



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE INSUMOS  
PANIFICADORES DE LA EMPRESA COMERCIAL  
IMPORTADORA WELFAR E.I.R.L EN PUENTE PIEDRA 2018**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO  
EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTOR:**

**ERIK FRANCK SEGURA SALAZAR**

**ASESORA:**

**MGTR. VIVIAN ISABEL ROMANI FRANCO**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL**

**LIMA - PERÚ**

**2018**

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) ERIK FRANCK SEGURA SALAZAR, cuyo título es: IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE INSUMOS PANIFICADORES DE LA EMPRESA COMERCIAL IMPORTADORA WELFAR E.I.R.L EN PUENTE PIEDRA 2018

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 14.....(número)  
Catorce.....(letras).

Los Olivos, 15 de diciembre del 2018.



.....  
Mgtr. Bertha Hinojosa, Mike  
PRESIDENTE



.....  
Mgtr. Romaní Franco, Vivian Isabel  
SECRETARIA



.....  
Mgtr. Merino Zevallos, Carlos Antonio  
VOCAL

## **DEDICATORIA**

A mis padres, por guiarme por el buen camino, por su arduo trabajo y dedicación hacia mí, por su apoyo y amor incondicional en todas las cosas que hago, a mis profesores por su enseñanza en esta dura carrera profesional y a mi selección peruana de fútbol, la cual me dio muchas esperanza, alegrías y ganas de superación.

## **AGRADECIMIENTOS**

A la profesora de metodología Vivian Romani y a mi hermano César Segura Salazar porque gracias a su orientación he podido culminar con éxito mi trabajo de investigación.

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Erik Franck Segura Salazar con DNI N° 74128872, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 15 de Diciembre del 2018.



---

Erik Franck Segura Salazar

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada” Importación y comercialización de insumos panificadores de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L en Puente Piedra 2018”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Negocios Internacionales.

La tesis consta de seis capítulos, el primer capítulo es la Introducción, el segundo capítulo sobre el Método de la investigación, el tercer capítulo se muestra la Descripción de resultados, el cuarto capítulo se realiza la Discusión de los resultados, el quinto capítulo comprende las Conclusiones, en el sexto capítulo, se emplea las recomendaciones como aportes personales. Por último, se presenta las referencias bibliográficas.

El objetivo de la presente investigación es identificar la relación entre la importación de insumos panificadores con la comercialización hacia nuevos mercados de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L.

**Erik Franck Segura Salazar**

## ÍNDICE

	Página
CARÁTULA	
PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
I. INTRODUCCIÓN	13
1.1 Aproximación temática	13
1.2 Marco teórico	22
1.2.1 Importación	22
1.2.1.1 Modalidades de importación	23
1.2.1.2 Documentos necesarios para la importación	24
1.2.2 Ventajas y beneficios que se pueden emplear	25
1.2.3 Riegos estratégicos	25
1.2.4 Industria	26
1.2.5 Comercialización	27
	vii

1.2.5.1 Aspectos de la comercialización	27
1.2.6 Panificación	30
1.2.7 Insumos	31
1.2.7.1 Tipos de insumos	31
1.2.8 Mercado	32
1.2.8.1 Tipos de mercados	32
1.2.9 Norma RM-N°1020-2010	33
1.2.10 Resolución Ministerial 2674	33
1.2.11 Calidad	34
1.2.12 Comercial Importadora Welfar E.I.R.L	35
1.3 Formulación del problema	38
1.4 Justificación del estudio	39
1.5 Objetivos de trabajo	40
II. MÉTODO	41
2.1 Diseño de investigación	41
2.2 Métodos de muestreo	41
2.3 Rigor científico	42
2.4 Análisis cualitativo de los datos	43
2.5 Aspectos éticos	43
III. DESCRIPCION DE RESULTADOS	44
IV. DISCUSION	52
V. CONCLUSIONES	54
VI. RECOMENDACIONES	56

REFERENCIAS

58

ANEXOS

62

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla	Página
<b>Tabla 1:</b> Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Perú	12
<b>Tabla 2:</b> Ficha documentada de la categoría importación	44
<b>Tabla 3:</b> Ficha documentada de la categoría comercialización	45

## **RESUMEN**

Comercial Importadora Welfar E.I.R.L es una empresa dedicado al rubro alimenticio en el Perú. Comercializa insumos para elaboración de panes, pasteles, tortas y helados. Su mayor mercado está en provincias del Perú. En la capital muy poco. En este sentido, el presente trabajo busca identificar los aspectos de la Importación en sus dos modalidades y las características de los aspectos que tiene la comercialización.

El desarrollo de la presente investigación se basó en teorías que ayuda mucho para reforzar este estudio, tanto para la realización de Importación definitivas como las estrategias a emplear que serán parte de la empresa en su crecimiento. La investigación es de enfoque cualitativo, el diseño es interpretativa – teoría fundamentada y la técnica que se aplicó es la entrevista; con la finalidad de obtener datos informativos que responda a los problemas específicos y se origine soluciones.

Finalmente, se conoció la problemática que se encontraba dentro de la empresa y se brindó objetivos para contrarrestar el mal y poder brindar una mejora para la empresa que a lo largo le servirá mucho para lo que quiere conseguir . Se consiguió respuestas en base a las entrevistas, que fueron hechas a una trabajadora de la empresa, al Director Gerente y a un experto en importaciones de la misma rama de la empresa.

**Palabras claves: Calidad, precio y competencia.**

## **ABSTRACT**

Comercial Importadora Welfar E.I.R.L is a company dedicated to the food industry in Peru. Commercialize supplies for breads, cakes, cakes and ice cream. Its biggest market is in the provinces of Peru. In the capital very little. In this sense, the present work seeks to identify the aspects of the Import in its two modalities and the characteristics of the aspects that the commercialization has.

The development of this research was based on theories that help a lot to reinforce this study, both for the realization of definitive Imports and the strategies to be used that will be part of the company in its growth. The research is of a qualitative approach, the design is interpretive - grounded theory and the technique that was applied is the interview; with the purpose of obtaining informative data that responds to the specific problems and originates solutions.

Finally, the problems that were found within the company were known and objectives were offered to counteract the problem and to be able to provide an improvement for the company that will serve a lot for what it wants to achieve. Answers were obtained based on the interviews, which were made to a company worker, the Managing Director and an expert in imports from the same branch of the company.

