de deficiencias.

Si la empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C. continúa teniendo los problemas antes mencionados no conseguirá la competitividad requerida en el mercado de destino, lo cual implica no cumplir con las demandas exigidas y pondrá en riesgo su supervivencia en esta.

Por tal motivo la empresa Exportaciones e Importaciones Estelita S.A.C. debe tomar en cuenta lo relevante que es realizar programas de capacitaciones sobre actualización en temas de gestión de procesos y exportación con la finalidad de seguir un compromiso sostenible de todo el personal de tal manera cumplir con la demanda del mercado objetivo.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿De qué manera la gestión de los procesos influye en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019?

1.2.2. Problemas Específicos

- a. ¿De qué manera la integración de la gestión de procesos en la organización influye en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019?
- b. ¿De qué manera la representación visual de los procesos influye en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019?
- c. ¿De qué manera la gestión estratégica de procesos influye en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019?

- d. ¿De qué manera la optimización de procesos influye en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019?
- e. ¿De qué manera la excelencia operacional influye en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

Establecer de que manera la gestión de los procesos influye en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

1.3.2. Objetivos Específicos

- a. Establecer de que manera la integración de la gestión de procesos en la organización influye en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.
- b. Establecer de que manera la representación visual de los procesos influye en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.
- c. Establecer de que manera la gestión estratégica de procesos influye en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.
- d. Establecer de que manera la optimización de procesos influye en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.
- e. Establecer de que manera la excelencia operacional influye en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

1.4. Justificación de la investigación

Justificación práctica

Dado que el estudio persigue proponer recomendaciones sobre los problemas que se puedan detectar que estén afectando las variables en investigación, los cuales son gestión de los procesos y exportación directa.

Justificación teórica

El estudio ayudara con datos referentes a la influencia que fluctúa entre las variables, datos que se observaran en los resultados, conclusiones y recomendaciones; la cual contribuirá con próximos estudios.

1.5. Delimitación del estudio

Delimitación geográfica: empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., distrito de Hualmay, provincia de Huaura, departamento de Lima.

Delimitación temporal: Enero del año 2019 a octubre del año 2019.

Delimitación social: trabajadores de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C.

Delimitación semántica: Gestión de los procesos y Exportación directa.

La gestión de procesos son un grupo de tareas relacionadas entre sí y de recursos que varían unas mercancías o datos en otras mercancías o datos (Velasco, 2010).

La exportación directa comprende la venta de un comercializador frontalmente desde el mercado base o una filial de ventas de este mismo, a un individuo que importa, distribuye o adquiere de forma final ubicado en un mercado externo (Martín & Martínez, 2012).

1.6. Viabilidad del estudio

Se contó con los recursos necesarios (humanos, materiales y financieros), lo que garantizaron la viabilidad y por ende su ejecución de la investigación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Investigaciones internacionales

Gutiérrez & Rubiano (2016) realizaron la investigación titulada “Relaciones teórico practicas entre gestión documental y gestión por procesos: estudio de caso múltiple”, la cual fue aprobada por la Universidad de la Salle Bogotá D.C. La investigación concluyo que “la transversalidad de la gestión documental está registrada en muchos textos que sobre la materia se han escrito, está comprobado que la gestión documental atañe a todos los procesos, áreas y cargos de la organización” (p. 49).

Yépez & Dobronsky (2016) realizaron la investigación titulada “Exportación de pétalos de rosa al mercado de Estados Unidos a través de la creación de una empresa comercializadora”, la cual fue aprobada por Universidad Internacional del Ecuador. La investigación concluyó en que, “si existe demanda insatisfecha en el mercado al que se dirige el proyecto, sin embargo, tomando en consideración que la empresa se encuentra en una fase de introducción” (p. 126).

Martínez, Orellana & Rendón (2015) realizaron la investigación titulada “Trabajo de graduación desarrollo de la documentación de procesos de la ONG “Techo El Salvador”, base para la gestión de procesos y la calidad”, la cual fue aprobada por la Universidad Don Bosco. Centroamérica. La investigación concluyó, “la organización horizontal conformada por una red de ocho procesos, tipificando los procesos claves, estratégicos – administrativos y de soporte, estableciendo las interrelaciones entre las diferentes actividades y las

entidades internas y externas de Techo El Salvador” (p. 59).

2.1.2. Investigaciones nacionales

Álvarez (2018) realizó la investigación titulada “Estrategias de comercialización para la exportación directa de café al mercado de Estados Unidos, de la asociación de productores cafetaleros Alto Pirias Chirinos - Cajamarca, 2017 - 2022”, la cual fue aprobada por Universidad Señor de Sipán. Perú. La investigación concluyó en que, “presenta un buen desempeño organizacional lo que la hace una organización competitiva y muestra una situación favorable para la aplicación de estrategias comerciales con el fin de lograr la exportación directa” (p. 156).

Pilco (2016) realizó la investigación titulada “Gestión por procesos para mejorar la calidad de servicio de la empresa Sheley–Hans Medic, cercado de Lima, 2016”, la cual fue aprobada por Universidad César Vallejo. Perú. La investigación concluyó con que “el instrumento que es la gestión por proceso realizó la mejora en aspectos determinantes de la calidad de servicio ya sea la fiabilidad y la capacidad de respuesta” (p. 74).

Eulogio & Pinares (2015) realizaron la investigación titulada “Factores determinantes del bajo nivel de exportación directa de joyería y orfebrería en San Jerónimo de Tumbán, Huancayo, 2015”, la cual fue aprobada por Universidad Nacional del Centro del Perú. La investigación concluyó en que “el bajo nivel de exportaciones directas no está relacionado por el recurso humano” (p. 66)

2.2. Bases teóricas

Variable independiente: Gestión de los procesos

A. Definiciones

Franklin (2014) menciona que la gestión de proceso es un grupo de tareas entrelazadas con materiales y rendimientos ya establecidos que cruzan las restricciones funcionales de la compañía (p. 271).

Baca, et al. (2010) mencionan que la gestión por proceso es un conjunto de principios que, busca calcular los efectos generados con la intención de controlar y supervisar las operaciones, tomando las decisiones adecuadas para el mantenimiento y éxito permanente del negocio de que se trate (p. 56).

Velasco (2010) señala que esta es un grupo de tareas vinculadas entre si y de recursos que convierten unas mercaderías o datos en otras mercancías o datos (p.188).

B. Dimensiones

Salazar (2018) citando a Bravo (2014) escribe en su investigación que sus dimensiones son las siguientes:

- a. Integración de la Gestión por Procesos en la Organización: La meta de esta fase es constituir la gestión de procesos en la compañía, en primera instancia para saber de ella, después para vincularla con otras relevantes definiciones de gestión y posteriormente para unirla en la compañía a través del trabajo en 5 áreas: estrategia, sujetos, procesos, estructura y tecnología.
- b. Representación visual de los procesos: La meta de esta dimensión es el diseño visual de los procesos, donde tres prospectos muestran toda la rutina de la compañía, son-. Mapa de procesos, flujogramas de datos, y lista de asignaciones. Esta fase consta de dos prácticas: Esbozar el mapa de procesos y organizar procesos.
- c. Gestión estratégica de los procesos: La meta de esta dimensión es fijar las prioridades del proceso con la táctica de la compañía, trabajo que del mismo modo llega a la conceptualización de indicadores y la gestión de peligros. Al ser la gestión de procesos un gran timón para la variación, tiene que estar centrada en lo relevante para la compañía, observado en su plan táctico.

- d. Optimización de procesos: La meta de esta dimensión es moldear, llevar a cabo y formalizar la variación requerida en los procesos, terminando en que de manera adecuada se centre la nueva manera de llevar a cabo las cosas.
- e. Excelencia operacional: La meta de esta dimensión es alcanzar la excelencia en las operaciones. A pasado lo relevante, la variación en el proceso está correctamente fijada. Lo que continúa son las tareas a llevar a cabo a través de la vida ventajosa del nuevo modelo del proceso, visto en la praxis.

C. El efecto sinérgico de la gestión de procesos

Bravo (2014) menciona que la gestión de procesos es un íntegro, no un grupo de etapas, porque la intervencionalidad entre estas es tan grande que se genera un impacto sinérgico: la totalidad es mayor a la adición de sus partes.

Si la gestión de procesos fuese el cuerpo de un individuo, las etapas serían sus órganos, obteniéndose un todo con propiedades salientes propias. Cuando se consiga integrar todas las praxis, nace la magia, la compañía empieza a gozar de una productividad más elevada (p. 113).

D. Beneficios de la gestión de procesos:

Bravo (2014) menciona que se pueden obtener amplios beneficios, que pueden ser:

- Localizar al usuario como centro y sentido de lo que llevamos a cabo.
- Comunicarse de forma común en la representación del llevar a cabo.
- Saber lo que realizamos y el cómo, del mismo modo nos sensibilizamos del valor que sumamos y lo mejoramos.

- Emplear fórmulas de costos a los procesos, en el rango de las tareas para conocer a ciencia cierta cuál es el precio de nuestra mercancía o prestaciones.
- Optimizarse por la simple tarea de plasmar un proceso. Ello es un provecho de sensibilizarse.
- Conseguir garantizar la calidad verídica y dirigimos a la certificación en normas ISO 9001 y afines.
- Sopesa nuestros procesos con óptimas praxis para entender y optimizarse.
- Volver a crear un proceso para lograr rendimientos mucho más altos.
- Asegurar la gestión de saberes, dado que cada proceso derecho es saber formal de la compañía.
- Renovar distintos rangos de profundidad: proceso, actividad y asignación.
- Permitir emprender dado que todo óptimo negocio tiene que basarse en procesos bien establecidos, podemos decir también que el prospecto del nuevo proceso es lo que garantizara en cuanto a operación en emprendimiento.
- Colaborar con el control mediante indicadores reales (pp. 116 – 117).

E. Habilidad y capacidad del proceso

Maldonado (2018) manifiesta que al fijar los de calidad de la manufactura, es de vital relevancia garantizar con anterioridad que el proceso podrá conservar tolerancias. En los últimos años ha crecido la conceptualización de aptitud de proceso o destreza del proceso, que otorga un pronóstico cuantitativo de que tan correcto era el proceso. La destreza del proceso es el cambio a través de la obtención de este proceso (p. 64).

F. Definiciones básicas:

Maldonado (2018) menciona que son:

- Aptitud o destreza: se emplea refiriéndose a la actitud centrada en el desenvolvimiento certificado para obtener fines medibles.
- Aptitud del proceso: se da para generar mercancías observando las restricciones de detalles de calidad.
- Capacidad medida: basada en que la aptitud del proceso se medirá según la información que, de la misma forma, son la obtención de la medición del empleo llevado a cabo en el proceso.
- Capacidad inherente: basada en la uniformidad de la mercancía que se obtiene de un proceso que se halla manejado estadísticamente, esto es, por carencia de motivos principales o generadores de cambios.
- Variabilidad natural: la mercancía elaborada no coincide entre tales sino que es modificable, cuando el proceso es estable, solo intervienen los motivos típicos de cambios en los rasgos de calidad.
- Valor nominal: los rasgos de calidad cuentan con un valor ideal adecuado que es el que quisiéramos para la totalidad de unidades elaboradas sin embargo no se consigue aun cuando todo marche adecuadamente por la existencia de los cambios naturales.

G. Objetivos:

Maldonado (2018) menciona que son:

- Prever en qué nivel el proceso observa especificaciones.
- Colaborar con creadores de mercancía o proceso en sus variaciones.
- Detallar necesidades de desenvolvimiento en el nuevo grupo.
- Escoger proveedores.

- Minimizar los cambios en el proceso de manufactura.
- Diseñar la serie de producción al darse un impacto dinámico de los procesos en las tolerancias.

Luego de corroborado que el proceso está bien manejado, queremos conocer si es un proceso apto, esto es, si observa los parámetros técnicos queridos.

Para fijar si un procedimiento está apto o no se empleará instrumentos gráficos. Del mismo modo los índices de la aptitud, que se fijaran por los cocientes entre los cambios normales del proceso y el rango de cambios determinado. Inicialmente para que un proceso sea tomado por apto, su precio reciente no tendría que representar más del 75 % del cambio permitido.

Existen programas que faciliten llevar a cabo el estudio de aptitud centrados en la distribución típica o en la de Weibull. El criterio centrado en el modelo típico nos otorga una más alta cantidad de estadísticos, si bien para emplear este criterio se requiere que la información original continúe una distribución cerca de lo normal.

Estas apreciaciones se pueden convertir en posibilidades de generar unidades que no alcancen a observar las descripciones. Es relevante no olvidar que para descifrar adecuadamente datos estadísticos se requiere que los mismos deriven de un proceso estable y los mismos continúan una distribución cerca de lo normal

Si los datos continúan una distribución claramente asimétrica, posibilidades centradas en el patrón común no serían muy adecuados tasadores de las verídicas posibilidades de generar unidades que no observen los detalles. De esta manera podríamos inclinarnos por el patrón de Weibull emplear la modificación de Box Cox para cambiar la información por otra cuya distribución este cerca de lo normal (pp. 64 – 66).

H. Organización para implementar la gestión por procesos

Maldonado (2018) realiza la interrogante: ¿Qué tiene que realizarse para arraigar la gestión por procesos?

a. La implicación se consigue desde la participación, no desde la imposición:

El establecimiento para la gestión y optimización de los procesos en las compañías tiene que llevarse a cabo de la manera más participable y así se lograra minimizar el proyecto, permitir la intervención en el bosquejo del proceso a los sujetos que lo llevan a cabo y que por razones obvias lo conocen, impedir las imposiciones desde instancias más elevadas, que dificultan la etapa de implantación, y normalmente desperdician todo el ahínco y las ganas.

b. Encuentre que es lo verdaderamente importante para su empresa

Para notificar e instruir a los trabajadores desde la perspectiva empírica, lo más recomendable es llevar a cabo unas charlas de empleo donde se les brinde instrucción correcta y el método requerido para empezar a conceptuar.

Laborando en equipos los trabajadores deben fijar el mapa de procesos que les es asignado. Es de dominio general prestación se llevan a cabo diferentes procesos los que se busca analizar en este estudio es observar los determinados procesos más relevantes llevados a cabo. ¿Qué comprendemos por relevante? Ello es todo lo que contiene efectos en la satisfacción del usuario o en la productividad de la compañía. Por ello, lo principal que tenemos que fijar es lo relevante para la compañía. Después, fijar por cada proceso de trabajo los límites de este o de otra manera, fijar la primigenia y la concluyente tarea del proceso, fijar el proveedor y fijar el usuario del proceso.

Luego de fijado el alcance de este proceso, se tiene que llevar a cabo un diagrama de flujo del proceso, donde estableceremos las distintas actividades y asignaciones que lo integran, como la prelación en la que se llevan a cabo.

Conjuntamente con este ejercicio es muy eficaz preguntarnos ¿Qué dará cada actividad que llevamos a cabo y cuál es el valor agregado?

Seguro que la intimidad es que observamos lo que llevamos a cabo y que no otorga ganancias al usuario y que por ello tendrías que reflexionar sobre eliminarlo o sin restar en un futuro cercano.

c. Busque propietarios

El paso que continúa es lógico: Sin gestión no puede hallarse acciones de instrumentos sin un dueño. Por ello, tenemos que dar a cada uno de los procesos fijados en el mapa de estos un dueño. Es muy beneficioso, dado que el dueño es el próximo encargado de conservar el procedimiento y cuidar su control, que la totalidad de empleados de la prestación ostente el título de dueño en cualquier proceso. Debemos alejar de ellos el miedo con los compromisos, son encargados del proceso y de su conservación no de lo que estos obtengan, de ello son corresponsables la totalidad de los intervinientes en cierta etapa o tarea.

Existe una frase que nos agrada en demasía:” Escribir el método de trabajo es el primer avance a optimizarlo.

La prestación tiene que fijar un rango de procedimiento, esto es, como se va a llevar a cabo la parte escrita de este.

Empezamos con lo que se detalló con anterioridad a manera de diagrama de flujo. Solamente se trata de mencionar quien, integran el proceso. Así logramos fijar nuestro método de trabajo.

d. Piense en cómo mejorar desde el primer momento

Observemos cual es la manera adecuada de manejar el proceso y de ser factible optimizarlo.