**Keywords: Quality, price and competence.**

## I. INTRODUCCIÓN

### 1.1 Aproximación Temática

Hoy en día las importaciones que realiza el Perú, respecto a algunos insumos primordiales para la realización del pan y pasteles, viene originario de México. Dicho país abarca entre el 20% y 50% como uno de los proveedores de productos para panadería y pastelería más importantes para el Perú.

Tabla 1:

*Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Perú*

Unidad: Miles de dólares

Exportadores	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015	Valor importada en 2016	Valor importada en 2017
México	30369	29803	40744	36715	35564
Chile	38730	32968	31420	28096	27393
EE.UU	5395	7813	7545	11877	15706
Colombia	20572	21559	17930	13299	14136
Irlanda	8659	6943	10936	14076	10705
Países Bajos	7447	11282	7733	8733	8134
Ecuador	2263	1147	1477	3390	6514
Bolivia	1728	2267	2466	4081	5566
España	3120	3105	3454	4536	4103
Nueva Zelandia	5528	6536	4580	4376	3956

Fuente: Trade Map.

Los otros países que aportan con sus productos para el Perú son Chile, Estados Unidos, Colombia e Irlanda respectivamente.

En cuanto a producción nacional de harina de trigo, el Perú cuenta con empresas como Alicorp, Molitalia, Anita Food y Cogorno. Que, con una amplia producción de dicho producto, se lleva a exportar.

Contando con Chile como el país que más le compra al estado nacional, lleva consigo un 34% de exportaciones del Perú, le siguen países como Ecuador, Bolivia y Estados Unidos respectivamente.

La industria de panificación hace una de las prácticas más evolutivas con el pasar del tiempo. Lo cierto es que para lograrlo se necesita conocer como hacer importaciones, que documentos se requiere, beneficios, características de aspectos de comercialización para un mejor rendimiento de la empresa, así como también algunas normas o serie de permisos correspondientes, ya que son insumos para la realización del consumo masivo.

Importaciones que no se logran observar estadísticamente, ya que no son muy comunes en el Perú, pero en base a conocimientos logrados se puede generar una exitosa y evolutiva importación de estas.

Los hechos en relación con el problema que está pasando es la falta de mercado a nivel nacional, es decir, no tiene muchos clientes y no abarca lo suficiente en la localidad peruana. Otra de los problemas es que se muestra una falta de interés por agrandar el negocio en manera global, es decir, no hay iniciativa para que sea internacional. No se genera mayor alcance de estrategias para conseguir la internacionalización. Se necesita identificar los aspectos de las modalidades de Importación que se origina y así como también identificar las características de los aspectos de la comercialización para generar expansión.

Otro de los problemas que se origina en la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L. Es la falta de personal y la falta de maquinaria. Tener en cuenta que una maquinaria reduce los tiempos de producción, también se tiene que prever quien o quienes lo manejen, es ahí donde interviene la contratación de más personal.

Y por último, uno de los grandes problemas de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L. Es la falta de presupuesto. Problema al cual, miles de empresas están involucradas, ya sea por, malos pagadores o no cuentan con los regímenes que se solicitan.

Mayormente en el rubro de panaderías y pastelerías habitan pymes, en las cuales, la gran mayoría son nuevos en el sector. Buscan contactar a proveedores con insumos de mayor alcance y al menor precio, originando un aparente crecimiento.

Para esto, se busca lograr importaciones continuas. Para que la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L. Pueda competir en el mercado, a un costo bajo y que esté al alcance de la mayoría de pymes y que abarque más el mercado nacional. Para que pueda consagrarse como una empresa de rose internacional y convirtiéndose en una comercializadora de más productos, para la industria de la panificación.

## **Trabajos Previos**

Haciendo un breve diagnóstico de lo investigado, se comprende que la ventaja de importar insumos para la industria panificadora puede mejorar el rendimiento en diversas pymes durante la estacionalidad de los años, el empleo de variaciones en sus productos y diversificación de estas.

Actualmente son poquísimas empresas peruanas que hacen importaciones para ofrecerlas a las distintas panaderías y/o pastelerías a nivel nacional, ya que esa pequeña cantidad de empresas que los hacen, son relativamente grandes, en los cuales las pymes no tienen el capital suficiente como para sobrevalorar un costo por sus productos.

Es por ello, que, la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L. Busca una estrategia para entrar a abarcar más su mercado, y formar parte de muchas empresas globales a nivel nacional. Logrando una aceptabilidad de estas y se establezca un crecimiento mutuo para un fin comercial y se lleve a cabo una consolidación de los insumos de panificación en el mercado peruano, bajo sus respectivas condiciones específicas, que propone el estado para la comercialización.

El presente trabajo de investigación denominado Importación y comercialización de insumos panificadores en la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L. Está referido exclusivamente para el amplio crecimiento de esta empresa y pueda generar una consolidación en el mercado nacional.

Se pudo observar que existen trabajos de investigación referidos a la importación de materias primas o productos similares para la utilización, en la industria de la panificación, no habiendo ninguno referido directamente a Importación y comercialización de insumos panificadores. Sin embargo, los trabajos que existen aportan algunos puntos importantes para la investigación.

Navarro (2015): “Investigación de mercados para determinar la aceptación de una distribuidora de artículos e insumos para panaderías, reposterías y pastelerías en el mercado de Ocaña”.

Como objetivo general es determinar la aceptación de una distribuidora de artículos para panaderías, reposterías y pastelerías en el mercado de Ocaña.

En la metodología, el presente trabajo es descriptiva la cual se quiere dar a conocer comportamiento y movimiento del mercado. Mientras la población, viene a intervenir los

establecimientos comerciales legalmente constituidos. La técnica usada en el presente trabajo es la encuesta, la cual se aplica mediante el instrumento de cuestionario.

Como conclusión se puede observar que se plantearon estrategias de mercadotecnia orientadas a la satisfacción del cliente. La empresa comercializará productos de marcas que garanticen la calidad y el bienestar del consumidor final, su ubicación en las instalaciones de la planta será rotatoria, y los productos de mayor demanda estarán ubicados en la parte del fondo, incentivando al cliente al realizar compras de forma compulsiva.

Navarro (2015) afirma:

Las Panadería es el negocio especializado en la producción y venta de diferentes tipos de pan, así como también de todo tipo de productos hechos en base a la harina y a los bollos de masa. Una panadería puede vender entonces, además de pan, facturas, galletas y galletitas, masas finas, tortas, muffins, masa para pizzas, tartas y en algunos casos también comidas saladas (p.25).

De esta manera el autor define la panadería como negocio, pero, no obstante, las panaderías en miles de casos no solamente se dedican a la venta directa de panes si no como lo menciona el autor también se originan tortas, masas de pizzas, bocaditos entre muchos más, entonces, ya llegan a convertirse en panaderías y pastelerías por el hecho simple de crear pasteles.

El negocio de las panificadoras es muy amplio, solo se necesita los buenos insumos para una óptima producción de calidad en sus productos y tenga mucha acogida por el consumidor.

Reina (2013): “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa distribuidora de insumos para pastelería y panadería al por mayor y menor, a través de un servicio express a domicilio, en la ciudad de Ibarra”.

Como objetivo general la autora considera realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa distribuidora de insumos para pastelería y panadería al por mayor y menor, a través de un servicio express a domicilio, en la ciudad de Ibarra.

Como conclusión el autor hace mención que logró determinar que, para los negociantes de panaderías y pastelerías de la ciudad, la implementación de una distribuidora de insumos para panadería y pastelería con servicio express a domicilio es importante, ya que les permitirá cumplir de manera eficiente sus actividades comerciales.

Para la comercialización de productos de panadería y pastelería, Reina (2013) considera lo siguiente:

Analizar las necesidades de las empresas panificadoras y pastelerías quienes requieren de los insumos y materiales, estableciendo su volumen, tipo y marcas reconocidas de mayor compra.

Prever qué tipos de productos (tipo, marca, etc.) desearán las distintas pastelerías y panaderías.

Estimar cuántas de esas empresas requerirá de la línea de productos de panadería y pastelería en los próximos cinco años y cuántos de ellos comprarán.

Predecir cuándo los compradores desearán adquirir los productos.

Determinar qué precios estarán dispuestos a pagar por los productos y si generara ganancias vendiendo a ese precio.

Conocer cuántas empresas competidoras comercializando los mismos productos, qué cantidad ofertan, de qué clase y a qué precio (p.110).

Por lo expuesto, cabe mencionar que son puntos que sincronizan fácilmente con el presente trabajo de investigación, ya que se consideran puntos muy relevantes antes de hacer cualquier negocio internacional. De alguna manera se trata de eliminar algún sobre stock que se originaría, eso se hace mediante previa venta de producto (marca, tipo y precio) consultándolo con el cliente quien lo adquirirá y se origina la compra de tal producto o en este caso algún insumo.

Apaza (2015): “Subsidios a la harina en Bolivia”.

Como objetivo general la autora considera determinar la incidencia de los subsidios realizados por EMAPA, en la cadena productiva de harina de trigo, sobre las variaciones trimestrales en el precio del pan en Bolivia durante el periodo 2007-2014.

En la metodología, el presente trabajo es inductivo porque se obtiene conclusiones generales a partir de premisas. La técnica de la investigación llega hacer descriptiva por que dará a conocer las situaciones.

En conclusión, el autor resalta las condiciones geográficas de Bolivia, la hacen propicia para el cultivo de una gran variedad de alimentos, en lo referido al trigo, su economía es deficitaria debido a los costos de producción elevados y el bajo rendimiento promedio por hectárea de trigo cultivada.

Apaza (2015) considera el consumo del pan en Bolivia, que es “un alimento fundamental en la dieta de las familias bolivianas se estima que, en promedio, una persona consume 47 kilos de pan al año, variando ligeramente su consumo entre cada estrato social”. Así, el autor da a conocer el consumo del Pan en tierras bolivianas. Resaltando que no solo en el Perú se come una cierta cantidad fuerte de pan si no que se ve reflejado también por el estrato social y las cantidades que se requieren ingerir.

Entonces, el consumo del pan se encuentra hoy en día posicionado en todo el mundo y depende mucho de la calidad del producto para ser llevados a diversos mercados, pero de nada servirá si no se trata de emplear calidad en los productos, el cual es un punto muy resaltante dentro de la creación de algún producto para el consumo masivo y más para la alimentación diaria.

Nguyen (2015): “Business Plan for an online bakery concept”.

Como objetivo resaltante el autor quiere aumentar la base de clientes a otras capitales como Kerava, Lohja, Jarvenpaa, Vihti y Kirkkonummi.

En la metodología, el presente trabajo es de tipo cualitativo y tiene como enfoque a los análisis de casos y autoobservaciones. Porque tiene como finalidad crear una línea de panadería en concepto de negocio empresarial.

En conclusión, lo primordial de esta tesis es crear un plan de negocio de panadería en línea de negocio empresarial. La empresa fabrica, ofrece alta calidad de pasteles orgánicos y tradicionales; donde los clientes pueden seleccionar y comprar en línea a través de página web.

Nguyen (2015) considera que “la misión de la empresa se basa en la estrategia orientada al cliente, ofreciendo productos con precio asequible. En concreto, los clientes tendrán diversas opciones saludables para disfrutar de postres frescos, sabrosos y orgánicos con un diseño únicos”. De esta manera, el autor dice lo correcto. Porque emplea el mismo mecanismo o manera de pensar. Originando importaciones y comercio de estas, para lograr reducir costos y se pueda captar clientes, ofreciendo productos a precios asequibles; y con gran variedad e innovaciones.

Calderón y Montes (2016): “El sistema contable-administrativo y su influencia en la rentabilidad de la empresa panificadora Panimax SAC de Villa María del triunfo”.

Como objetivo general el presente trabajo quiere determinar la influencia del sistema contable-administrativo en la rentabilidad de la empresa panificadora Panimax SAC.

En la metodología, el presente trabajo es de tipo descriptiva-correlacional. Por que comprende la descripción, interpretación y composición del proceso. Posee un diseño no experimental-transversal porque está determinado en el grado de la relación que existe entre dos variables. En cuanto a su población, llega a intervenir la totalidad de los elementos a investigar respecto a ciertas características. Los instrumentos empleados son el cuestionario, guía de entrevista y ficha de observación o informe.

En la conclusión, los autores resaltan que la mayoría de las panaderías del distrito de Villa María del Triunfo no tienen implementado un sistema de control interno, que les permita utilizar eficientemente los elementos del costo de producción, lo que genera mayor desperdicio de dichos elementos, traduciéndose en gastos innecesarios que más tarde representan pérdidas y un estancamiento del negocio, en casos más extremos se puede llegar a la quiebra si no se solucionan las deficiencias.