Luego de fijado los procedimientos que detallan el proceso, diríjase a establecerlos, esto es, que la totalidad de trabajadores inmersos en el proceso proceda a llevar a cabo todo lo fijado por escrito. No obstante, con

anterioridad debe crear un plan de valoración y optimizaciones desde las primeras instancias de conceptualización.

e. A dónde queremos llegar

En este punto ya llevamos a cabo la parte complicada o burocrática, como es escribir los procedimientos.

Aquí inicia la parte activa y animada de la gestión de los procesos, dado que se basa en pasar del proceso real al que tendría que ser, al idóneo.

Como siempre, se requiere instruir a los sujetos a cargo de las optimizaciones. Esta instrucción se basa esencialmente en mostrar a sus índices que calculen la productividad del proceso y los métodos fijados para determinar un plan de optimización.

La iniciación de un atrevimiento de gestión de calidad total necesita la cooperación de la cúspide de la gerencia mínimamente con el abastecimiento de los recursos que se requieren para conservar la gestión de calidad total

Las compañías se componen por un conjunto de grupos de individuos que laboran en procesos que generan cadenas intervinculadas en diversos sentidos. Cada proceso cuenta con un usuario y un proveedor, casi todos internos.

La comunicación en las dos direcciones se siente comunes cuando uno de los sujetos o grupos interactúa con sus propios usuarios y proveedores.

Para ordenar el proceso de optimización se tienen que afrontar los parámetros de rango común que se muestran:

- Preparativos vinculados al sistema formal responsable de establecer el proceso.
- Sensibilización de la totalidad de los cuadros de la compañía sobre la responsabilidad.

- Optimización de los procesos de la compañía, con más incidencia en los vinculados a la Atención al usuario.
- Atención de calidad al usuario.
- Fijación de la optimización continua (pp. 161 – 164).

I. Identificación de procesos

Pardo (2017) menciona que quizá una de las asignaciones más complicadas de afrontar es la identificación de procesos, principalmente porque no estamos acostumbrados a realizarlo para una buena determinación de procesos es conveniente tener presente de manera permanente la definición de proceso, para que cuando parezca tengamos una referencia con la que contrasta si lo identificado es un proceso u otra cuestión, para identificar los procesos operativos podemos utilizar diversos mecanismos cómo:

a. Responder a dos preguntas:

- ¿Cuáles son los productos y servicios que proporcionamos?
- ¿Qué realizamos para conseguirlos?

La respuesta a la segunda pregunta no saldrá posibles procesos operativos para cada producto o servicio descrito. En el inventario de procesos que realicemos procuraremos no mezclar macroprocesos y procesos. En el caso de identificar macro procesos, nos preguntaremos por los procesos en ellos contenidos.

Por ejemplo, si aplicamos esto a un supermercado podríamos obtener lo siguiente:

- ¿Cuáles son los productos y servicios que proporcionamos en el supermercado?: Productos de alimentación cosmética y hogar
- ¿Qué realizamos para conseguirlos?: Planificación y desarrollo de acciones de marketing, compra de mercancías, reposición de lineales,

atención a los clientes durante la compra, preparación y entrega de pedidos a domicilio, apertura y cierre del supermercado, limpieza mantenimiento de equipos e infraestructura, planificación de turnos, etc.

- b. Podemos absolver estos dos cuestionamientos a manera de discusión, detallando por escrito como lo que emprendimos desde el instante en que establecemos lazos con el usuario o con anterioridad, si observamos todas las soluciones de marketing contando el instante donde otorgamos la mercancía o prestación englobando la factible prestación postventa. De esta narración sacaremos los datos para crear el inventario de procesos.
- c. Otra alternativa para identificar los procesos pasaría por identificar actividades por puesto o por departamento y agruparlas por finalidades, entradas o salidas comunes. En todos los casos, cada uno de los procesos y estado deberán responder a la definición del proceso.

Puede ocurrir que muchos de los procesos estratégicos y de apoyo no hayan sido listados. En ese caso, reflexionaremos sobre ellos, pensando en la ocupación de la dirección y su desempeño y en procesos relacionados con el suministro y mantenimiento de recursos. Contamos con la ventaja de que ese tipo de procesos es muy similar en la mayoría de entidades (pp. 38 – 40).

J. Representación de los procesos:

Velasco (2010) menciona que el plasmar un proceso adecuado está supeditado a su categoría, lo que es relevante para nosotros en criterios distintos en las dos primeras categorías que en las menores.

En las primeras categorías nos es relevante, principalmente, hallar las entradas, las salidas e insumos requeridos con el objetivo de fijar los lazos entre ellos y los demás procesos.

De manera distinta, para procesos de categoría menor se tienen que bajar a la categoría operaria, por lo que es mejor una clase diferente de representación.

La misma se lleva a cabo mediante los llamados diagramas de flujo. De acuerdo a su denominación, estos indican en flujo de datos o insumos en el proceso: que es lo que se lleva a cabo, qué medidas se deben tomar y que títulos se crean.

Los emblemas empleados están organizados de forma diferente en distintas áreas del método, como en la computación o para la investigación de maneras, con solo 4 signos y las flechas que muestran la dirección del flujo de datos y de material se puede representar, con el objetivo por el que vamos, la integridad de los procesos que lleva a cabo una compañía.

Es muy necesario englobar en estos diagramas de los procesos un detalle de los encargados de cada operación, el vínculo con diversos procesos y el detalle a los procedimientos fijados con los que se lleva a cabo ciertas operaciones o etapas del proceso (pp190 – 191).

K. El control de los procesos:

Velasco (2010) hace mención de que ejercer control sobre un proceso significa garantizar que de forma continua las obtenciones pueden preverse y aceptarse. En la elaboración a través del control estadístico de la calidad se menciona que un proceso se encuentra en una situación de control si lo que se obtiene puede preverse conforme a métodos estadísticos correctos.

De forma ordinaria, para el control de un proceso se tiene que fijar:

- Un usuario, interno o externo.
- Un fin.
- Unos indicadores de cantidad para dirigirnos al nivel de obtención del fin.

- Un dueño o encargado del proceso.
- Ciertos proveedores internos y/o externos.
- Un procedimiento operante.
- Aparte del prospecto adecuado, el control del proceso requiere la gestión de su dueño, corroborando que se desenvuelva como está definido y participando si no es de esta manera. (pp. 189 – 190).

L. Los procesos como base de la gestión de las organizaciones

Maldonado (2018) expresa que hoy en día los procesos son considerados como un elemento esencial en la mayoría de las empresas y de forma gradual se ha convertido en un elemento organizativo de una gran cantidad de empresas.

Dicha inclinación se presenta luego de las restricciones empleadas en diferentes respuestas organizacionales, en continuas intenciones de acercar los elementos organizacionales a las sensaciones de carencia en cada circunstancia.

De esta manera las empresas pertenecientes al tipo funcional originaron elevados niveles de productividades en las funciones específicas en cada operación, por lo general a expensas de una efectividad total de la organización y de una comunicación mínimamente fluida entre las diversas operaciones.

Aquellas empresas de tipo matricial, poseen un enorme avance en teoría, elaboradas para potenciar la utilización de las competencias del recurso humano, constituir las en grupos para cada plan o nueva operación, con la finalidad de optimizar y usar todo el saber que tenga en disposición la compañía, se hallaron diversas deficiencias en su empleo práctico.

Es posible que una escasa información acerca del requerimiento de la cultura organizacional, al lado de la deficiencia se encuentre presente en la

falta de tiempo, causaría el fracaso de innumerables intentos en este tipo de compañía, que en escasas ocasiones ha podido probar en estados apropiados con el objeto de asegurar el éxito.

Como en el caso de las empresas japonesas que han tenido éxito, se posibilito el empleo de los modelos de organización productivo, por ejemplo, Just In Time. Su empleo ha generado frutos monetarios impactantes en el continente americano, ya que dichos modelos restringidos, esencialmente en enfocarse en organizaciones fabricantes de grandes series y por necesitar proveedores de elementos muy vinculados a la industria manufactura de los grupos o modelos finales.

Hay que tener en cuenta lo que la diferente de las técnicas de gestión de Japón de los métodos usado en muchas naciones del viejo continente y de América. Primeramente, su orientación más esencial es la gestión japonesa es la mano de obra.

La meta que se ha establecido un gerente de este país es optimizar la productividad de la empresa, a causa de aumentar esencialmente la eficiencia del personal. En tanto que en la gestión del viejo continente y de América ha tenido con objetivo tener una alta rentabilidad, que es lograr un elevado beneficio con el esfuerzo inferior.

El modelo matricial y el modelo procedente de Japón señalaban la relevancia de los procesos como elementos esenciales en el cual se deban realizar políticas y tácticas organizaciones concretas. Ello dio procedencia a investigaciones acerca de las probabilidades de los procesos como elementos esenciales en la gestión empresarial, que luego fue siendo evidente en los actuales mercados, muy cerca del mercado global y como resultado, su habilidad de colaborar sostenidamente en los frutos, en tanto que la organización elabore y organizar los procesos considerando a sus usuarios.

En este contexto los procesos, pueden conceptualizar como sucesiones organizadas y razonables de acciones de cambio, que inicia de informaciones útiles pedidos datos, con el fin de lograr frutos planeados, que se dan aquellos que lo han pedido, los usuarios de cada proceso.

Dichos procedimientos, al necesitar un grupo de entradas tangibles o no tangibles y constituidos de acciones que van cambiando dichas entradas, traspasan los límites funcionales de forma repetido. Por traspasar, presionan a la integración y van concibiendo organizacional diferente, muy abierta, con menor jerarquía, muy enfocada en tener frutos, que a conservar.

A dichas ventajas de entrenamiento en el entorno de hoy, desconocidos y variable, es necesario incorporar la esencial cualidad de que el proceso es muy reiterativo. Su optimización demanda de una meditación y programación adelantada y la entrega total, que brinda una posibilidad sobre inversiones hechas.

Dicha incertidumbre ha ido creciendo por la adaptación de los procesos a las demandas del mercado ha ido adecuando una gestión adecuada, que tome los procesos con un pilar coordinado y funcional, es valiosa para realizar políticas y tácticas, que después serán puesto en práctica.

En dichas circunstancias se manifiesta una casualidad grande en los mercados contemporáneos, con sus cambios y constantes innovaciones, continuarán demandando a las compañías muchos cambios en los productos (comprendiendo una gran gama de productos, con un diseño y material de servicios) como también las reestructuraciones de los principales procesos y tácticas de la organización (pp. 30 – 32).

M. Cuatro lineamientos de las exportaciones directas

Czinkota & Ronkainen (2017) mencionan que el vínculo comunicativo con los intercesores debe garantizar que estén satisfechos con el trato y que cuentan con lo necesario para desarrollar el proceso de comercialización de la mejor manera y promover el bien o artículo del comerciante. Sea cual sea el trato de distribución, el comerciante ha de brindar información asistencial para las ventas fundamentales, tal como el detalle del bien y datos de la organización, revistas, conclusiones de evaluaciones del artículo y datos del

esfuerzo señalados: todo lo esencial para mostrar los artículos a los consumidores potenciales.

En ciertas situaciones el comerciante debe brindar a los intercesores estímulos a fin de que colaboren en las tareas publicitarias a nivel local. Dentro de ellos podemos considerar comisiones, descuentos, entre otros.

Ello le aportará al artículo del exportador un aspecto local y elevará el presupuesto total para promover dicho bien. No obstante, el comerciante requiere también de preocuparse para que la publicidad cuente con la calidad necesaria y el dinero sea utilizado de acuerdo a lo establecido.

Para que la relación entre la organización y el intercesor se lleve a cabo, deben cumplirse ciertos aspectos en general:

- Tener conocimiento sobre las ventas.

Usualmente lo que va bien en el mercado nacional del comerciante no se da de la misma manera en otro lugar. Ello es significativo especialmente en lo que se refiere a las compensaciones. En algunas organizaciones los estímulos y comisiones cuentan con una utilidad sumamente esencial, a la vez que en los otros mercados los sueldos forman gran parte de esta. La mejor forma de darle solución a esto es analizando las conformaciones de los salarios y las planificaciones de estímulos de otras compañías de la competencia en el mercado a tratar.

- Analizar al cliente.

La conducta del cliente ocupa de variaciones en relación a los mercados, lo que significa que debe adaptarse a las ventas.

- Trabajar con la cultura.

Deben fijarse metas adaptadas a la realidad para los comerciantes instaurados en sus expectativas de cultura. Ello es aplicable cuando se fijan metas y reglas como las cuotas, etc. Si algunas de estas metas no son adaptadas a la realidad ocasionará frustración por ambos lados. Así mismo se

necesita de percepción de cultura en circunstancias en las que el comerciante deba relacionarse con la fuerza de ventas del intercesor, como por ejemplo en charlas, entrenamientos, capacitaciones, etc.

- Aprender de sus representantes locales.

Si las ventas notan una diferencia entre el artículo de la organización internacional y el mercado, tanto como la ausencia de facultad para resolverlo, el efecto ha de ser deficiente. Las ventas a nivel local son un activo para el comerciante, debido a su vínculo estrecho con los consumidores. Muy aparte de un aporte diario, el comerciante será prudente en sus operaciones de emprendimiento hacia dos enfoques adicionales para sacarle provecho a la experiencia de los especialistas en venta local.

En primer lugar, el comerciante debe tener un programa a través del cual los especialistas en venta de nivel local puedan presenciar de cerca de la organización para tener conocimiento de las actividades que en ella se realizan y relacionarse con los trabajadores. Si el exportador realiza operaciones en diversos mercados es aconsejable llevar a cabo maneras de instruir a los especialistas en ventas para aportar ideas y distintas estructuras de negocios. Como es usual, al exportador le resulta conveniente realizar controles cada cierto tiempo a mercados en los que tiene pensado ingresar (pp. 405 – 406).

N. Ventajas y desventajas de la exportación directa

Hill (2011) menciona que muchos negocios empiezan su ampliación a nivel mundial siendo exportadores y luego adquieren una forma de satisfacer al mercado externo con cierta empresa del país de destino o instaurando sucursales o subsidiarias propias. Cada modo de estos cuenta con ventajas y desventajas. Los altos gerentes requieren de tener conocimiento de manera cuidadosa.

a. Ventajas

- Intentar de no correr con propios gastos con respecto a las actividades de elaboración en el país de destino.
- Aporta a que las organizaciones alcancen economías de ubicación instauradas en experiencia.

Al elaborar un artículo en un lugar específico y comercializarlo al exterior, la organización puede elaborar economías importantes por la cantidad de ventas en dicho nivel.

b. Desventajas

- La exportación desde la empresa no ha de ser adecuada si hay lugares de elaboración con menores costos en el exterior. De esa manera, especialmente las organizaciones que admiten estrategias internacionales deben tener en cuenta que es una mejor opción elaborarlas en un lugar donde las circunstancias sean más beneficiosas para crear valor, realizar el comercio desde ahí.
- Otra dificultad para esta operación son los altos costos de transporte puede quitarle el ser entable principalmente en bienes a granel.
- Otra dificultad es que las barreras arancelarias quitan rentabilidad, ya que adhiere riesgos en la operación de exportar.
- Así mismo otra dificultad viene a ser cuando el país con quien se establece algún acuerdo encomienda a un tercero a realizar las actividades de marketing, servicios e incluso ventas a un elemento local.

O. La reingeniería de la gestión por proceso

Baca et al. (2010) expresan que los creadores de la perspectiva de la reingeniería persisten que el modo unido de cambiar este contexto a otro

demanda rapidez y ciertas organizaciones no lo tienen y, en consiguiente, optimizar de forma significativa el desempeño, están a cargo de políticas de gestión que centren su atención en revisar y volver a diseñar la estructura a través de la determinación y formulación de los procesos. La típica estructura acata a una división de la labor que divide trabajos y los aparta a cargo de un individuo, pese al vínculo que estos tienen que difunden la reingeniería, busca quebrantar dicha práctica y da recomendaciones a reunir acciones en una cadena que muestre claramente el inicio y su final, mejor dicho, a partir del empleo de ciertos insumos hasta finalizar en un cierto producto, a la vez se centran en la responsabilidad de pocos individuos.

Es necesario que dicha práctica con instrumentos de medición del desempeño y determinación de recompensa, fundamentadas en el seguimiento de los frutos. La reingeniería brinda a los administradores un grupo de bases denominados a volver determinar las condiciones labores y tener en cuenta términos de proceso, con ello se excluye una anterior separación de tareas y las agrupan por medio de la determinación de una sucesión de pasos que oriente a cierto objetivo.