Calderón y Montes (2016) afirman que “las industrias panificadoras en los países latinoamericanos se encuentran amenazadas por los constantes cambios en los mercados internacionales y en los precios de sus materias primas”. Por lo expuesto, siempre va a suceder cambios en lo que respecta a algún producto internacional, ya que no siempre sus materias primas o insumos serán de sus mismos países o localidades, lo que hace necesario emplear algún tipo de negocio global para poder contribuir a la construcción del producto y casi siempre habrá problemas o dificultades como caídas de las monedas extranjeras, políticas o barreras arancelarias.

Gutiérrez (2016): “Plan de marketing para incrementar la participación de mercado de la panadería Santa Catalina en el centro poblado de Miramar-Trujillo 2016”.

Como objetivo general el autor considera la realización de plan de marketing que permita incrementar la participación de mercado de la panadería Santa Catalina en el centro poblado de Miramar-Trujillo 2016.

En la metodología, el presente trabajo obtiene la población por los habitantes del centro poblado Miramar. En cuanto al método es analítico porque se analiza el beneficio de dicho plan de marketing en la panadería. En cuanto a la técnica se usa la entrevista que se aplica

al gerente general de la panadería y encuesta que es aplicada al grupo de habitantes del centro poblado Miramar. Con su instrumento de cuestionario. Diseño de tipo no experimental ya que no se manipulan deliberadamente las variables en el estudio.

En la conclusión el autor considera que los factores más influyentes al momento de elegir dónde comprar, en los clientes de la panadería Santa Catalina, son el precio, la calidad y el servicio brindado al cliente. Tomando en cuenta que, estos tres factores influyen al incremento de las ventas.

Gutiérrez (2016) afirma que la industria panificadora “son en su mayoría micro y pequeñas empresas (Pymes), cuyos propietarios carecen de capacitación gerencial para poder generar estrategias para subsistir en el mercado, que en muchas ocasiones se torna muy cambiante”. De alguna forma, resalta la falta de conocimientos o de información para una mejor reestructuración de una pyme. Lleva consigo, la eliminación de estas por los malos manejos o estrategias que se emplean. Sin embargo, puede resultar algo positivo, porque, al no contar con un asesoramiento adecuado, se pueda implementar y brindar información adecuado para aquellos que los necesiten.

Tanta (2015): “Diseño de manual de procedimientos para optimizar los procesos en el área de producción en la panadería y pastelería El Padrino Cajamarca – 2014”.

Como objetivo general la autora diseña un manual de procedimientos para el área de producción de la panadería y pastelería El Padrino con la finalidad de optimizar sus procesos. En la metodología, el presente trabajo tiene carácter descriptivo y analítico, se describen los hechos tales como se ven en el momento de estudio sin alterar ninguna variable. En cuanto a la población se muestra a todos los trabajadores de la panadería y pastelería El Padrino. Tiene, además, una guía de entrevista que se obtiene de los trabajadores de la panadería para comprobar las hipótesis.

Como conclusión la autora hace mención que existe ausencia de registros de control para cada una de las actividades que se desarrolla en la panadería, especialmente en el área de producción, donde el propietario identifique con facilidad el stock o la ausencia de materia prima e insumos para no tardar la producción.

Tanta (2015) afirma que “el proceso en la elaboración de panes y pasteles es el amasado, que consta de dos fases: el mezclado de ingredientes y el amasado”. Como lo explica la autora una de las características más importantes es el amasado en donde se notará la esponjosidad de la masa hecha en el pan. Con esto, se lleva a cabo el mezclado de

ingredientes o insumos panificadores, que, de la mano con el hombre, hace uno de los procesos más importantes. Más importante, porque hoy en día todo el mundo consume pan, pasteles, pizzas, etc. Y los insumos o aditivos se originan de las empresas importadoras que se dedican a ese rubro y se comercializan para todo tipo de empresa alimenticia o también farmaindustrias, que también muchos de estos, se emplean en las farmacias.

Vilcas (2018): “Estrategias para aumentar la participación en el mercado de insumos para panificación y pastelería de una empresa privada”.

Como objetivo general el autor va a determinar estrategias de marketing para que la empresa privada aumente su participación en el mercado de insumos para panificación y pastelería.

En la metodología, el presente trabajo es de tipo descriptivo – aplicativo por que describe las características del mercado de insumos para panificación y pastelería, cuenta con un diseño no experimental – transversal, en donde su desarrollo comprendido datos e información relacionada al problema de investigación. En cuanto a su población, estuvo constituida por 522 clientes (72 panaderías, 430 pastelerías y 20 panificadoras industriales). Con muestra no probabilística de tipo intencional, en donde se consideraron a 150 clientes y 10 trabajadores claves. Como técnica e instrumentos se utilizó la observación, las encuestas, entrevistas y por último revistas.

En la conclusión, el autor resalta las estrategias que plantea a la empresa privada, en este caso llegó hacer la segmentación de su mercado por sector y zona geográfica, posicionar su marca en base a confianza, calidad, entrega y asesoramiento técnico. Además de estrategias de marketing mix las cuales permite tener una mayor accesibilidad en cuanto a innovaciones de productos y flexibilidad de compras por volumen. Y poder así ampliar su distribución en el interior del país, aplicando promociones de venta, en donde el principal ganador será el consumidor final.

Vilcas (2018) afirma que en “la industria de la panificación y pastelería se obtienen buenos márgenes de ganancia por producto, mayores aun en la pastelería, sobre todo en la venta de tortas y pasteles”. Reafirmo la manera de pensar del autor porque para la elaboración de dichos productos se necesitan varios ingredientes, los cuales tienen que ser de calidad y de rendimiento para una mayor accesibilidad de consumo dentro del mercado y consumidores. A mi parecer, habría mucha más ganancia cuando dicha empresa importa netamente sus insumos o por lo menos tratar de ser su propio proveedor para que se origine una baja de costos de producción y se pueda generar ventas en volúmenes altos, teniendo como

resultados altos índices de ganancia, rentabilidad y posicionamiento más cercano a lo planeado.

## **1.2 Marco Teórico**

Es la etapa en donde se encuentra información para desarrollar todo el aspecto teórico de la investigación y establecer la manera de analizar. Es decir, que se dará a conocer toda la materia conceptual de la cual se quiere partir y analizar a fondo.

### **1.2.1 Importación**

Según SUNAT (2017) “la importación consiste en traer mercancías al territorio nacional del extranjero en forma legal para usarlas o comercializarlas”. De esta manera, se llega a abastecer con productos con mayor competencia dentro del territorio nacional, para generar mayor competencia y se genere ingresos para el país.

Hernández (s.f) afirma que las importaciones “se identifican como la compra de productos en el exterior para ser utilizados o consumidos en el mercado nacional”. De esta forma, el autor explica el concepto de la importación. Por ejemplo, las importaciones se hacen debido a que en el país local no se encuentra productos requeridos y se buscan en el exterior o el otro factor es que si se produce en el mismo país local pero no tiene, quizás, la misma calidad que los compradores lo requieren y es por ello también que buscan en el exterior.

Sotomayor (2011) define que “la importación es el transporte legítimo de bienes y servicios nacionales exportados por un país, pretendidos para el uso o consumo interno de otro país”. Entonces las importaciones son procedentes de países que hacen exportaciones, hay modalidades de importaciones en el Perú que se verán a continuación.

### **1.2.1.1 Modalidades de Importación**

Dentro de la Importación, se encontró dos modalidades, de los cuales se emplean en el Perú.

#### **Despacho simplificado de Importación**

Según SUNAT (2017). Afirma que “para muestras sin valor comercial [...]. Se requiere usar la Declaración Simplificada de Importación (DSI). Puede realizarse en forma directa o con intervención de un despachador de aduana”.

En pocas palabras, los obsequios, regalos y/o mercancías que tengan mínimo mil dólares y no exceda los dos mil dólares americanos, se requerirá un documento (DSI) en el cual justifique dichos términos a cumplir, direcciones, destino, origen y, sobre todo, el que no se pueda evadir el derecho a arancel, impuestos y/o recargos. En esta forma, el mismo importador lo podría hacer, así como un agente aduanero que vendría a ser como un intermediario para dicha operación. Cabe resaltar que en el país vendría hacer un sistema de importa fácil, la cual facilita a muchas personas traer bienes del extranjero vía Courier o como lo requiera, una manera más sencilla de hacer transferencias.

#### **Importación definitiva**

Según SUNAT (2017). Afirma que “cuando el valor de la mercancía sea superior a los dos mil dólares americanos. Se requiere usar la Declaración Aduanera de Mercancía”. Cabe resaltar que en esta modalidad se requiere del documento (DAM), en los cuales se observa los mismos datos a la modalidad anterior pero que se estudia más a fondo los aspectos del producto a importar, que va desde el transporte, hasta seguros y almacén. Y a diferencia de la modalidad anterior también, se puede prever que ya no solo lo puede hacer el mismo importador o agente aduanero, sino que, en esta modalidad, lo hará netamente un agente de comercio exterior, el cual verá todos los puntos importantes y se encargará de que se cumplan conforme a ley.

Por consiguiente, en una buena realización de importación se debe hacer el pago correspondiente en todos los aspectos, tanto de los aranceles, impuestos, transporte requerido, y/o multas (si lo requiere). Para poder así nacionalizar el producto, poder llevarlo al almacén correspondiente o jurisdicción, y hacer la venta o el proceso indicado por el importador y generar el uso adecuado del producto importado.

### **1.2.1.2 Documentos necesarios para la Importación**

Según SUNAT (2017).

Entre los documentos que SUNAT pedirá están los siguientes:

#### **Documento de identidad del importador**

En ello se observará sus datos personales para un posible llenado de información más ágil y así evitar cualquier tipo de fraude ante esta operación.

#### **Comprobante de pago del bien importado**

En ello se emplea las facturas, boletas u otros documentos que validen el precio del bien. Porque cabe resaltar que es un derecho exigir un comprobante de pago para que de ahí se pueda partir los impuestos y no se evite los mismos.

#### **Documento de uso de transporte**

En este punto, se encuentran tres tipos de documentos, por vía aérea (guía aérea), vía terrestre (carta porte) y vía marítima (conocimiento de embarque). En los tres documentos la función es básicamente informar las cantidades exactas de las mercancías así también como los códigos o numeraciones de los transportes encargados de llevar dicha mercancía de un importador.

#### **Otros documentos de acuerdo con la naturaleza del despacho**

En ello se mostrará algún permiso especial para algún tipo de bien, la cual este restringida. Con dicho permiso no tendrá ningún problema en nacionalizarlo y así se pueda cumplir con toda la documentación requerida a favor del importador.

#### **Carta poder notarial**

En este último punto que es básicamente para el despacho simplificado, se requerirá una carta poder notariado si es que se llega a efectuar la importación por un tercero, el cual acredite o garantiza dicha transacción. Mayormente se da en lo que viene hacer el sistema Importa fácil.

### **1.2.2 Ventajas y beneficios que se pueden emplear**

Según SUNAT (2017) entre las ventajas y los beneficios que se pueden encontrar son:

Si una empresa no supera los dos mil dólares americanos, puede acogerse al sistema de Importa fácil, la cual hace mucho más simple la transacción y en ello efectúan o se sitúan empresa del servicio postal nacional.

Si el valor de la mercancía no supera los doscientos dólares americanos, no se tendrá que efectuar ningún trámite aduanero y mucho menos pagar algún tributo por el bien que traerá al país local.

Los pagos de los tributos, que lleguen a los dos mil dólares americanos, se podrán efectuar la cancelación en cualquier entidad bancaria autorizada, presentando el documento correspondiente.

### **1.2.3 Riesgos Estratégicos**

Belaunde afirma que:

En este riesgo no se suele pensar mucho, en realidad. Es que exportar o importar son decisiones estratégicas (aunque en el segundo caso a veces es inevitable). Y para hacerlo hay que prepararse bien, pues muchas veces ella puede significar dedicarles recursos muy importantes, no sólo de contratación de personal adicional corriente, sino también de personal especializado, e incluso invertir en ciertos equipos para aumentar capacidades de producción o en locales y personal en los países de destino o los de los proveedores clave. Malas decisiones o un grado de preparación insuficiente pueden crearle dificultades a una empresa, incluso provocar su quiebra.

En resumen, para una buena importación es solo manejar la documentación necesaria que corresponda a cada pedido que el gobierno las propone y de mucho conocimiento para tal operación.

De alguna manera u otra, debemos tomar mucha importancia al negocio de la cual queremos empezar a crecer, ya que aspectos como la capacidad de producción, mayor personal, localidades, etcétera. Originará una inversión fuerte, pero con trabajo en equipo, buenas

decisiones y buenas ventas, sobre todo, se solventará todo lo requerido y se tratará de emplear aún más, para un rendimiento eficaz y eficiente.