La reingeniería se encuentra formada por un grupo de factores importante:

- En primero lugar es tener una perspectiva sigilosa, es decir, que la principal motivación sea practicar y lograr el éxito por medio de esta reingeniería es tener en cuenta una perspectiva a largo plazo de la organización y hacer los intentos necesarios para convertirlas en realidad.
- El segundo factor es el empleo del enfoque sistémico, es necesario que la reingeniería se vincula con toda la organización y no limitarse a una sola dificultad, proceso, labor, acción, operación u departamento de la empresa. Mejor dicho, que la reingeniería se centre en cada una de las funciones de la organización que se vinculan en los procesos usado y no restringirse a acciones particulares en el interior de una cierta función.
- El tercer factor trata en fomentar una determinación directa acerca de lo que se buscar y un decisión y colaboración por parte de la alta cúpula. Es

necesario que los gerentes sean conscientes de la transformación total que se quiere realizar en la empresa y es importante asegurar los medios necesarios, como el personal y los recursos, con el objeto de colaborar con los procesos de reingeniería.

- El cuarto factor es a formulación del método determinado que posibilite seguir avanzado en su uso, mejor dicho, tener un conocimiento pleno y claro de los pasos que deben realizarse con el fin de poner en práctica el programa de reingeniería.
- El quinto factor trata en el empleo de un liderazgo eficiente y claro que no implique el éxito del empleo del proceso. Este liderazgo comprende capacidades como el trato a los individuos, también de elegir y colabora con otros que están en la capacidad para ayudar en el empleo de la reingeniería.

Como fruto de los cambios favorecidos por las transformaciones tecnológicas y las condiciones actuales de un mercado globalizado, es necesario que en el empleo de la reingeniería se tome en cuenta principios relevantes tales como: enfoque al usuario, minimizando o suprimiendo labores que no coadyuven a su satisfacción, optimización continua de los procesos, minimizando los costos de operación, optimizando la calidad, el bien o servicio, minimizar la cantidad de producto en condiciones desfavorables, tener un vínculo que posibilite el empleo organizado de los datos, la supinación de pasos o labores reiterativas no necesarias, el buen funcionamiento de los diversos procesos, saberes y entendimiento del personal del proceso en general que se encuentre participando.

Coadyuva principal a aquellos que están principalmente vinculados con el usuario, capacidad de cada personal para rendir en las labores encomendadas. No es posible apartarse del apoyo administrativo y que este fruto que cada proceso, disposición continua de información (pp. 52 – 53).

Variable dependiente: Exportación directa

A. Definiciones

Czinkota & Ronkainen (2017) definen a la exportación directa como la búsqueda del establecimiento de un contacto directo con el mercado meta (p. 524).

Daniels, Radebaugh & Sullivan (2013) señalan que es un planteamiento ambicioso, la cual necesita que la organización gestione el proceso de exportación, haciéndose cargo de los muchos aspectos de la fabricación y el comercio del producto para los compradores extranjeros (p. 490).

Martín & Martínez (2012) mencionan que la exportación directa reside en el comercio por parte de un comerciante internacional directo hacia el mercado de destino o cierta filial o sucursal de su propiedad hacia un consumidor, distribuidor o cliente final ubicado en el extranjero (p. 94).

Minervini (2014) menciona que la exportación no es más que un objetivo de venta, es decir es un elemento esencial en la estrategia organizacional para que esta cuente con competitividad (p. 07).

B. Dimensiones

Virginia (2017) son:

a. Ambiente del mercado internacional

Saber acerca de este elemento es esencial en la exportación, así mismo este se encuentra dividido en dos que son: los factores que pueden ser controlados y los que no.

b. Volumen de ventas

Establecer un mercado de consumo no es tarea fácil, inclusive en el país de origen, establecerlo en el exterior es indudablemente más costoso, debido

a lo que, si se desea lograr una cantidad de ventas en el extranjero, es recomendable instaurar los elementos financieros, población y precio.

c. Cotizaciones

En los mercados del exterior existen diversos elementos que deben ser tomados en consideración y su esencia cambia de acuerdo a las diversas problemáticas o particularidades que se encuentran inmersas en las empresas.

d. Comercialización

Las organizaciones que han alcanzado el éxito en el comercio que realizan en su país de origen no cuentan con una garantía de que lo logren también en el exterior. Por ello en esta etapa debe darse una importancia real a la competencia, políticas de comercio y tendencias.

C. Cuatro lineamientos de las exportaciones directas

Czinkota & Ronkainen (2017) mencionan que el vínculo comunicativo con los intercesores debe garantizar que estén satisfechos con el trato y que cuentan con lo necesario para desarrollar el proceso de comercialización de la mejor manera y promover el bien o artículo del comerciante. Sea cual sea el trato de distribución, el comerciante ha de brindar información asistencial para las ventas fundamentales, tal como el detalle del bien y datos de la organización, revistas, conclusiones de evaluaciones del artículo y datos del esfuerzo señalados: todo lo esencial para mostrar los artículos a los consumidores potenciales.

En ciertas situaciones el comerciante debe brindar a los intercesores estímulos a fin de que colaboren en las tareas publicitarias a nivel local. Dentro de ellos podemos considerar comisiones, descuentos, entre otros.

Ello le aportará al artículo del exportador un aspecto local y elevará el presupuesto total para promover dicho bien. No obstante, el comerciante

requiere también de preocuparse para que la publicidad cuente con la calidad necesaria y el dinero sea utilizado de acuerdo a lo establecido.

Para que la relación entre la organización y el intercesor se lleve a cabo, deben cumplirse ciertos aspectos en general:

- Tener conocimiento sobre las ventas.

Usualmente lo que va bien en el mercado nacional del comerciante no se da de la misma manera en otro lugar. Ello es significativo especialmente en lo que se refiere a las compensaciones. En algunas organizaciones los estímulos y comisiones cuentan con una utilidad sumamente esencial, a la vez que en los otros mercados los sueldos forman gran parte de esta. La mejor forma de darle solución a esto es analizando las conformaciones de los salarios y las planificaciones de estímulos de otras compañías de la competencia en el mercado a tratar.

- Analizar al cliente.

La conducta del cliente ocupa de variaciones en relación a los mercados, lo que significa que debe adaptarse a las ventas.

- Trabajar con la cultura.

Deben fijarse metas adaptadas a la realidad para los comerciantes instaurados en sus expectativas de cultura. Ello es aplicable cuando se fijan metas y reglas como las cuotas, etc. Si algunas de estas metas no son adaptadas a la realidad ocasionará frustración por ambos lados. Así mismo se necesita de percepción de cultura en circunstancias en las que el comerciante deba relacionarse con la fuerza de ventas del intercesor, como por ejemplo en charlas, entrenamientos, capacitaciones, etc.

- Aprender de sus representantes locales.

Si las ventas notan una diferencia entre el artículo de la organización internacional y el mercado, tanto como la ausencia de facultad para resolverlo, el efecto ha de ser deficiente. Las ventas a nivel local son un activo

para el comerciante, debido a su vínculo estrecho con los consumidores. Muy aparte de un aporte diario, el comerciante sepa ser prudente en sus operaciones de emprendimiento hacia dos enfoques adicionales para sacarle provecho a la experiencia de los especialistas en venta local.

En primer lugar, el comerciante debe tener un programa a través del cual los especialistas en venta de nivel local puedan presenciar de cerca de la organización para tener conocimiento de las actividades que en ella se realizan y relacionarse con los trabajadores. Si el exportador realiza operaciones en diversos mercados es aconsejable llevar a cabo maneras de instruir a los especialistas en ventas para aportar ideas y distintas estructuras de negocios. Como es usual, al exportador le resulta conveniente realizar controles cada cierto tiempo a mercados en los que tiene pensado ingresar (pp. 405 – 406).

D. Ventajas y desventajas de la exportación directa

Hill (2011) menciona que muchos negocios empiezan su ampliación a nivel mundial siendo exportadores y luego adquieren una forma de satisfacer al mercado externo con cierta empresa del país de destino o instaurando sucursales o subsidiarias propias. Cada modo de estos cuenta con ventajas y desventajas. Los altos gerentes requieren de tener conocimiento de manera cuidadosa.

a. Ventajas

- Intentar de no correr con propios gastos con respecto a las actividades de elaboración en el país de destino.
- Aporta a que las organizaciones alcancen economías de ubicación instauradas en experiencia.

Al elaborar un artículo en un lugar específico y comercializarlo al exterior, la organización puede elaborar economías importantes por la cantidad de ventas en dicho nivel.

b. Desventajas

- La exportación desde la empresa no ha de ser adecuada si hay lugares de elaboración con menores costos en el exterior. De esa manera, especialmente las organizaciones que admiten estrategias internacionales deben tener en cuenta que es una mejor opción elaborarlas en un lugar donde las circunstancias sean más beneficiosas para crear valor, realizar el comercio desde ahí.
- Otra dificultad para esta operación son los altos costos de transporte, puede quitarle el ser rentable principalmente en bienes a granel.
- Otra dificultad es que las barreras arancelarias quitan rentabilidad, ya que añaden riesgos en la operación de exportar.
- Así mismo otra dificultad viene a ser cuando el país con quien se establece algún acuerdo encomienda a un tercero a realizar las actividades de marketing, servicios e incluso ventas a un elemento local.

E. Barreras a la exportación

Minervini (2014) menciona que para iniciar con la exportación, es esencial tomar en cuenta cuáles han de ser las barreras u obstáculos que deben considerarse previo al cierre de un negocio de éxito. Si tiene conocimiento de estas con antelación, contará con mayores posibilidades de lograr ser exitoso.

Previo al análisis de barreras que se hallan en la industria global, es muy útil indagar si en dicho mercado hay barreras que hacen más compleja una exportación.

Podemos garantizar que hay tres clases esenciales de barreras, que residen en las siguientes:

a. Elementos históricos.

Con respecto a Latinoamérica, las compañías han estado enfocadas en gran parte al mercado interior, debido a que se encuentran protegidas por los aranceles a la importación, debido a que no cuentan en su mayoría con artículos de alta competitividad.

b. Elementos culturales.

Generalmente, la persona latina intenta lograr efectos en un tiempo corto, a la vez que la exportación, por sí mismo es una operación que requiere efectos en un plazo de tiempo mediano a largo. Puesto que necesita de ser paciente, persistente y de invertir.

c. Elementos estructurales.

Gran parte de los países de Latinoamérica se encuentra lejos de los fundamentales flujos de comercio, algo que los costos logísticos de DFI. Así mismo, el elevado costo en algunos países y ciertos tiempos de la historia o carencia de medios en otros de mínimo crecimiento, no ha hecho posible realizar mucha inversión en la actividad de internacionalizarse (pp.15 – 16).

F. La manera adecuada de realizar la exportación directa

Minervini (2014) menciona que para llevarla a cabo se tienen como plataforma tres medidas:

- Generar una compañía apta para la contienda.
- Inquietarse por entregar la mercadería al mercado de destino de la manera más contendora factible.
- Mejorar la gerencia del mercado
- Valorar la aptitud exportadora.
- Reconocer nuestra mercadería más contendora.
- Seleccionar pocos mercados.

- Hallar el área de mercado más correcta.
- Hallar una manera de ingresar al mercado.
- Llevar a cabo tareas de promoción.
- Elegir factibles candidatos a asociados.
- Hallar a su socio.
- Fijar una vía de empleo.

Es relevante tomar en cuenta que casi todas las entidades de promoción del comercio exterior tienen disponible en su sitio web un manual del exportador, con el que usted puede eliminar una serie de dudas.

G. Tipos de exportadores

Daniels, Radebaugh & Suvillan (2013) mencionan que muchas compañías señalan querer exportar, mostrando incentivo, visión y ansias de que va a aumentar el progreso y las utilidades. En realidad, no todas lo hacen y algunas lo hacen más que otras. La praxis corporativa halla tres clases de exportadores.

a. Exportadores ocasionales.

Esta clase de compañía ha mezclado pedidos no requeridos a compradores extranjeros, pero estudia pasivamente, en caso así fuera, las alternativas de comercio internacional. Estos exportadores comprenden las definiciones esenciales del proceso de exportación. Pero, por un grupo de motivos, no lo observan como un criterio esencial de su táctica.

b. Exportadores regulares.

Esta clase de compañía va furiosamente tras las ventas de exportación y contiene una vasta praxis con los criterios de este tipo, dificultades y

tecnicismos. Observa la exportación como una tarea productiva, accesible y táctica.

c. No exportadores.

Esta clase de compañía carece de saberes sobre la exportación. Frecuentemente no otorga intenciones, actual o futura de intervenir en el comercio exterior. Aunque esto suena como si fuera una deficiencia, muchas empresas crecen en su mercado interno sin exportar simplemente porque producen bienes o servicios que no viajan bien a los mercados extranjeros. Aun así, hay muchas empresas cuyos productos viajarían bien, pero simplemente prefieren no molestarse con la exportación. Esta población es objetivo primordial de los programas públicos de promoción de exportaciones.

H. Elementos de la exportación directa

Martín & Martínez (2012) suponen la comercialización de un exportador frontalmente desde un mercado base de ventas suyas, a un importador, vendedor o adquiriente ultimo ubicado en un mercado foráneo.

La distinción esencial de esta exportación con la indirecta es que aquí los elaboradores/ vendedores llevan a cabo toda la tarea exportadora antes que asignarse a otros.

Podríamos indicar que los beneficios que comprende esta exportación son estas:

- Elevada manipulación del mercado
- Datos más directos del mercado.
- Saberes más arraigados.
- Obtención de marketing internacional.

a. Venta directa

La compañía oferta directamente a sus usuarios últimos en mercados foráneos mediante sus vendedores, esto es, representantes de comercialización propios que se desempeñan de forma común a estos mercados ejerciendo su labor mercantil.

Es una manera de ingresos en situaciones donde la cantidad de usuarios potenciales es mínima y se encuentran bien ubicados, como en los casos de exportaciones de productos industriales, etc.

b. Agentes y distribuidores

Esta manera de ingreso es básicamente fácil, ágil y barata, siendo la más empleada.

- Agente

El esencial obstáculo de esta manera de ingreso se basa en elegir a un adecuado agente comercial. Usualmente, los buenos gerentes, no quieren extender su cartera comercial y los que no son excelentes o no tienen praxis no conocen del mercado óptimo y su rango de introducción en el mercado es restringido.

Antes de elegir a un agente comercial se requiere que la compañía se cuestione y piense sobre el perfil del agente que quiere en el mercado clasificado y absuelva estos cuestionamientos: “¿Por qué un individuo desea laborar sin honorarios para mí? ¿Por qué un individuo desearía elevar su cartera de comercio?”.

Sus rasgos esenciales son:

El ser representante realizando actividades por una compañía, asumiendo el trasladar los pedidos de los usuarios de su mercado a la firma exportadora a la que personaliza.

Su pago monetario se basa en una comisión por la cantidad de adquisiciones de terceros.

Usualmente se centran en un área o línea de mercancías y representan una o más compañías dentro del área.

El exportador podría otorgarle al agente la primicia del mercado, esto es, que la compañía se obliga a no vender su mercancía a otros agentes. Las transacciones que se lleven a cabo en este mercado, aun cuando no participe el agente comprenderá la cancelación de la comisión pactada.

El agente podría representar a la entidad en diversos mercados.

El lazo entre la entidad que exporta y el agente de comercio se realizara a través de la rúbrica en un contrato.

En determinados estados la ejecución de la agencia comercial determina el compromiso de alguna colegiación.

- Distribuidor

Es el primer usuario de la entidad exportadora. La distinción con el agente es que el distribuidor si adquiere productos del exportador. Los lazos entre ambos se vuelven validos a través del contrato de distribución.

Sus rasgos significativos esenciales son:

- El ser un usuario para la compañía que exporta, esto es, adquiere y vuelve a ofertar la mercancía a un tercero.
- Su pago se basa en el margen comercial logrado.
- Usualmente es exclusivo y representa a un solo exportador.
- Tiene compañía propia respecto a aptitud de almacenaje y de distribución.
- Es preferente o no.

Los rasgos requeridos para observar respecto a la obtención de un distribuidor en mercados exteriores se pueden centrar:

- La cotización de mercado que representan.