Cabe señalar que, para una importación simple, hay un sistema que tiene por nombre Importa fácil, la cual te brinda todos los conocimientos necesarios, pautas y te guía de como debes seguir para una buena transacción. Su objetivo es que más países le vendan al Perú, ya sea en lo mínimo pero que poco a poco el sistema se vaya haciendo conocido y millones de personas más, puedan utilizarlo y así con ese poquito que les venden afuera, se genere en grandes cantidades ingresos para la nación y se opte por tomar medidas más flexibles.

Entonces, así se crearán nuevos sistemas que estén al alcance de los peruanos. Esto será siempre y cuando el sistema actual se desabastezca o simplemente sea por una renovación de normas o membresías y se generen muchos más para el beneficio común, tanto del gobierno como el de los ciudadanos peruanos.

#### **1.2.4 Industria**

Según Sotomayor (2011) afirma que la “industria es el conjunto de procesos y actividades que tienen como finalidad transformar las materias primas en productos elaborados”. Así, el autor, da a conocer que la industria tiene finalidades en transformar las materias primas en productos elaborados y en muchos casos productos terminados con algún valor agregado.

Este proceso se lleva a cabo gracias a la globalización, ya que con el paso del tiempo se vinieron creando maquinarias y tecnologías que ayuden a reducir los tiempos en producción y también a reducir los costos en producción.

Para la industria es fundamental trabajar con maquinaria y tecnología de punta, pero todo esto no sería posible sin la mano de obra que se emplea. También es un rol muy importante dentro del proceso productivo.

#### **Industria alimentaria**

Se encarga de todo lo concerniente a proceso de cadenas alimentarias, así como fases de transporte, recepción, almacenamiento, conservación y alimentos para el consumo humano. Es uno de los sectores más importantes de la economía nacional, ya que tiene un porcentaje considerable dentro del producto bruto interno (PBI).

Como se sabe es una industria que por lo general suele ser muy tomada en cuenta por todos los pobladores de la nación, porque opta en brindarles productos de calidad, para el aspecto de la nutrición, salud y seguridad de todos los pobladores.

### **1.2.5 Comercialización**

Según Kotler y Armstrong (2012) afirma en su libro que "la comercialización es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos o individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes". Como se ha señalado, es todo un proceso el cual varias personas tienen que lograr un solo objetivo, el cual es satisfacer las necesidades que se originan en el mercado. De tal manera se logrará un intercambio de productos que traerán un valor económico para el beneficio mutuo, tanto de la empresa como el de los clientes.

Según RAE (2014) define a la importación como la "acción y efecto de comercializar". Esto implica, el vender los productos, el analizar el mercado con estrategias tomadas por cada empresa, para que consiga su público objetivo. También se mezclan muchas áreas de trabajo para esta comercialización, de los cuales va el área logística, área administrativa, recursos, hasta la misma área de producción. Tiene una sola finalidad, que es la de satisfacer las necesidades del consumidor.

#### **1.2.5.1 Aspectos de la comercialización**

Dentro de los aspectos de la comercialización encontraremos a las 7p (producto, precio, promoción, plaza, personal, posicionamiento y packing). Con las cuales, se hace un estudio de mercado para poder llegar a la comercialización. En ello, se analiza el comportamiento del mercado, las necesidades del público a la cual se quiere dirigir y a las técnicas que permita el reconocimiento de la empresa vía publicidad. Así también, para el manejo de personal, las buenas decisiones estratégicas, el posicionamiento en lo correspondiente a los clientes objetivos y a los famosos 7P. Que, en resumen, viene hacer el producto, precio, promoción, plaza, personal, posicionamiento y packing.

## **Producto**

El producto es un bien tangible o intangible (físico o servicio) en los cuales tienen un precio y se puede vender.

Tiene aspectos como el diseño, los envases, el empaque, calidad, garantía, servicio y la marca, entre otros.

## **Precio**

Muchas empresas con un fin económico tienen a consignar un precio sobre el valor de su bien creado, ya que esta decisión le genera una inversión y será rentable.

En otras palabras, el comprador tiene que pagar por el bien o servicio que le ofrece la empresa. Como siempre se originará que la empresa genere ingresos, tenga muchas inversiones en un largo plazo y tenga mucha rentabilidad.

Tiene variantes como descuentos, condiciones y formas de pagos, etcétera.

## **Promoción**

Es una base de varias actividades en conjunto, para lograr recordarles a sus consumidores que aún existe el producto.

También significa tener poder para que lleguen hacia ellos y se sientan identificados en parte, y que permitan a compradores potenciales enterarse del bien en venta y consumirlos, para que en un futuro se creen alianzas y se cumpla con objetivos que se requiere en ambas partes.

Tiene como opciones a las ventas personales, publicidad y entre otras.

## **Plaza**

Se basa en un área geográfica determinada, en donde la empresa, ingresará con sus bienes o servicios, para que tomen la disposición en el mercado alcanzado.

Tiene como aspectos a la distribución, logística, inventarios, cobertura, entre otros.

## **Personal**

En este punto, tiene que relacionarse a todo lo correspondiente a la empresa y al personal con la cual cuenta. El personal es un rol muy fundamental en las empresas, ya que, si no fuera por la mano de obra u otras áreas en especial, nunca existiría o avanzaría una empresa.

No tiene sentido crear una empresa cuando no se contrata personal, son el corazón de una empresa, las cuales empujan el día a día para que la empresa surja, pero también tiene que haber una estrecha relación con los jefes o dueños porque gracias a ellos se les hace los incentivos correspondientes, los bonos, etc. Para un buen desempeño en sus labores y se genere un buen clima laboral para el bien de ambas partes.

### **Posicionamiento**

Tiene que ver mucho con el cliente objetivo. Es decir, que el producto tenga llegada hacia ellos, para poder así más adelante, con datos estadísticos, que edades, clases sociales, sectores o género consume más el producto puesto en el mercado y se pueda establecer diseños o innovaciones para todas las áreas determinadas con el fin de promover ese posicionamiento obtenido.

### **Packing**

El Packing juega un rol muy importante dentro de las 7p. Porque de ahí nace el empaque para un determinado producto, también se origina un envase el cual protegerá al producto, seguido del embalaje para su distribución y el etiquetado donde van datos del producto. Con lo expuesto, vienen hacer las 4e. A continuación, una breve explicación.

### **Envase**

El envase viene hacer lo primordial para un producto determinado, en ello se protege de manera primaria al producto, obteniendo una mayor confiabilidad respecto al producto y algunos puntos en general que van desde la fecha de vencimiento hasta preservar los sabores. Es decir, los envases pueden dar más tiempo de vida al producto o un poco de más cuidado respecto al producto y esto trae consigo a la valoración de la calidad de este.