- El lugar donde se desempeña.
- La mercancía o áreas donde se desempeña.
- Praxis con la línea de mercancía del exportador.
- Ordenación y calidad de la potencia de comercializaciones.
- Identificación del distribuidor en el mercado, etc.

c. Establecimiento Subsidiaria Comercial

Se conceptúa en una decisión de la compañía centrándose en el mercado elegido para conseguir un más alto manejo del mix de la entidad.

Se centra en contar con comerciales, empleados, en el estado donde se importa para ejecutar tareas comerciales dirigiendo todos los pedidos de compra del mercado exterior donde se halla, vendiendo directamente a los adquirientes, tanto al por menor como al por mayor.

Los rasgos típicos de esta manera de ingreso son:

- Manejo directo del mercado, mercancía y monto.
- Podría promocionar sus mercancías de forma más didáctica.
- Mercancías más contendoras.
- Dinamiza la distribución: tiempo de entrega más pequeño, mas optimas prestaciones.
- Optimiza el vínculo con la Administración Pública Local y entidades profesionales.
- Perfecciona una más óptima tarea de atención al usuario.

Dentro del marco legal la subsidiaria comercial se fija a través del establecimiento de una Sucursal que adolece de personería jurídica propia, supeditada en el mercado a su casa de origen. (pp. 94 – 98).

I. Cuatro lineamientos de las exportaciones directas

Czinkota & Ronkainen (2017) mencionan que el vínculo comunicativo con los intercesores debe garantizar que estén satisfechos con el trato y que cuentan con lo necesario para desarrollar el proceso de comercialización de la mejor manera y promover el bien o artículo del comerciante. Sea cual sea el trato de distribución, el comerciante ha de brindar información asistencial para las ventas fundamentales, tal como el detalle del bien y datos de la organización, revistas, conclusiones de evaluaciones del artículo y datos del esfuerzo señalados: todo lo esencial para mostrar los artículos a los consumidores potenciales.

En ciertas situaciones el comerciante debe brindar a los intercesores estímulos a fin de que colaboren en las tareas publicitarias a nivel local. Dentro de ellos podemos considerar comisiones, descuentos, entre otros.

Ello le aportará al artículo del exportador un aspecto local y elevará el presupuesto total para promover dicho bien. No obstante, el comerciante requiere también de preocuparse para que la publicidad cuente con la calidad necesaria y el dinero sea utilizado de acuerdo a lo establecido.

Para que la relación entre la organización y el intercesor se lleve a cabo, deben cumplirse ciertos aspectos en general:

- Tener conocimiento sobre las ventas.

Usualmente lo que va bien en el mercado nacional del comerciante no se da de la misma manera en otro lugar. Ello es significativo especialmente en lo que se refiere a las compensaciones. En algunas organizaciones los estímulos y comisiones cuentan con una utilidad sumamente esencial, a la vez que en los otros mercados los sueldos forman gran parte de esta. La mejor forma de darle solución a esto es analizando las conformaciones de los salarios y las planificaciones de estímulos de otras compañías de la competencia en el mercado a tratar.

- Analizar al cliente.

La conducta del cliente ocupa de variaciones en relación a los mercados, lo que significa que debe adaptarse a las ventas.

- Trabajar con la cultura.

Deben fijarse metas adaptadas a la realidad para los comerciantes instaurados en sus expectativas de cultura. Ello es aplicable cuando se fijan metas y reglas como las cuotas, etc. Si algunas de estas metas no son adaptadas a la realidad ocasionará frustración por ambos lados. Así mismo se necesita de percepción de cultura en circunstancias en las que el comerciante deba relacionarse con la fuerza de ventas del intercesor, como por ejemplo en charlas, entrenamientos, capacitaciones, etc.

- Aprender de sus representantes locales.

Si las ventas notan una diferencia entre el artículo de la organización internacional y el mercado, tanto como la ausencia de facultad para resolverlo, el efecto ha de ser deficiente. Las ventas a nivel local son un activo para el comerciante, debido a su vínculo estrecho con los consumidores. Muy aparte de un aporte diario, el comerciante sepa ser prudente en sus operaciones de emprendimiento hacia dos enfoques adicionales para sacarle provecho a la experiencia de los especialistas en venta local.

En primer lugar, el comerciante debe tener un programa a través del cual los especialistas en venta de nivel local puedan presenciar de cerca de la organización para tener conocimiento de las actividades que en ella se realizan y relacionarse con los trabajadores. Si el exportador realiza operaciones en diversos mercados es aconsejable llevar a cabo maneras de instruir a los especialistas en ventas para aportar ideas y distintas estructuras de negocios. Como es usual, al exportador le resulta conveniente realizar controles cada cierto tiempo a mercados en los que tiene pensado ingresar (pp. 405 – 406).

J. Ventajas y desventajas de la exportación directa

Hill (2011) menciona que muchos negocios empiezan su ampliación a nivel mundial siendo exportadores y luego adquieren una forma de satisfacer al mercado externo con cierta empresa del país de destino o instaurando sucursales o subsidiarias propias. Cada modo de estos cuenta con ventajas y desventajas. Los altos gerentes requieren de tener conocimiento de manera cuidadosa.

c. Ventajas

- Intentar de no correr con propios gastos con respecto a las actividades de elaboración en el país de destino.
- Aporta a que las organizaciones alcancen economías de ubicación instauradas en experiencia.

Al elaborar un artículo en un lugar específico y comercializarlo al exterior, la organización puede elaborar economías importantes por la cantidad de ventas en dicho nivel.

d. Desventajas

- La exportación desde la empresa no ha de ser adecuada si hay lugares de elaboración con menores costos en el exterior. De esa manera, especialmente las organizaciones que admiten estrategias internacionales deben tener en cuenta que es una mejor opción elaborarlas en un lugar donde las circunstancias sean más beneficiosas para crear valor, realizar el comercio desde ahí.
- Otra dificultad para esta operación son los altos costos de transporte puede quitarle el ser rentable principalmente en bienes a granel.
- Otra dificultad es que las barreras arancelarias quitan rentabilidad, ya que adhiere riesgos en la operación de exportar.
- Así mismo otra dificultad viene a ser cuando el país con quien se establece algún acuerdo encomienda a un tercero a realizar las

actividades de marketing, servicios e incluso ventas a un elemento local.

K. Estrategias para minimizar los riesgos en una exportación

Araujo (2009) expresa que en diversas ocasiones se dice sobre los riesgos que tiene la exportación, a menudo hay oportunidades como riesgos, no obstante, en ocasiones no pueden ser superados. Es posible hallar determinadas estrategias esenciales con el fin de reducir los riesgos de una exportación:

- Tener un mayor conocimiento del cliente.
- Examine las formas de pago.
- Tenga en resguardo las cuentas por cobrar.
- Obtener un buen financiamiento.
- Tener los documentos acordes a ley.
- Determine pactos tácticos provisionales.

Lo que mejor se recomienda es tener frente a frente con el comprador objetivo. Brindan un momento excepcional. Estudie si su Estado coordina viajes extranjeros a eventos con diversas culturas.

Dichas misiones comerciales, coordinadas de manera oficial, poseen la puerta para brindar apoyo al individuo que no tiene vivencias en estos tipos de eventos, reúne a empresarios de un mismo sector y también minimiza de forma significativas los costes.

Ciertos países coordinan lo que se denomina misión comercial opuesta, en el cual los clientes potenciales son invitados a conocer una nación, con una agenda ya determinada de contactos comerciales.

En caso no sea posible viajar a tener en cuenta que a menudo ha posibilidades de recaudar datos del cliente objetivo. El empleo de los instrumentos en línea hace que el trabajo muy simple.

También cada nación tiene a su disposición a agente llamados agregados comerciales, se realizar contacto.

Para finalizar tenga en cuenta que a menudo existen probabilidades de solicitar un informe comercial por medio de una agencia.

a. Investigue las actuales formas de pago y seleccione de manera cuidadosa

El modo que otorga mayor seguridad, sin duda, se establece a través de la carta de crédito ya que la entidad financiera emisor es aquella que garantizará la operación.

b. Tenga en resguardo las cuentas por cobrar

Por descabellado que suene, es posible que las condiciones cambien de forma significativa en lo largo de la exportación. Como en el caso, es posible que el estado de una nación del comprador imponga restricciones a las exportaciones o transformar políticas financieras. Es cuando el comprador está expuesto al quiebre o sencillamente rechazar a pagar después de recibir la mercadería.

c. Obtener un buen financiamiento

Las organizaciones que comercializan bienes de equipo a menudo dar tiempo de pago a futuro, es usual que el comprador de un equipo pida hasta 3 años o inclusive más pagarla.

d. Tener los documentos acordes a la ley

Para tener mayor certeza que la operación es recomendable realizar una serie de consultas en temas legales a un especialista en leyes que haya tenido experiencia en contratos de compra y venta internacional. Cuando se trate de una asesoría sobre trámites aduaneros se debe contar con la asesoría de un

agente de aduanas pues nos brindará información de toda la documentación necesaria. Tenga en cuenta que, es muy complicado que pueda cobrarlo.

e. Determine pactos tácticos provisionales

Existen dos tipos de pactos a considerar. La primera es la asociación (transitoria o no) con diversos fabricantes nacionales para realizar una oferta en grupo (no son competidores las empresas nacionales, pueden ser aliadas en el comercio internacional), distribuir los egresos designando, como en el caso de un gerente de exportaciones para este conjunto, entre otros.

El segundo es tener en cuenta una agente nacional o representante y se establezca. Es beneficioso tener porque con ello se puede desarrollar a dificultades nacionales (pp. 14 – 16).

L. Razones para exportar

Daniels, Radebaugh, & Sullivan (2013) señalan que la globalización ha hecho posible que gran cantidad de compañías puedan adaptarse a cambios, sepan más sobre las culturas y sobre todo se encuentren en la búsqueda de diferencias y procuren acrecentarlas.

Bajo una visión estratégica, las empresas con la necesidad de internacionalizarse acuden a diversos tipos de estrategias con el fin de que por medio de estas puedan ingresar su oferta a otros países, para obtener mayores márgenes de rentabilidad, considerando las capacidades y recursos.

Cada una de estas estrategias implica un cierto grado de riesgo, esto debido a que cada país es diferente en distintos contextos como económicos, políticos y legales. La empresa podrá lograr el éxito si cuenta con una competencia.

Las empresas que desean llegar a internacionalizarse e ingresar a nuevos mercados, ya sea por diversos motivos.

Para ello, deben de seleccionar la forma más adecuada para cumplir con ese objetivo que desean obtener en el mercado extranjero, una de estas modalidades es la exportación a través de ella la empresa adquiere ventajas respecto a los demás competidores locales debido a la diversificación de sus mercados, y la incorporación de tecnología que genera mayores márgenes de ganancias y reduce los costos de operación

Existen aspectos que se deben considerar la exportación, por un lado, la situación actual de la empresa como los recursos disponibles y los productos que comercializará; y, por otro lado, la situación vigente del mercado al desear ingresar, y todos los riesgos que implica este proceso. Existe diversas razones que motivan a una organización a exportar, como las siguientes:

a. Rentabilidad

Sin duda alguna, el elemento esencial de la exportación es incrementar la rentabilidad de una organización. Por lo general, las empresas realizan el comercio del producto a precios muy elevados en el mercado externo que en su propia nación.

Es posible que los mercados internacionales carezcan de opciones competitivos o es posible que tiene diversas fases. Los productos maduros desatan un enfrentamiento de precios, en tanto que los niveles de crecimiento en los mercados internacionales posibilitan obligar a tener precios elevados. Además, las exportaciones posibilitan tener un mayor alcance de ventas.

b. Productividad

Por lo general, la productividad se encuentra vinculada a resultante de escala, al tomar en cuenta la destreza no usada, al repartir los costes de estudios entre una mayor cantidad de cliente, o también repartir los costes de estudios a una mayor cantidad de consumidores, se optimiza la eficiencia operativa. Por ende, comercializar una mayor cantidad de productos a más mercados fomenta una mayor rentabilidad en la productividad.

También, el flujo de saber entre compradores y competidores internacionales exportadores incentiva a las exportaciones a realizar innovaciones.

c. Diversificación

Existe la posibilidad que el desarrollo de clientes de diversos mercados minimice la susceptibilidad en la pérdida del comprador nacional. Además, las diferentes tasas de crecimiento en diversos mercados posibilitan a una empresa a usar ventas decisivas en una nación para contrarrestar las pocas ventas de otro.

A largo plazo, diferentes compañías tendrán por objetivo diversificarse por medio de la exportación (pp. 486 – 487).

2.3. Definición de términos básicos

Variable independiente: gestión de los procesos

Este es un grupo de tareas relacionadas entre sí y de recursos que varían unas mercancías o datos en otras mercancías o datos (Velasco, 2010).

Integración de la Gestión por Procesos en la Organización

La meta de esta dimensión es consolidarlo en la compañía, en primera instancia para saber de ella, después para vincularla con otras relevantes definiciones de gestión y para concluir integrarla a la compañía a través del empleo en cinco áreas: estrategia, individuos, procesos, estructura y tecnología (Salazar, 2018).

Representación visual de los procesos

La meta de esta dimensión es el adecuamiento visual de los procesos, donde tres patrones muestran toda la rutina de la compañía (Salazar, 2018).

Gestión estratégica de los procesos

La meta de esta dimensión es priorizar los procesos con la táctica de la compañía. Tarea que del mismo modo llega al concepto de indicadores y la gestión de peligro. Teniendo la gestión de procesos un gran timón para las modificaciones, la misma debe centrarse en lo relevante para la compañía, visto en un plan táctico. (Salazar, 2018).

Optimización de procesos

La meta de esta dimensión es moldear, llevar a cabo y formalizar la variación requerida en los procesos, terminando en que adecuadamente emplee la nueva manera de llevar a cabo las cosas. (Salazar, 2018).

Excelencia operacional

La meta de esta dimensión es obtener la excelencia en operaciones, ha pasado lo relevante, la variación en el proceso está correctamente dado. Lo que sigue son las tareas a llevar a cabo a través de la vida ventajosa del nuevo diseño, visto en la praxis (Salazar, 2018).

Variable dependiente: Exportación directa

Comprende la venta de un comercializador frontalmente desde el mercado base o una filial de ventas de este mismo, a un individuo que importa, distribuye o adquiere de forma final ubicado en un mercado externo (Martín & Martínez, 2012).

Ambiente del mercado internacional

Saber sobre esto es vital en la exportación, del mismo modo se clasifica en 2 determinantes (Virginia, 2017).

Volumen de ventas

Generar un mercado consumista es costos, aun para el mismo estado; generarlo en el exterior será sin incertidumbre más elevado, por esto, si se busca obtener un gran número de ventas foráneas (Virginia, 2017).

Cotizaciones

En los mercados foráneos existen diversos criterios a observarse y su relevancia cambia de acuerdo a las diferentes adversidades o términos que se integren en las cotizaciones. Ciertos criterios en el interior de las mismas son fijar el vínculo con la clase de moneda, si se ajusta a descuentos y que se fije de acuerdo a lo cuantitativo y cualitativo (Virginia, 2017).

Comercialización

Las organizaciones que obtuvieron un gran triunfo en la venta local no cuentan con la certeza de que del mismo modo lo lograrán en el exterior. Por ello en la fase de venta se tiene que dar más relevancia a la competencia, medidas de mercado y parámetros comerciales (Virginia, 2017).

Aptitud o destreza

Se emplea refiriéndose a la actitud centrada en el desenvolvimiento certificado para obtener fines medibles (Maldonado, 2018).

Aptitud del proceso

Se da para generar mercancías observando las restricciones de detalles de calidad (Maldonado, 2018).

Capacidad medida

Basada en que la aptitud del proceso se medirá según la información que de la misma forma, son la obtención de la medición del empleo llevado a cabo en el proceso (Maldonado, 2018).

Capacidad inherente

Basada en la uniformidad de la mercancía que se obtiene de un proceso que se halla manejado estadísticamente, esto es, por carencia de motivos principales o generadores de cambios (Maldonado, 2018).

Variabilidad natural

La mercancía elaborada no coincide entre tales, sino que es modificable, cuando el proceso es estable, solo intervienen los motivos típicos de cambios en los rasgos de calidad (Maldonado, 2018).

Valor nominal

Los rasgos de calidad cuentan con un valor ideal adecuado que es el que quisiéramos para la totalidad de unidades elaboradas sin embargo no se consigue aun cuando todo marche adecuadamente por la existencia de los cambios naturales (Maldonado, 2018).