### **Etiquetado**

Trae consigo la etiqueta de un producto determinado en ellos se puede mostrar aspectos del marketing, como promocionar su producto, así como algunos datos de este. Como, por ejemplo: marca del producto, fecha de vencimiento y de producción, el origen del producto, código de barras, ingredientes, elaboración entre otras.

## **Empaque**

Es la parte fundamental del producto porque en él se lleva a cabo el producto, lo protege y lo preserva en óptimas condiciones para que llegue al consumidor final. Así también, como el de promocionar el producto, transportar e identificar al producto determinado.

## **Embalaje**

Es la caja u otra envoltura en donde su única función es la de proteger el producto durante su traslado hacia otros lugares y llegue en óptimas condiciones.

### **1.2.6 Panificación**

Es la acción de hacer pan con una cantidad de harina e insumos. Es por ello por lo que, al juntar las palabras de la industria de panificación se habla de algo mucho más interesante, algo global, en donde se ven variedades de productos alimenticios y que muchos de ellos necesitan insumos para sus distintas elaboraciones, es por ello por lo que, al hacer las importaciones se generará mucho más abastecimiento y hacer una buena competencia.

La panificación es un término que se utilizaba antiguamente, hoy en día solo muchos emplean ese término, actualmente lo llaman panadería si solo se dedicaran a elaborar panes o en tal caso pastelerías que es netamente de pasteles. Otros usan ambos términos porque su centro de producción es amplio tanto de panes como pasteles.

### **Historia de la panificación**

La historia nace en Egipto. Cuando el clima era favorable para ellos, y con temperaturas óptimas. Se cree que los egipcios dejaron olvidado por accidente una masa hasta el día siguiente. Al día siguiente se dieron cuenta que al dejar la masa fermentando por más horas, les daría un nivel de maduración para que el sabor sea distinto y el poder de la levadura por ese entonces sea el mejor.

Por el siglo XIX empieza la famosa desvelada, es decir el trabajo de amanecida para la producción de panes. Dado que la fermentación requería de horas y se daba un tiempo amplio como para que los “panaderos” se puedan desvelar y así tener su producto terminado.

En Australia nace la primera fábrica de levaduras. Con esto, también se hacía muy conocido la levadura, que era en ese entonces un ingrediente base para la elaboración del pan. Miles de empresas aparecieron produciendo dicho producto que fue un boom por aquellos años. Actualmente sigue siendo la levadura uno de los ingredientes base para el pan, pero ya no es el único, sino también encontramos a los mejoradores de pan, manteca, azúcar, sal, entre otros. Definitivamente los tiempos van cambiando y conforme la globalización va avanzando, se toman nuevas medidas para la creación del pan. Uno de los ejemplos claros es la biodiversidad de panes que tiene o que se crea en el Perú.

Panes hechos en hornos tradicionales como también hechos o producidos en hornos con tecnología de punta que te ayuda a reducir tiempos de producción y porque no también la mano de obra.

### **1.2.7 Insumos**

Según la Real Academia Española (RAE) es el “conjunto de elementos que toman parte en la producción de otros bienes”. Entonces, podemos afirmar que todo insumo siempre será parte del área de producción, para cualquier creación o tipo de producto que se desea obtener. Los insumos o aditivos en este caso similar también cumplen un rol importante dentro de la producción de panes, pasteles o helados. Son básicamente los ingredientes fundamentales para la creación de estos mencionados anteriormente, porque les brindará textura, sabores, colores y hasta la contextura (fibra en muchos casos).

#### **1.2.7.1 Tipos de insumo**

Se partirá desde un punto objetivo del autor, en este caso irá dividido en dos tipos de insumos para la industria de la panificación. En los cuales se explicará la función de cada tipo y de algunas características que brinda para su funcionamiento en la panificación.

##### **Insumo en polvo**

Los insumos en polvo, en muchos de los casos, sirven para darle textura al producto y en otros casos también colores. Suele muchas veces hacer utilizadas en la elaboración de panes.

Los colores vienen hacer colorantes en polvo, que con tan solo agregar una cantidad pequeña tiñe considerablemente el producto y le dará que guste al cliente.

A lo referido a la textura, sirve para que el producto o en este caso la masa, tenga un incremento en sus dimensiones, es decir hará que se vea como bien ancho o como muy alto, pero eso se verá cuando este el producto terminado.

También hay sabores en polvo que sirven para su mismo nombre, que es, para darle sabor al producto a producir, en pequeñas dosis o más, según cada producción, pero su función es básicamente eso.

### **Insumo en líquidos**

Los insumos en líquidos, suele hacer utilizado en muchos casos para la elaboración en panes, pasteles y helados. Sus colores en líquido, muchas veces se utiliza en las tortas. Mientras que los sabores y aromas en líquidos se utilizan tanto para los panes, pasteles y muchos casos en helados.

Productos que se dicen llamar natural, llevan un grado de combinación entre lo natural y lo artificial, es ahí donde la empresa entra a tallar con sus productos para brindarles satisfacción en sus necesidades y estar abarcando poco a poco el mercado.

### **1.2.8 Mercado**

Los autores Kotler y Armstrong afirman que es “el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio”. Entonces, el mercado es toda aquella persona que tiene en mente la comprar un producto o servicio. En los cuales, los dos juegan un buen rol, uno la de cumplir las necesidades y el otro del crear un intercambio, con la finalidad de crear relaciones de ambas partes originándose la promoción del producto o servicio y se lleve a cabo la fidelización, es decir la compra continua de dicho producto o del servicio.

#### **1.2.8.1 Tipos de mercados**

El mercado mediante la geografía se basa en dos tipos, las cuales se explicarán a continuación.

### **Mercado Internacional**

Es el lugar el cual está fuera de su país de origen. Es decir, que está situada en uno o dos países del exterior.

### **Mercado Nacional**

Es el lugar de origen. Es decir, el lugar de donde proviene es el territorio nacional en donde se hace el intercambio comercial.

#### **1.2.9 Norma RM-N° 1020 – 2010**

Según el Ministerio de Salud (MINSA) afirma que esta norma tiene como finalidad “contribuir a proteger la salud de los consumidores disponiendo los requisitos sanitarios que deben cumplir los productos de panificación, galletería y pastelería y los establecimientos que los fabrican, elaboran y expenden”. Entonces, para dicha norma se tiene que interpretar de tal manera que todo aquel que fabrica o crea productos para panificación debe contar con los registros sanitarios correspondientes, para que contribuya a la protección de la salud pública.