La implicación se consigue desde la participación, no desde la imposición

El establecimiento para la gestión y optimización de los procesos en las compañías tiene que llevarse a cabo de la manera más participable y así se lograra minimizar el proyecto, permitir la intervención en el bosquejo del proceso a los sujetos que lo llevan a cabo y que por razones obvias lo conocen, impedir las imposiciones desde instancias más elevadas, qué dificultan la etapa de implantación, y normalmente desperdician todo el ahínco y las ganas (Maldonado, 2018).

Encuentre que es lo verdaderamente importante para su empresa

Para notificar e instruir a los trabajadores desde la perspectiva empírica, lo más recomendable es llevar a cabo unas charlas de empleo donde se les brinde instrucción correcta (Maldonado, 2018).

Busque propietarios

El paso que continúa es lógico: Sin gestión no puede hallarse acciones de instrumentos sin un dueño. Por ello, tenemos que dar a cada uno de los procesos fijados en el mapa de estos un dueño (Maldonado, 2018).

Piense en cómo mejorar desde el primer momento

Observemos cual es la manera adecuada de manejar el proceso y de ser factible optimizarlo (Maldonado, 2018).

A dónde queremos llegar

En este punto ya llevamos a cabo la parte complicada o burocrática, como es escribir los procedimientos (Maldonado, 2018).

Tener conocimiento sobre las ventas

Usualmente lo que va bien en el mercado nacional del comerciante no se da de la misma manera en otro lugar. Ello es significativo especialmente en lo que se refiere a las compensaciones (Czinkota & Ronkainen, 2017).

Analizar al cliente

La conducta del cliente ocupa de variaciones en relación a los mercados, lo que significa que debe adaptarse a las ventas (Czinkota & Ronkainen, 2017).

Trabajar con la cultura

Deben fijarse metas adaptadas a la realidad para los comerciantes instaurados en sus expectativas de cultura. Ello es aplicable cuando se fijan metas y reglas como las cuotas, etc. (Czinkota & Ronkainen, 2017).

Aprender de sus representantes locales

Si las ventas notan una diferencia entre el artículo de la organización internacional y el mercado, tanto como la ausencia de facultad para resolverlo, el efecto ha de ser deficiente. Las ventas a nivel local son un activo para el comerciante, debido a su vínculo estrecho con los consumidores (Czinkota & Ronkainen, 2017).

Elementos históricos

Con respecto a Latinoamérica, las compañías han estado enfocadas en gran parte al mercado interior, debido a que se encuentran protegidas por los aranceles a la importación, debido a que no cuentan en su mayoría con artículos de alta competitividad (Minervini, 2014).

Elementos culturales

Generalmente, la persona latina intenta lograr efectos en un tiempo corto, a la vez que la exportación, por sí mismo es una operación que requiere efectos en un plazo de tiempo mediano a largo (Minervini, 2014).

Elementos estructurales

Gran parte de los países de Latinoamérica se encuentra lejos de los fundamentales flujos de comercio (Minervini, 2014).

Estrategia de diferenciación

Involucra el esbozo de una táctica en cada estado, ajustada a sus esenciales rasgos monetarios, sociales culturales y normativos (Martín & Martínez, 2012).

Estrategia de globalización

Busca que las distinciones sociales, culturales y económicas no generen esencialmente ajustarse a una táctica (Martín & Martínez, 2012).

Estrategia de penetración

Son las que debe tomar la compañía al instante de fijar su táctica de internacionalización es la que hacen simular una complejidad inalcanzable (Martín & Martínez, 2012).

Exportadores ocasionales

Esta clase de compañía ha mezclado pedidos no requeridos a compradores extranjeros, pero estudia pasivamente, en caso así fuera, las alternativas de comercio internacional (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013).

Exportadores regulares

Esta clase de compañía va furiosamente tras las ventas de exportación y contiene una vasta praxis con los criterios de este tipo, dificultades y tecnicismos (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013).

No exportadores

Esta clase de compañía carece de saberes sobre la exportación. Frecuentemente no otorga intenciones, actual o futura de intervenir en el comercio exterior (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013).

Venta directa

La compañía oferta directamente a sus usuarios últimos en mercados foráneos mediante sus vendedores, esto es, representantes de comercialización propios que se desempeñan de forma común a estos mercados ejerciendo su labor mercantil (Martín & Martínez, 2012).

Agentes y distribuidores

Esta manera de ingreso es básicamente fácil, ágil y barata (Martín & Martínez, 2012).

Establecimiento Subsidiaria Comercial

Se conceptúa en una decisión de la compañía centrándose en el mercado elegido para conseguir un más alto manejo del mix de la entidad (Martín & Martínez, 2012).

Rentabilidad

Sin duda alguna, el elemento esencial de la exportación es incrementar la rentabilidad de una organización. Por lo general, las empresas realizan el comercio del producto a precios muy elevados en el mercado externo que en su propia nación (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013).

Productividad

Por lo general, la productividad se encuentra vinculada a resultante de escala, al tomar en cuenta la destreza no usada, al repartir los costes de estudios entre una mayor cantidad de cliente, o también repartir los costes de estudios a una mayor cantidad de consumidores, se optimiza la eficiencia operativa (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013).

2.4. Hipótesis de investigación

2.4.1. Hipótesis general

La gestión de los procesos influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

2.4.2. Hipótesis específicas

- a. La integración de la gestión de procesos en la organización influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.
- b. La representación visual de los procesos influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.
- c. La gestión estratégica de procesos influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.
- d. La optimización de procesos influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.
- e. La excelencia operacional influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

2.5. Operacionalización de las variables

Variable independiente	Dimensiones	Indicadores
GESTION DE PROCESOS	<i>Integración de la Gestión por Procesos en la Organización</i>	“Conocer a la gestión de procesos, Alinear la gestión por procesos con otros conceptos de gestión, Incorporado de gestión por procesos” (Salazar, 2018, p. 85).
	<i>Representación visual de los procesos</i>	“Diseñar el mapa de procesos, Modelo de los procesos” (Salazar, 2018, p. 85).
	<i>Gestión estratégica de los procesos</i>	“Priorizar los procesos, Evaluar los procesos, Definido los indicadores” (Salazar, 2018, p. 85).
	<i>Optimización de procesos</i>	“Gestión de riesgos, Mejora de procesos, Rediseñar procesos, Elaborar el procedimiento” (Salazar, 2018, p. 85).
	<i>Excelencia operacional</i>	“Implementar el procedimiento, Controlar los procesos, Mejora continua de la excelencia operacional” (Salazar, 2018, p. 85).

Fuente: Salazar (2018).

Variable Dependiente	Dimensiones	Indicadores
EXPORTACION DIRECTA	<i>Ambiente del mercado internacional</i>	“Factores controlables, Factores incontrolables” (Virginia, 2017, p. 39).
	<i>Volumen de ventas</i>	“Factores económicos, Precio, Población” (Virginia, 2017, p. 39).
	<i>Cotizaciones</i>	“Con relación al tipo de moneda, Sujeto a descuentos, En base a la calidad, En base a la cantidad” (Virginia, 2017, p. 39).
	<i>Comercialización</i>	“Competencia, Tendencias de mercado, Políticas comerciales” (Virginia, 2017, p. 39).

Fuente: Virginia (2017)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico

3.1.1. Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo aplicada porque “busca conocimientos con fines de aplicarlo inmediatamente a la realidad para modificarlo, es decir, presenta solución a problemas prácticos” (Díaz, Escalona, Castro, León, & Ramírez, 2013).

3.1.2. Nivel de investigación

El nivel de investigación es explicativo. Porque “parten de descripciones suficientemente exhaustivas de una cierta realidad bajo estudio y de la necesidad de conocer porqué ciertos hechos de esa realidad ocurren del modo escrito” (INEGI, 2005, pág. 23). Además, “Su fin primordial es determinar las causas de los fenómenos, para lo cual integran las diversas teorías que permiten explicar e interpretar los hechos” (INEGI, 2005, pág. 23).

3.1.3. Diseño

La investigación es de diseño no experimental. “Las investigaciones de diseño no experimental se definen como las investigaciones que se realizan sin manipular deliberadamente a las variables de estudio” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

3.1.2. Enfoque

La tesis es de enfoque mixta. “En esta clasificación podemos agrupar aquellas tesis en las que, tomando en cuenta el tema a investigar y el objeto de

estudio, el investigador utiliza dos enfoques: el cuantitativo y el cualitativo” (Muñoz, 2011, pág. 22).

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

27 trabajadores de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., provincia de Huaura.

3.2.2. Muestra

No se realizó el cálculo.

3.3. Técnicas de recolección de datos

La técnica fue la encuesta. El instrumento utilizado fue dos cuestionarios. Los cuestionarios evaluaron la “Gestión por procesos” y la “Exportación directa”.

Validación del cuestionario

Se observa que el valor es de 0,769 y 0,809 por lo tanto son válidos los cuestionarios.

<i>KMO y prueba de Bartlett del cuestionario de gestión por procesos</i>		
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,769
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	1744,622
	gl	465
	Sig.	,000

<i>KMO y prueba de Bartlett del cuestionario de exportación directa</i>		
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,809
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	1435,221
	gl	325
	Sig.	,000

Confiabilidad del cuestionario

Se utilizó el método de Alfa de Cronbach, obteniéndose un valor de 0,952 y 0,924 siendo los resultados confiables.

<i>Estadísticos de fiabilidad del cuestionario de gestión por procesos</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,952	31

<i>Estadísticos de fiabilidad del cuestionario de exportación directa</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,924	26

3.4. Técnicas para el procesamiento de la información

Prueba de normalidad: Shapiro Wilk. Estadístico de prueba: Estadístico de Pearson.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Análisis de resultados

A. Análisis descriptivo de la variable Gestión por procesos

Totalmente desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de Acuerdo
1	2	3	4	5

Tabla 1

Integración de la gestión de procesos en la organización

	1		2		3		4		5	
	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P
1. La empresa ha realizado los aportes en las definiciones y conceptos de la gestión por procesos.	2	7,4%	0	0,0%	14	51,9%	11	40,7%	0	0,0%
2. La empresa proporciona una visión integral para dar a conocer la gestión de procesos.	2	7,4%	0	0,0%	15	55,6%	8	29,6%	2	7,4%
3. Existe una visión sistemática para entender como la empresa alinea a la gestión por procesos con los conceptos de exportación.	2	7,4%	0	0,0%	3	11,1%	11	40,7%	11	40,7%
4. Existe un modelo integral de cambio en la empresa para incorporar la gestión por procesos.	2	7,4%	8	29,6%	5	18,5%	7	25,9%	5	18,5%
5. Considera Usted, que la incorporación de la Gestión por Procesos en la empresa se ha realizado de forma paralela y armónica.	0	0,0%	11	40,7%	7	25,9%	4	14,8%	5	18,5%

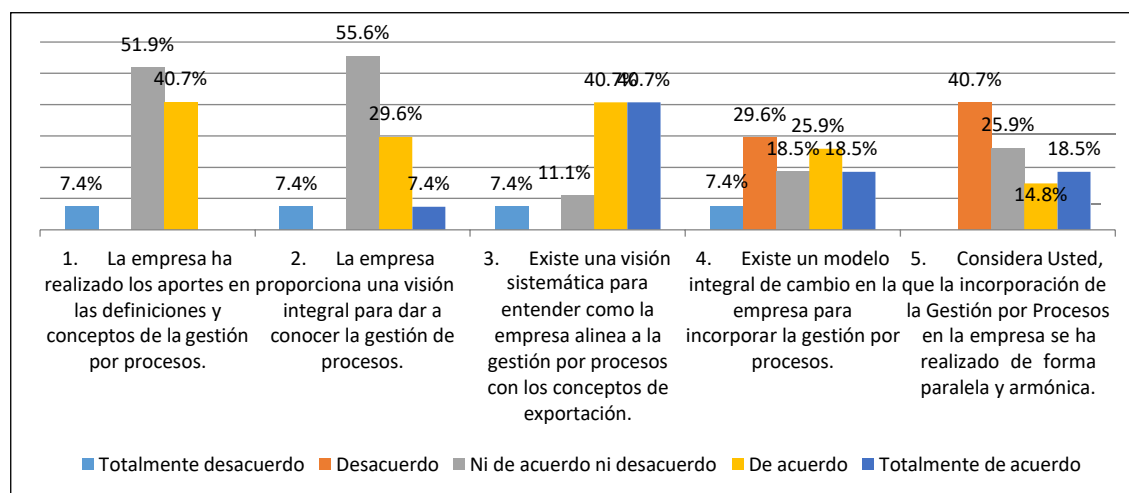


Figura 1. Integración de la gestión de procesos en la organización.

Se observa en la Tabla 1 que en el caso del 40,7% manifestaron que casi nunca consideran que la incorporación de la Gestión por Procesos en la empresa se ha realizado de forma paralela y armónica y el 37% determinó que no existe un modelo integral de cambio en la empresa para incorporar la gestión por procesos.

Tabla 2

Representación visual de los procesos.

	1		2		3		4		5	
	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P
6. Existe una representación visual de los procesos entendible de lo que se hace y como se hace.	3	11,1%	5	18,5%	3	11,1%	3	11,1%	13	48,1%
7. Considera Usted, que el mapa de procesos de la empresa permite reconocer la totalidad del hacer de la organización y ubicar en su contexto cualquier proceso específico.	2	7,4%	3	11,1%	4	14,8%	6	22,2%	12	44,4%
8. Considera Usted, que el modelamiento de los procesos permite gestionar de forma óptima a la empresa.	1	3,7%	4	14,8%	6	22,2%	5	18,5%	11	40,7%
9. El modelo de los procesos brinda la oportunidad de organizar y documentar la información sobre un sistema.	2	7,4%	2	7,4%	5	18,5%	2	7,4%	16	59,3%

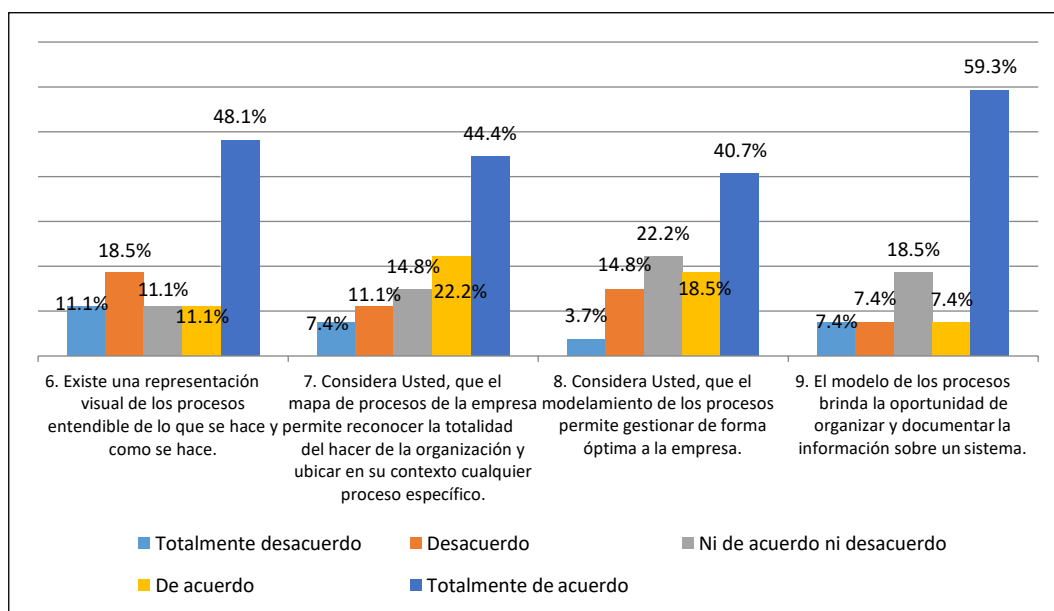


Figura 2. Representación visual de los procesos.

Se observa en la Tabla 2 que el 29,6% mencionaron que no existe una representación visual de los procesos entendible de lo que se hace y como se hace, y el 18,5% mencionó que no consideran que el modelamiento de los procesos permite gestionar de forma óptima a la empresa.

Tabla 3

Gestión estratégica de procesos.

		1		2		3		4		5	
		F	P	F	P	F	P	F	P	F	P
10. Considera Usted, que en la empresa se han identificado factores de decisión para priorizar procesos.	2	7,4%	0	0,0%	9	33,3%	7	25,9%	9	33,3%	
11. Existe criterios objetivos para priorizar desde la estrategia de la empresa los procesos.	3	11,1%	0	0,0%	6	22,2%	6	22,2%	12	44,4%	
12. Considera Usted, que entre la situación actual y la deseada de la empresa la evaluación de procesos permite el camino de la optimización.	2	7,4%	1	3,7%	9	33,3%	9	33,3%	6	22,2%	
13. Existe una correcta evaluación de los procesos que permite armonizar con los objetivos de la empresa.	2	7,4%	0	0,0%	5	18,5%	9	33,3%	11	40,7%	
14. Considera Usted, que los indicadores implementados en la empresa permite controlar y optimizar los procesos.	2	7,4%	0	0,0%	4	14,8%	8	29,6%	13	48,1%	
15. Existen indicadores que estén orientados a la finalidad de los procesos.	2	7,4%	0	0,0%	9	33,3%	6	22,2%	10	37,0%	

16. Considera Usted, que en la empresa se han identificado factores de decisión para priorizar procesos.	2	7,4%	1	3,7%	4	14,8%	10	37,0%	10	37,0%
17. Se han establecido criterios que permitan minimizar los riesgos para cumplir con la misión de la empresa.	4	14,8%	0	0,0%	8	29,6%	9	33,3%	6	22,2%
18. La empresa tiene implementado en cada proceso respuestas oportunas que contribuya hacer más eficiente el trabajo.	3	11,1%	0	0,0%	10	37,0%	7	25,9%	7	25,9%

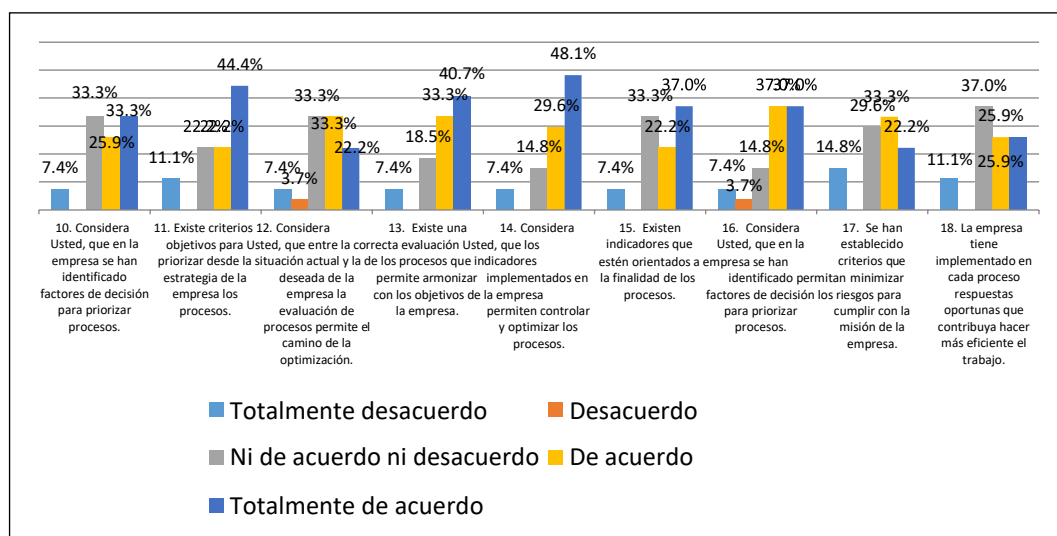


Figura 3. Gestión estratégica de procesos.

Se observa en la Tabla 3 que el 14,8% de los encuestados manifestaron que nunca se han establecido criterios que permitan minimizar los riesgos para cumplir con la misión de la empresa y en el caso del 11,1% mencionaron que la empresa nunca tiene implementado en cada proceso respuestas oportunas que contribuya hacer más eficiente el trabajo, asimismo mencionaron que nunca existe criterios objetivos para priorizar desde la estrategia de la empresa los procesos.

Tabla 4

Optimización de procesos.

	1		2		3		4		5	
	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P
19. La mejora los procesos está relacionado con optimizar la efectividad y eficacia.	1	3,7%	2	7,4%	2	7,4%	10	37,0%	12	44,4%
20. Mejorar los procesos permite a la empresa reforzar los mecanismos internos para responder a las contingencias.	1	3,7%	2	7,4%	3	11,1%	11	40,7%	10	37,0%
21. Considera Usted, que el rediseño de los procesos brinda un cambio positivo en los resultados que espera alcanzar la empresa.	3	11,1%	3	11,1%	4	14,8%	7	25,9%	10	37,0%
22. Considera Usted, que el rediseño de un proceso permite alcanzar un rendimiento organizacional con base en el aumento de la eficiencia y la efectividad.	9	33,3%	5	18,5%	7	25,9%	0	0,0%	6	22,2%
23. Considera Usted, que todos los procesos tienen elaborados sus procedimientos.	7	25,9%	6	22,2%	7	25,9%	2	7,4%	5	18,5%
24. Existe una buena elaboración de los procedimientos que se encuentran establecidos en la empresa.	3	11,1%	5	18,5%	11	40,7%	5	18,5%	3	11,1%
25. La implementación de procedimientos eficaces contribuye a resultados óptimos.	8	29,6%	2	7,4%	9	33,3%	1	3,7%	7	25,9%
26. La empresa da a conocer los procedimientos implementados en los procesos.	6	22,2%	6	22,2%	4	14,8%	1	3,7%	10	37,0%

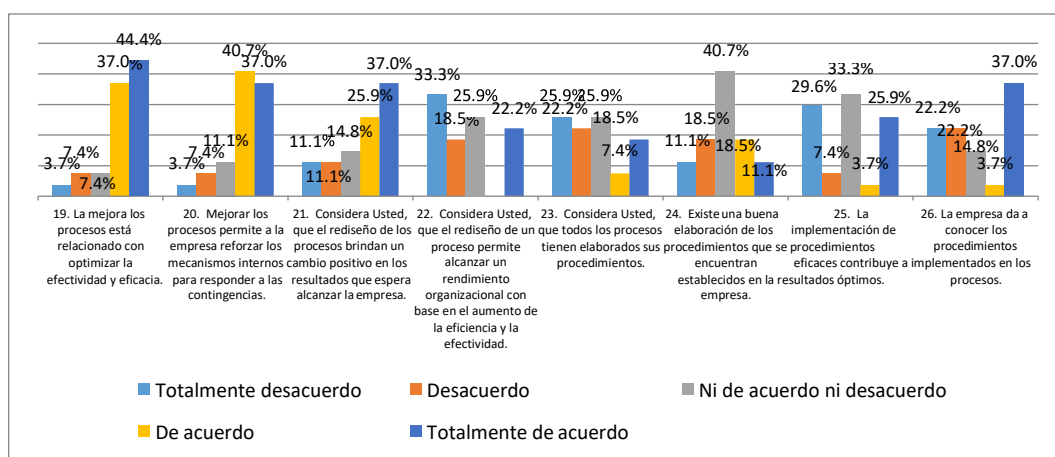


Figura 4. Optimización de procesos.

Se observa en la Tabla 4 que el 51,8% mencionaron que no consideran que el rediseño de un proceso permite alcanzar un rendimiento organizacional con base en el aumento de la eficiencia y la efectividad, en el caso del 48,1% mencionó que no considera que todos los procesos tienen elaborados sus procedimientos. Finalmente, en el caso del 44,4 determinó que la empresa no da a conocer los procedimientos implementados en los procesos.

Tabla 5

Excelencia operacional

	1		2		3		4		5	
	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P
27. La empresa cuenta con herramientas que agilizan y aseguran el seguimiento de los procesos.	8	29,6%	0	0,0%	13	48,1%	0	0,0%	6	22,2%
28. El control operacional a los procesos permite a la empresa ser más competitiva.	6	22,2%	2	7,4%	13	48,1%	0	0,0%	6	22,2%
29. La mejora continua debe ser un objetivo permanente en la empresa.	7	25,9%	0	0,0%	0	0,0%	14	51,9%	6	22,2%
30. La empresa contribuye a una filosofía de gestión, y la participación activa de todas las personas para realizar la mejora continua.	10	37,0%	0	0,0%	4	14,8%	7	25,9%	6	22,2%
31. Existen buenas prácticas en la empresa, producto de la mejora continua de sus procesos.	8	29,6%	0	0,0%	13	48,1%	0	0,0%	6	22,2%

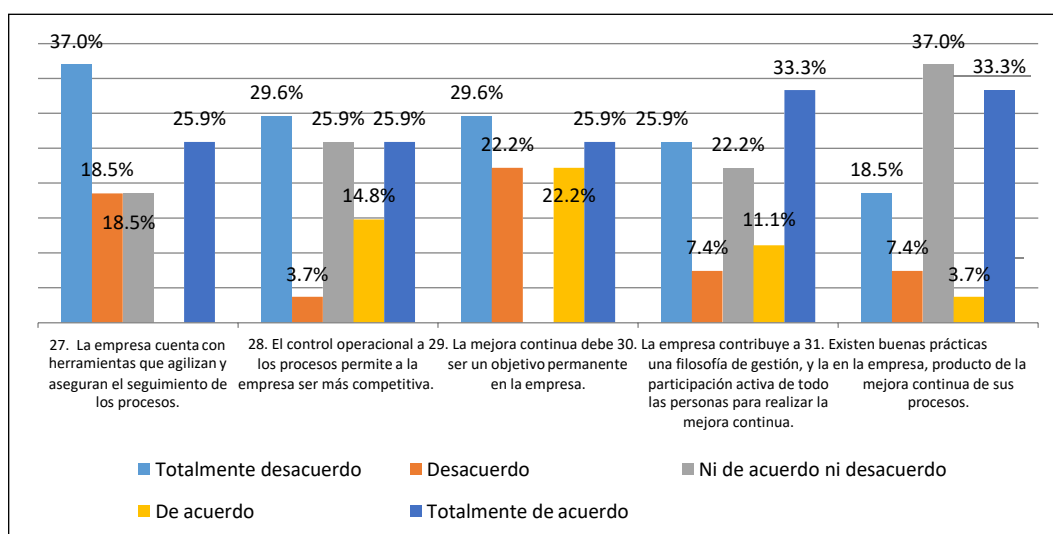


Figura 5. Excelencia operacional.

Se observa en la Tabla 5 que el 29,6% determinaron que la empresa cuenta no con herramientas que agilizan y aseguran el seguimiento de los procesos, asimismo mencionaron que no existe buenas prácticas en la empresa, producto de la mejora continua de sus procesos y en el caso del 25,9% mencionaron que la mejora continua debe ser un objetivo permanente en la empresa.

B. Análisis descriptivo de la variable Exportación directa

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Tabla 6

Ambiente del mercado internacional

	1		2		3		4		5	
	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P
1. ¿Sus factores controlables son importantes en el ambiente del mercado internacional?	7	25,9%	0	0,0%	14	51,9%	0	0,0%	6	22,2%
2. ¿Sus factores controlables son determinados por la propia empresa a través de la gerencia general?	5	18,5%	2	7,4%	14	51,9%	0	0,0%	6	22,2%
3. ¿Los factores incontrolables son importantes en el ambiente del mercado internacional?	6	22,2%	0	0,0%	0	0,0%	15	55,6%	6	22,2%
4. ¿Sus factores incontrolables son determinados por la parte externa de la gerencia general?	10	37,0%	0	0,0%	4	14,8%	7	25,9%	6	22,2%

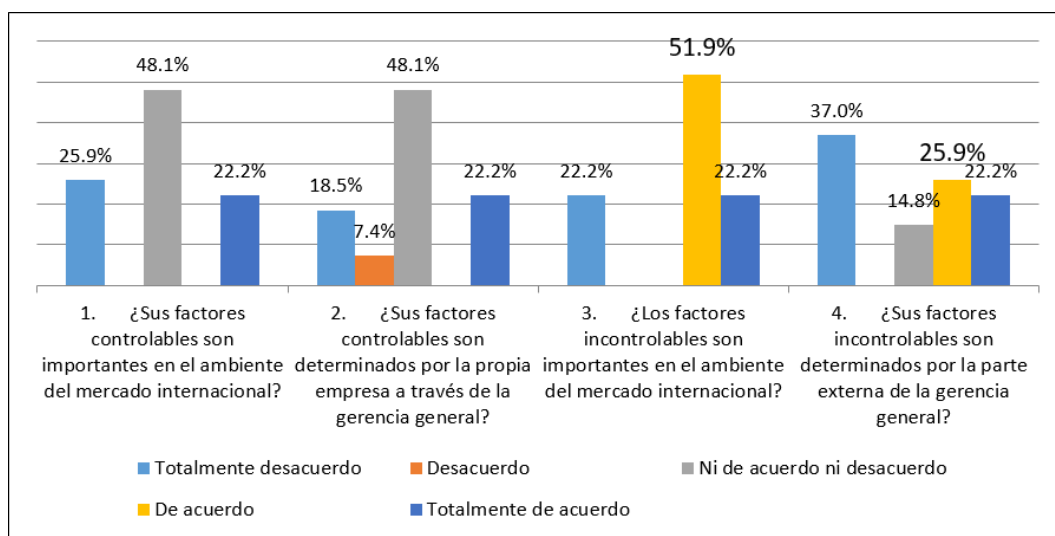


Figura 6. Ambiente del mercado internacional.

Se observa en la Tabla 6 que el 25,9% mencionaron que predominó el nunca respecto a la primera pregunta, en el caso del 37% mencionaron que predominó el nunca respecto a la cuarta pregunta.

Tabla 7

Volumen de ventas

		1		2		3		4		5	
		F	P	F	P	F	P	F	P	F	P
5. ¿El factor económico es fundamental en el volumen de ventas?	8	29,6%	1	3,7%	3	11,1%	5	18,5%	10	37,0%	
6. ¿La empresa exportadora identifica el poder económico de sus clientes potenciales?	13	48,1%	1	3,7%	4	14,8%	0	0,0%	9	33,3%	
7. ¿Determinar el precio es importante en el volumen de ventas?	11	40,7%	1	3,7%	3	11,1%	2	7,4%	10	37,0%	
8. ¿La empresa exportadora determina el precio según el destino final de la mercancía?	5	18,5%	0	0,0%	7	25,9%	6	22,2%	9	33,3%	
9. ¿Conocer la población es fundamental en el volumen de ventas?	11	40,7%	0	0,0%	10	37,0%	0	0,0%	6	22,2%	
10. ¿La empresa exportadora está atento a la preferencia de la población?	10	37,0%	0	0,0%	7	25,9%	2	7,4%	8	29,6%	

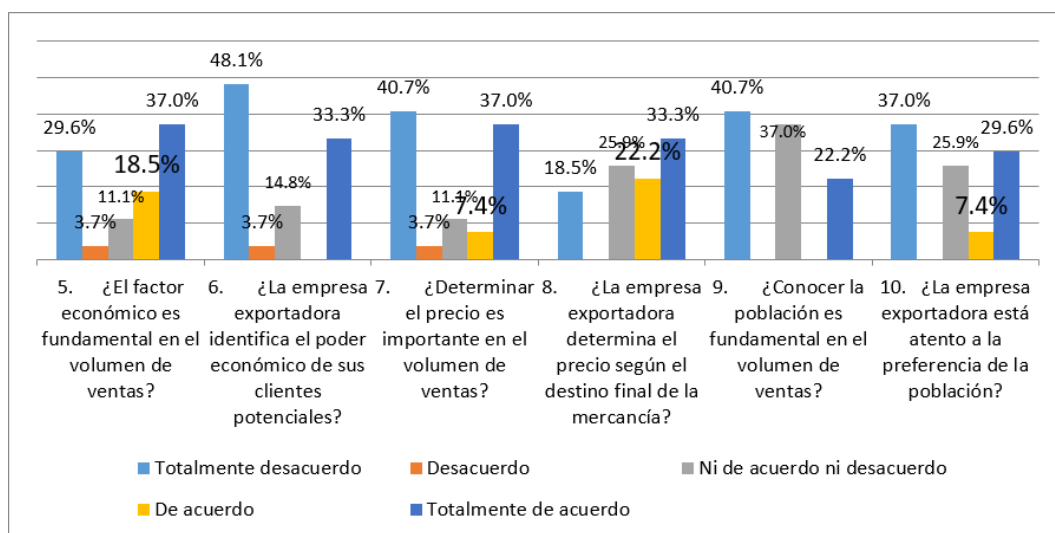


Figura 7. Volumen de ventas.

Se observa en la Tabla 7 que el 48,1% señalaron la opción nunca respecto a la sexta pregunta, en el caso del 40,7% señalaron la opción nunca respecto a la séptima y novena pregunta del cuestionario.

Tabla 8

Cotizaciones

	1		2		3		4		5	
	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P
11. ¿La empresa exportadora cotiza en moneda internacional?	0	0,0%	8	29,6%	5	18,5%	9	33,3%	5	18,5%
12. ¿La empresa exportadora cotiza en moneda nacional?	8	29,6%	0	0,0%	4	14,8%	10	37,0%	5	18,5%
13. ¿Los descuentos son necesarios en las cotizaciones?	0	0,0%	0	0,0%	10	37,0%	5	18,5%	12	44,4%
14. ¿La empresa exportadora le realiza descuentos a las empresas que importan con frecuencia?	8	29,6%	0	0,0%	5	18,5%	6	22,2%	8	29,6%
15. ¿La calidad es importante en las exportaciones?	11	40,7%	2	7,4%	6	22,2%	7	25,9%	1	3,7%
16. ¿La calidad eleva el precio final de las exportaciones?	18	66,7%	0	0,0%	4	14,8%	0	0,0%	5	18,5%
17. ¿La calidad disminuye el precio final de las exportaciones?	15	55,6%	2	7,4%	4	14,8%	1	3,7%	5	18,5%
18. ¿La cantidad es importante en las exportaciones?	13	48,1%	5	18,5%	0	0,0%	4	14,8%	5	18,5%
19. ¿La cantidad eleva el precio final de las exportaciones?	12	44,4%	0	0,0%	9	33,3%	2	7,4%	4	14,8%
20. ¿La cantidad disminuye el precio final de las exportaciones?	11	40,7%	1	3,7%	11	40,7%	0	0,0%	4	14,8%

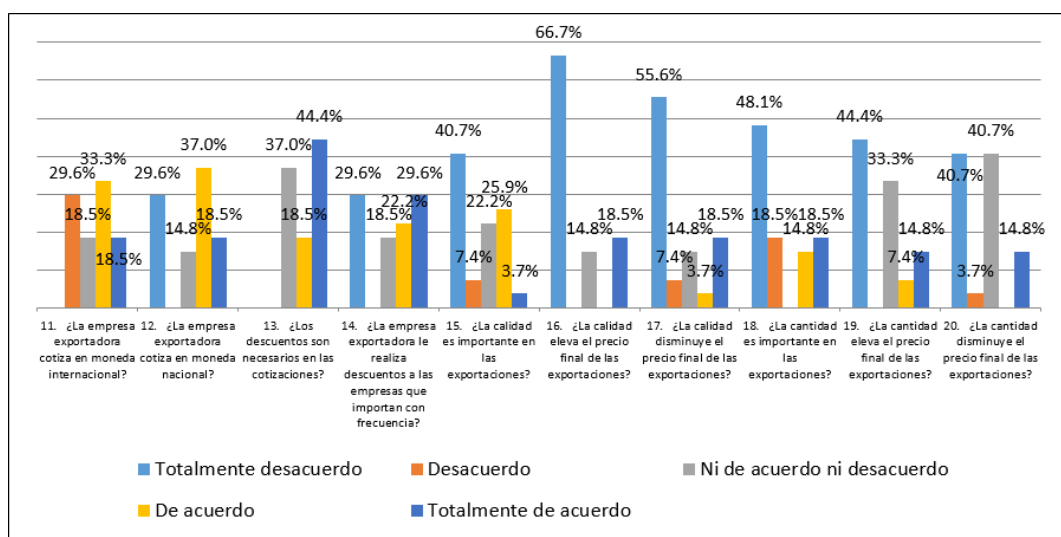


Figura 8. Cotizaciones.

Se observa en la Tabla 8 que el 66,7% manifestaron que predomina la opción nunca respecto a la pregunta dieciseisava; el 55,6% menciona que predomina la opción nunca respecto a la pregunta diecisieteava, 48,1% menciona que predomina la opción nunca respecto a la pregunta dieciochoava.

Tabla 9

Comercialización.

	1		2		3		4		5	
	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P
21. ¿La competencia es importante en la comercialización?	3	11,1%	0	0,0%	0	0,0%	4	14,8%	20	74,1%
22. ¿La empresa identifica sus competidores potenciales antes de exportar?	3	11,1%	0	0,0%	7	25,9%	4	14,8%	13	48,1%
23. ¿Las tendencias de mercado son fundamentales en la comercialización?	4	14,8%	0	0,0%	0	0,0%	4	14,8%	19	70,4%
24. ¿Es necesario monitorear las tendencias del mercado antes de exportar?	10	37,0%	0	0,0%	4	14,8%	0	0,0%	13	48,1%
25. ¿Las políticas comerciales son fundamentales en la comercialización?	9	33,3%	8	29,6%	0	0,0%	5	18,5%	5	18,5%
26. ¿Es necesario determinar las políticas comerciales del mercado antes de exportar?	8	29,6%	3	11,1%	10	37,0%	1	3,7%	5	18,5%

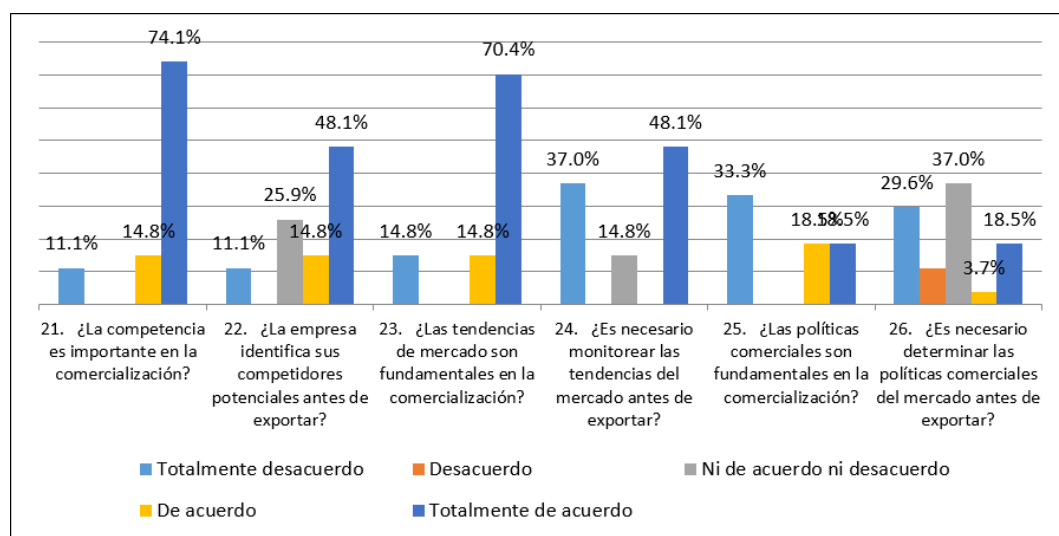


Figura 9. Comercialización.

Se observa en la Tabla 9 que el 37% contestó la opción nunca respecto a la pregunta veinticuatroava; el 33,3% contestó la opción nunca respecto a la pregunta veinticincoava; el 29,6% contestó la opción nunca respecto a la pregunta veintiseisava.

C. Prueba de normalidad

Por contar con una población menor a 50 encuetados, se desarrolló la prueba de normalidad Shapiro – Wilk. Por lo expuesto en la Tabla 12, para el análisis de correlación y contrastación de hipótesis vamos a utilizar la Correlación de Spearman.

Tabla 10

Pruebas de normalidad.

	<u>Shapiro-Wilk</u>		
	Estadístico	Gl	Sig.
GESTIÓN POR PROCESOS	,912	27	,025
DIMENSIÓN: INTEGRACIÓN DE LA GESTIÓN DE PROCESOS EN LA ORGANIZACIÓN	,867	27	,003
DIMENSIÓN: REPRESENTACIÓN VISUAL DE LOS PROCESOS	,865	27	,002
DIMENSIÓN: GESTIÓN ESTRATÉGICA DE PROCESOS	,753	27	,000
DIMENSIÓN: OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS	,910	27	,023
DIMENSIÓN: EXCELENCIA OPERACIONAL	,878	27	,004
EXPORTACIÓN DIRECTA	,920	27	,039

*. Este es un límite inferior de la significación verdadera.

A. Corrección de la significación de Lilliefors

4.2. Contrastación de hipótesis

Hipótesis general

Ho: La gestión de los procesos no influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

Ha: La gestión de los procesos influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

Tabla 11

Correlaciones de Rho de Spearman entre la gestión de los procesos y la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C.

			Gestión por procesos	Exportación directa
Rho de Spearman	Gestión por procesos	Coefficiente de correlación	1,000	,589**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	27	27
	Exportación directa	Coefficiente de correlación	,589***	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	27	27

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

Por lo expuesto en la Tabla 11, se concluye que la gestión de los procesos influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

Hipótesis específica 1

Ho: La integración de la gestión de procesos en la organización no influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

Ha: La integración de la gestión de procesos en la organización influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

Tabla 12

Correlaciones de Rho de Spearman entre la integración de la gestión de procesos en la organización y la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C.

		Dimensión: integración		
		de la gestión de procesos en la organización	Exportación directa	
Rho de Spearman	Dimensión: integración de la	Coefficiente de correlación	1,000	,410*
	gestión de procesos en	Sig. (bilateral)	.	,034
	la organización	N	27	27
		Coefficiente de		
		correlación	,410*	1,000
	Exportación directa	Sig. (bilateral)	,034	.
	N	27	27	

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

Por lo expuesto en la Tabla 12, se concluye que la integración de la gestión de procesos en la organización influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

Hipótesis específica 2

Ho: La representación visual de los procesos no influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

Ha: La representación visual de los procesos influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

Tabla 13

Correlaciones de Rho de Spearman entre la representación visual de los procesos y la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C.

			Dimensión: representación visual de los procesos	Exportación directa
Rho de Spearman	Dimensión: representación visual de los procesos	Coefficiente de correlación	1,000	,424*
		Sig. (bilateral)	.	,027
		N	27	27
	Exportación directa	Coefficiente de correlación	,424*	1,000
		Sig. (bilateral)	,027	.
		N	27	27

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

Por lo expuesto en la Tabla 13, se concluye que la representación visual de los procesos influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

Hipótesis específica 3

Ho: La gestión estratégica de procesos no influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

Ha: La gestión estratégica de procesos influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

Tabla 14

Correlaciones de Rho de Spearman entre la gestión estratégica de procesos y la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C.

			Dimensión: gestión estratégica de procesos	Exportación directa
Rho de Spearman	Dimensión: gestión estratégica de procesos	Coefficiente de correlación	1,000	,523**
		Sig. (bilateral)	.	,005
		N	27	27
	Exportación directa	Coefficiente de correlación	,523**	1,000
		Sig. (bilateral)	,005	.
		N	27	27

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

Por lo expuesto en la Tabla 14, se concluye que la gestión estratégica de procesos influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

Hipótesis específica 4

Ho: La optimización de procesos no influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

Ha: La optimización de procesos influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

Tabla 15

Correlaciones de Rho de Spearman entre la optimización de procesos y la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C.

			Dimensión: optimización de procesos	Exportación directa
Rho de Spearman	Dimensión: optimización de procesos	Coefficiente de correlación	1,000	,443*
		Sig. (bilateral)	.	,021
		N	27	27
	Exportación directa	Coefficiente de correlación	,443*	1,000
		Sig. (bilateral)	,021	.
		N	27	27

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

Por lo expuesto en la Tabla 15, se concluye que la gestión estratégica de procesos influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

Hipótesis específica 5

Ho: La excelencia operacional no influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

Ha: La excelencia operacional influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

Tabla 16

Correlaciones de Rho de Spearman entre la excelencia operacional y la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C

		Dimensión: excelencia operacional	Exportación directa
Rho de Spearman	Dimensión: excelencia operacional	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,410*
		N	27
	Exportación directa	Coefficiente de correlación	,410*
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	,034
			27

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

Por lo expuesto en la Tabla 16, se concluye que la excelencia operacional influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1. Discusión de resultados

En referencia la hipótesis general: La gestión de los procesos influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019, de acuerdo al resultado obtenido mediante un $Rho = 0,589$ y $p = 0,001 < 0,05$; si existe una relación. Dichos resultados tienen coherencia con la conclusión de la tesis Gutiérrez & Rubiano (2016), quien concluyó que “la transversalidad de la gestión documental está registrada en muchos textos que sobre la materia se han escrito, está comprobado que la gestión documental atañe a todos los procesos, áreas y cargos de la organización” (p. 49).

En referencia la hipótesis específica 1: La integración de la gestión de procesos en la organización influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019, de acuerdo al resultado obtenido mediante un $Rho = 0,410$ y $p = 0,034 < 0,05$; si existe una relación. Dichos resultados tienen coherencia con la conclusión de la tesis Álvarez (2018), quien concluyó en que, “presenta un buen desempeño organizacional lo que la hace una organización competitiva y muestra una situación favorable para la aplicación de estrategias comerciales con el fin de lograr la exportación directa” (p. 156).

En referencia la hipótesis específica 2: La representación visual de los procesos influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019, de acuerdo al resultado obtenido mediante un $Rho = 0,410$ y $p = 0,034 < 0,05$; si existe

una relación. Dichos resultados tienen coherencia con la conclusión de la tesis Martínez, Orellana & Rendón (2015), quien concluyó que “la organización horizontal conformada por una red de ocho procesos, tipificando los procesos claves, estratégicos – administrativos y de soporte, estableciendo las interrelaciones entre las diferentes actividades y las entidades internas y externas de Techo El Salvador” (p. 59).

En referencia la hipótesis específica 3: La gestión estratégica de procesos influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019, de acuerdo al resultado obtenido mediante un $Rho = 0,424$ y $p = 0,027 < 0,05$; si existe una relación positiva. Dichos resultados tienen coherencia con la conclusión de la tesis Pilco (2016), quien concluyó que, “el instrumento que es la gestión por proceso realizó la mejora en aspectos determinantes de la calidad de servicio ya sea la fiabilidad y la capacidad de respuesta” (p. 74).

En referencia la hipótesis específica 4. La optimización de procesos influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019, de acuerdo al resultado obtenido mediante un $Rho = 0,443$ y $p = 0,021 < 0,05$; si existe una relación. Dichos resultados tienen coherencia con la conclusión de la tesis Yépez & Dobronsky (2016), quien concluyó en que, “si existe demanda insatisfecha en el mercado al que se dirige el proyecto, sin embargo, tomando en consideración que la empresa se encuentra en una fase de introducción” (p. 126).

En referencia la hipótesis específica 5: La excelencia operacional influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019, de acuerdo al resultado obtenido mediante un $Rho = 0,410$ y $p = 0,034 < 0,05$; si existe una relación. Dichos resultados tienen coherencia con la conclusión de la tesis Eulogio & Pinares (2015) titulada, quien concluyó que “el bajo nivel de exportaciones directas no está relacionado por el recurso humano” (p. 66).

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- Se concluye que la gestión de los procesos influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.
- Se concluye que la integración de la gestión de procesos en la organización influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019. Es decir, a medida que la empresa proporciona una visión integral para dar a conocer la gestión de procesos determinara apropiadamente las políticas comerciales del mercado antes de exportar.
- Se concluye que la representación visual de los procesos influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019. Es decir, a medida que el modelo de los procesos brinde la oportunidad de organizar y documentar la información sobre un sistema mejorara los factores controlables que son determinados a través de la gerencia general.
- Se concluye que la gestión estratégica de procesos influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019. Es decir, a medida que los indicadores implementados en la empresa permiten controlar y optimizar los procesos mejorara la identificación de sus competidores potenciales antes de exportar.
- Se concluye que la gestión estratégica de procesos influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa

exportaciones e importaciones Estelita S.A.C. A medida que la implementación de procedimientos eficaces contribuya a resultados óptimos mejorara sus políticas comerciales del mercado antes de exportar.

- Se concluye que La excelencia operacional influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019. Es decir, a medida que la empresa cuente con herramientas que agilizan y aseguran el seguimiento de los procesos mejorara su monitoreo en las tendencias del mercado antes de exportar.

6.2. Recomendaciones

- Mejorar la visión integral que proporciona la empresa para dar a conocer a sus colaboradores la gestión de procesos para conseguir una apropiadamente aplicación de las políticas comerciales del mercado antes de exportar.
- Realizar el seguimiento de los procesos que ayude a organizar y documentar la información sobre un sistema para conseguir mejora en los factores controlables que son determinados a través de la gerencia general.
- Planificar un control a través de los indicadores implementados en la empresa para controlar y optimizar en los procesos con el fin de incrementar la identificación de sus competidores potenciales antes de exportar.
- Implementar procedimientos bien definidos y eficaces que contribuyan a resultados óptimos para sistematizar mejoras en sus políticas comerciales del mercado antes de exportar.
- Implementar mejoras en las herramientas que agilizan y aseguran el seguimiento de los procesos con el fin de mejorar su monitoreo en las tendencias del mercado antes de exportar.

REFERENCIAS

7.1. Fuentes bibliográficas

- Araujo, C. (2009). *Ingeniería de la exportación y medio internacionales de pagos*. Perú: Instituto Pacífico SAC.
- Baca , G., Rodríguez , N., Pacheco , A., Reyes , J., Alcantár , M., Prieto , A., . . . Rivera , G. (2010). *Administración integral. Hacia un enfoque de procesos*. México : Grupo Editorial Patria.
- Bravo, J. (2014). *Productividad basada en la Gestion de Procesos*. Santiago De Chile, Chile: Evolucion.
- Czinkota, M., & Ronkainen, I. (2017). *Marketing Internacional* (8 ed.). México: Cengage Learning.
- Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2013). *Negocios internacionales. Ambientes y operaciones* (14 ed.). México: Pearson.
- Franklin , E. (2014). *Organización de empresas* (4 ed.). México : Mc Graw Hill .
- Hill, C. (2011). *Negocios internacionales. Competencia en el mercado global*. México: Mc Graw Hill.
- Maldonado, J. (2018). *GESTION DE PROCESOS*. ESPAÑA: EUMED.
- Martín, M., & Martínez, R. (2012). *Manual práctico de comercio exterior. Para saber cómo vender en el exterior* (4 ed.). España: Fc Editorial.
- Minervini, N. (2014). *ingeniería de la exportación. Cómo elaborar planes innovadores de exportación*. México: Cengage Learning.
- Pardo, J. (2017). *GESTION POR PROCESOS Y RIESGO OPERACIONAL*. ESPAÑA: AENOR.
- Sánchez, P. (2015). *Comunicación y atención al cliente*. España: Editex.
- Velasco, J. (2010). *GESTION DE CALIDAD* (SEGUNDA ed.). MADRID, ESPAÑA: PIRAMIDE.

7.2. Fuentes electrónicas

Alvarez, L. (2018). *Estrategias de comercialización para la exportación directa de café al mercado de Estados Unidos, de la asociación de productores cafetaleros Alto Pirias Chirinos - Cajamarca, 2017 - 2022*. tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipán, Pimentel. Recuperado el 03 de diciembre de 2019, de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5125/Alvarez%20D%C3%ADaz%20Leyla%20del%20Rosario.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Chinchay, C. (2018). *Competencias gerenciales y desarrollo organzacional en la Municipalidad Distrital de Miguel Checa, 2018*. Tesis para grado de maestro, Universidad César Vallejo, Piura. Recuperado el 15 de octubre de 2019, de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/28576/Chinchay_CCM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Eulogio, J., & Pinares, S. (2015). *Factores determinantes del bajo nivel de exportación directa de joyería y orfebrería en San Jerónimo de Tumán, Huancayo, 2015*. tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo. Recuperado el 03 de diciembre de 2019, de <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1533/TESIS%20EULOGIO%20PINARES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gutierrez, V., & Rubiano, Y. (2016). *RELACIONES TEÓRICO PRACTICAS ENTRE GESTIÓN DOCUMENTAL Y. UNIVERSIDAD DE LA SALLE, BOGOTA D.C.* Recuperado el 03 de DICIEMBBRE de 2019, de http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/18551/74142207_2016.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Martinez, F., Orellana , F., & Rendón, S. (2015). *Trabajo de graduación desarrollo de la documentación de procesos de la ONG “Techo El Salvador”, base para la gestión de procesos y la calidad. UNIVERSIDAD DON BOSCO, LA LIBERTAD, ANTIGUO CUSCATLAN.* Recuperado el 03 de DICIEMBRE de 2019, de http://rd.udb.edu.sv:8080/jspui/bitstream/11715/1016/1/59788_tesis.pdf

- Martinez, F., Orellana , F., & Rendón, S. (2015). *TRABAJO DE GRADUACIÓN, DESARROLLO DE LA DOCUMENTACION DE PROCESOS DE LA ONG"TECHO EL SALVADOR",BASE PARA LA GESTION DE PROCESOS Y LA CALIDAD.* UNIVERSIDAD DON BOSCO, LA LIBERTAD, ANTIGUO CUSCATLAN. Recuperado el 03 de DICIEMBRE de 2019, de http://rd.udb.edu.sv:8080/jspui/bitstream/11715/1016/1/59788_tesis.pdf
- Pilco, J. (2016). *GESTIÓN POR PROCESOS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA SHELEY–HANS MEDIC.* UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO, LIMA. Recuperado el 03 de DICIEMBRE de 2019, de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/30762/Pilco_PJH.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Salazar, A. (2018). *La gestión administrativa y la gestión del talento humano y su incidencia en la gestión por procesos en el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil del Cercado de Lima, 2017.* Tesis, Universidad César Vallejo, Lima. Recuperado el 20 de noviembre de 2019, de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/20086>
- Virginia, M. (2017). *Inteligencia competitiva en la exportación de palta hass de los exportadores de Lima Metropolitana al mercado de los Estados Unidos, 2011-2016.* Tesis, Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Recuperado el 20 de marzo de 2019, de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/30242/Andrade_PM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Yépez, H., & Dobronsky, F. (2016). *Exportación de pétalos de rosa al mercado de Estados Unidos a través de la creación de una empresa comercializadora.* tesis de maestría, Universidad Internacional del Ecuador, Quito. Recuperado el 02 de diciembre de 2019, de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/1008/1/T-UIDE-0838.pdf>

ANEXOS

A. Matriz de consistencia

“GESTIÓN DE LOS PROCESOS Y EXPORTACIÓN DIRECTA DEL DURAZNO HUAYCO ROJO AL PAÍS DE ECUADOR DE LA EMPRESA EXPORTACIONES E IMPORTACIONES ESTELITA S.A.C., HUALMAY, 2019”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p>Problema Principal</p> <p>¿De qué manera la gestión de los procesos influye en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Establecer de que manera la gestión de los procesos influye en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>La gestión de los procesos influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.</p>	<p>Variable Independiente:</p> <p>GESTIÓN POR PROCESOS</p> <p><i>Integración de la gestión de procesos en la organización</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocer a la gestión de procesos. - Alinear la gestión por procesos con otros conceptos de gestión. - Incorporado de gestión por procesos. <p><i>Representación visual de los procesos</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Diseñar el mapa de procesos. 	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN:</p> <p>Tipo aplicada.</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN</p> <p>Explicativo.</p> <p>DISEÑO:</p> <p>No experimental.</p> <p>ENFOQUE:</p> <p>Mixta.</p> <p>TÉCNICA:</p>
<p>Problemas Específicos</p> <p>¿De qué manera la integración de la gestión</p>	<p>Objetivos Específicos</p> <p>Establecer de que manera la integración de la gestión</p>	<p>Hipótesis Específicos</p> <p>La integración de la gestión de procesos en la</p>		

<p>de procesos en la organización influye en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019?</p>	<p>de procesos en la organización influye en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.</p>	<p>organización influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Modelo de los procesos. <p><i>Gestión estratégica de procesos</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Priorizar los procesos. - Evaluar los procesos. - Definido los indicadores. 	<p>Encuesta.</p> <p>INSTRUMENTO: Cuestionario.</p>
<p>¿De qué manera la representación visual de los procesos influye en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019?</p>	<p>Establecer de que manera la representación visual de los procesos influye en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.</p>	<p>La representación visual de los procesos influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.</p>	<p><i>Optimización de procesos</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestión de riesgos. - Mejora de procesos. - Rediseñar procesos. - Elaborar el procedimiento. <p><i>Excelencia operacional</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Implementar el procedimiento. - Controlar los procesos. - Mejora continua de la excelencia operacional. 	<p>POBLACIÓN: Consta de 27 trabajadores.</p> <p>MUESTRA: No se calculó.</p>
<p>¿De qué manera la gestión estratégica de procesos</p>	<p>Establecer de que manera la gestión estratégica de</p>	<p>La gestión estratégica de procesos influye</p>	<p>Variable Dependiente: EXPORTACIÓN DIRECTA</p>	<p>ESTADÍSTICO DE PRUEBA: Rho de Spearman.</p>

<p>influye en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019?</p>	<p>procesos influye en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.</p>	<p>significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.</p>	<p><i>Ambiente del mercado internacional</i></p>	
<p>¿De qué manera la optimización de procesos influye en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019?</p>	<p>Establecer de que manera la optimización de procesos influye en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.</p>	<p>La optimización de procesos influye significativamente en la exportación directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.</p>	<p><i>Volumen de ventas</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Factores controlables. - Factores incontrolables. 	
<p>¿De qué manera la excelencia operacional influye en la exportación directa del durazno huayco</p>	<p>Establecer de que manera la excelencia operacional influye en la exportación</p>	<p>La excelencia operacional influye significativamente en la exportación directa</p>	<p><i>Cotizaciones</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Con relación al tipo de moneda. - Sujeto a descuentos. - En base a la calidad. - En base a la cantidad. <p><i>Comercialización</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Competencia. - Tendencias de mercado. - Políticas comerciales. 	

rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019?	directa del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.	del durazno huayco rojo al país de Ecuador de la empresa exportaciones e importaciones Estelita S.A.C., Hualmay, 2019.		
---	--	--	--	--

B. Cuestionario

I. Por favor marque con una equis (X) en el espacio correspondiente:

a. Género

Masculino	
Femenino	

b. Edad

Entre 18 años a 24 años	
Entre 25 años a 31 años	
Entre 32 años a 45 años	
Más de 45 años	

II. Instrucciones

En el siguiente cuadro marcar con una equis “X” según corresponda.

Para la primera parte del cuestionario se utilizará la escala de calificación siguiente:

5	4	3	2	1
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	Desacuerdo	Totalmente desacuerdo

ITEM	5	4	3	2	1
GESTIÓN POR PROCESOS					
DIMENSIÓN: INTEGRACIÓN DE LA GESTIÓN DE PROCESOS EN LA ORGANIZACIÓN					
1. La empresa ha realizado los aportes en las definiciones y conceptos de la gestión por procesos.					
2. La empresa proporciona una visión integral para dar a conocer la gestión de procesos.					
3. Existe una visión sistemática para entender como la empresa alinea a la gestión por procesos con los conceptos de exportación.					
4. Existe un modelo integral de cambio en la empresa para incorporar la gestión por procesos.					

5. Considera Usted, que la incorporación de la Gestión por Procesos en la empresa se ha realizado de forma paralela y armónica.					
DIMENSIÓN: REPRESENTACIÓN VISUAL DE LOS PROCESOS					
6. Existe una representación visual de los procesos entendible de lo que se hace y como se hace.					
7. Considera Usted, que el mapa de procesos de la empresa permite reconocer la totalidad del hacer de la organización y ubicar en su contexto cualquier proceso específico.					
8. Considera Usted, que el modelamiento de los procesos permite gestionar de forma óptima a la empresa.					
9. El modelo de los procesos brinda la oportunidad de organizar y documentar la información sobre un sistema.					
DIMENSIÓN: GESTIÓN ESTRATÉGICA DE PROCESOS					
10. Considera Usted, que en la empresa se han identificado factores de decisión para priorizar procesos.					
11. Existe criterios objetivos para priorizar desde la estrategia de la empresa los procesos.					
12. Considera Usted, que entre la situación actual y la deseada de la empresa la evaluación de procesos permite el camino de la optimización.					
13. Existe una correcta evaluación de los procesos que permite armonizar con los objetivos de la empresa.					
14. Considera Usted, que los indicadores implementados en la empresa permiten controlar y optimizar los procesos.					
15. Existen indicadores que estén orientados a la finalidad de los procesos.					
16. Considera Usted, que en la empresa se han identificado factores de decisión para priorizar procesos.					

17. Se han establecido criterios que permitan minimizar los riesgos para cumplir con la misión de la empresa.					
18. La empresa tiene implementado en cada proceso respuestas oportunas que contribuya hacer más eficiente el trabajo.					
DIMENSIÓN: OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS					
19. La mejora los procesos está relacionado con optimizar la efectividad y eficacia.					
20. Mejorar los procesos permite a la empresa reforzar los mecanismos internos para responder a las contingencias.					
21. Considera Usted, que el rediseño de los procesos brinda un cambio positivo en los resultados que espera alcanzar la empresa.					
22. Considera Usted, que el rediseño de un proceso permite alcanzar un rendimiento organizacional con base en el aumento de la eficiencia y la efectividad.					
23. Considera Usted, que todos los procesos tienen elaborados sus procedimientos.					
24. Existe una buena elaboración de los procedimientos que se encuentran establecidos en la empresa.					
25. La implementación de procedimientos eficaces contribuye a resultados óptimos.					
26. La empresa da a conocer los procedimientos implementados en los procesos.					
DIMENSIÓN: EXCELENCIA OPERACIONAL					
27. La empresa cuenta con herramientas que agilizan y aseguran el seguimiento de los procesos.					
28. El control operacional a los procesos permite a la empresa ser más competitiva.					
29. La mejora continua debe ser un objetivo permanente en la empresa.					

30. La empresa contribuye a una filosofía de gestión, y la participación activa de todas las personas para realizar la mejora continua.					
31. Existen buenas prácticas en la empresa, producto de la mejora continua de sus procesos.					

Para la segunda parte del cuestionario se utilizará la escala de calificación siguiente:

5	4	3	2	1
Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi nunca	Nunca

ITEM	5	4	3	2	1
EXPORTACIÓN DIRECTA					
DIMENSIÓN: AMBIENTE DEL MERCADO INTERNACIONAL					
1. ¿Sus factores controlables son importantes en el ambiente del mercado internacional?					
2. ¿Sus factores controlables son determinados por la propia empresa a través de la gerencia general?					
3. ¿Los factores incontrolables son importantes en el ambiente del mercado internacional?					
4. ¿Sus factores incontrolables son determinados por la parte externa de la gerencia general?					
DIMENSIÓN: VOLUMEN DE VENTAS					
5. ¿El factor económico es fundamental en el volumen de ventas?					
6. ¿La empresa exportadora identifica el poder económico de sus clientes potenciales?					
7. ¿Determinar el precio es importante en el volumen de ventas?					
8. ¿La empresa exportadora determina el precio según el destino final de la mercancía?					

9. ¿Conocer la población es fundamental en el volumen de ventas?					
10. ¿La empresa exportadora está atento a la preferencia de la población?					
DIMENSIÓN: COTIZACIONES					
11. ¿La empresa exportadora cotiza en moneda internacional?					
12. ¿La empresa exportadora cotiza en moneda nacional?					
13. ¿Los descuentos son necesarios en las cotizaciones?					
14. ¿La empresa exportadora le realiza descuentos a las empresas que importan con frecuencia?					
15. ¿La calidad es importante en las exportaciones?					
16. ¿La calidad eleva el precio final de las exportaciones?					
17. ¿La calidad disminuye el precio final de las exportaciones?					
18. ¿La cantidad es importante en las exportaciones?					
19. ¿La cantidad eleva el precio final de las exportaciones?					
20. ¿La cantidad disminuye el precio final de las exportaciones?					
DIMENSIÓN COMERCIALIZACIÓN					
21. ¿La competencia es importante en la comercialización?					
22. ¿La empresa identifica sus competidores potenciales antes de exportar?					
23. ¿Las tendencias de mercado son fundamentales en la comercialización?					
24. ¿Es necesario monitorear las tendencias del mercado antes de exportar?					
25. ¿Las políticas comerciales son fundamentales en la comercialización?					
26. ¿Es necesario determinar las políticas comerciales del mercado antes de exportar?					