De otro modo, se encargará de ver las condiciones la cual tiene el producto para un fin comercial. Él no tener repercusiones dañinas en la salud y el de no sobrepasar a una entidad que establece características para la buena calidad.

#### **1.2.10 Resolución Ministerial 2674**

Según MINSA afirma que el objetivo de esta resolución es “establecer requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales y/o jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos”. Por lo expuesto por el Ministerio, se entiende que debe seguir ciertos requisitos para toda persona o empresa, la cual lleve consigo algún comercio respecto hacia los alimentos. Cabe indicar que es por el bien de la sociedad, para evitar posibles contagios de otras localidades mediante alimentos y el cual pueda ser detectado a tiempo y se pueda saber la procedencia aplicando una sanción, devolución de la mercadería o hasta una destrucción de estas.

### **1.2.11 Calidad**

En la calidad existe un sin fin de significado para definir, por ser un tema muy apreciado por bastantes autores, pero puedo definir la calidad. La calidad es un factor primordial de todo producto o servicio, vendrá hacer la fiabilidad de un costo determinado y que cumpla con las expectativas del mercado o en pocas palabras cumpla con las necesidades de los consumidores.

Como se sabe, hoy en día la calidad es un aspecto muy importante, porque es de ahí, el cual un consumidor parte para que elija un producto, como su producto bandera o de costumbre. En donde tiene que ser, en muchos casos, a precio bajo, pero una muy buena calidad o de otra manera, de un precio alto a una buena calidad, pero, no todos cumplen con ese requerimiento del mercado.

Por ello, hay muchos productos, marcas o empresas que van desapareciendo del mercado o van innovando, ya que, no dieron la talla en el mercado y tratan de darle algún otro valor agregado para que su empresa no desaparezca del mercado. Hoy en día vivimos, en donde la calidad, es una de las necesidades más requeridas por todo consumidor.

#### **Antecedentes y evolución de la calidad**

Según Fragas (2012) afirma que la “calidad ha cambiado en el transcurso del tiempo. El ser humano desde sus inicios ha tenido presente como aspiración, meta, anhelos, utopía, el mejoramiento de su proceder y de las actividades y procesos con los que interactúa; la propia evolución”. Asimismo, el autor nos indica que con el paso del tiempo la calidad ha ido avanzando gracias a las ideas de superación que tienen los seres humanos.

Los mejoramientos a las actividades respecto a años anteriores con los de hoy están netamente olvidadas, porque gracias a la globalización se puede decir que se han olvidado muchas formas antiguas de crear algún bien o servicio.

La globalización va evolucionando cada vez más y en lo correspondiente a la calidad, se basa a los instrumentos que se usaba antes con los de años. Antes eran huesos de animales, piedras, maderas, etc. Para la elaboración de un producto el cual les servía para conseguir lo que querían.

Hoy en día hay maquinaria, tecnologías que llegan gracias a las importaciones. Con estas, ayudan a reducir el tiempo de producción y en muchos casos a reducir los costos para que

tengan mayor capacidad de venta y de demanda en el mercado y cumplir con las necesidades del cliente.

### **Norma ISO 9001**

Es una norma Internacional elaborada por la Organización Internacional para la estandarización (ISO). Se aplica a la gestión de calidad de una organización determinada, ya sean públicas o privadas. En donde, su finalidad de esta norma es la mejora de la calidad de productos o servicios que ofrecen las empresas para que se cumpla con las satisfacciones del cliente.

Su obtención es para todo tipo de empresa las cuales quieren contar con esta norma, comprometidas con la calidad y aseguren la fiabilidad de sus productos o servicios a su cliente, de los cuales se verá con buenos ojos a la empresa, porque tendrá una norma internacional en donde califique mucho su producto o servicio.

En conclusión, puedo afirmar que es la unión de los esfuerzos de una organización para la satisfacción de los clientes, impulsando las mejoras correspondientes en los productos o servicios y cumplir por lo requerido en el mercado meta. Una de las partes más importantes del ISO 9001 es la innovación de los productos y servicios, porque dependerá de cuantos cambios se hacen, para que el producto cumpla con la calidad correspondiente y se otorgue el tan ansiado certificado internacional.

#### **1.2.12 Comercial Importadora Welfar E.I.R.L**

Es una empresa familiar con un posicionamiento no tan pronunciado en el mercado peruano, que busca seguir ofreciendo a sus ya clientes, una variedad de productos, de gran sabor, color y calidad.

El crecimiento y fortalecimiento estratégico a base del liderazgo, la variedad y calidad de sus productos que fabrica y comercializa, sumado a la eficiente capacidad de distribución y transporte para llegar a todos los mercados que abastece, permite a Welfar generar una estructura diversificada de negocio, es por ello por lo que, tiene como visión lograr posicionarse internacionalmente.

Es así como, con calidad, innovación y competitividad esta empresa familiar se propone contribuir con esfuerzo y dedicación a apoyar en el desarrollo de la economía de nuestro

país. Logrando a la vez, a un largo plazo, un incremento o incentivando a que empresas medianas tengan el agrado de exportar o importar productos no tradicionales y mejorar las cifras de dicha clase.

La empresa actualmente emplea el despacho simplificado de Importación, en donde consigue muestras de una variedad de insumos panificadores para poder comercializarlo en el territorio nacional. La empresa sabe y conoce muy bien que empleando la modalidad de Importación definitiva crecerá y abarcará más el mercado, eso está comprobado ya que el mismo Gerente analizó e hizo un estudio de mercado (estrategia propia) de que tan beneficio era emplear esa modalidad. Pero, que mediante el instrumento de la presente investigación se confirmó que no lo emplea por temor, por financiamiento, personal, entre todos los problemas hallados en la investigación y que se busca dar solución alguna.

Inscripción Registros Públicos: 15/06/1984 (constitución).

Razón Social: Comercial Importadora Welfar EIRL

RUC: 20127828700

Dirección: Mz. "Z" Lote 10 Urbanización Alameda del Norte – Puente Piedra.

Marcas: "Ibelsa y Sabores Ibelsa".

Director General: Walter Francisco Rubina.

### **Historia de la empresa**

Todo empieza en el año 1974 cuando el Señor Walter trabajaba en la empresa de su tío, llamada Elyasan. Esta empresa se dedicaba a la comercialización y producción de insumos para panaderías y pastelerías. El Señor Walter trabajó 3 años en dicha empresa, la cual realizó la función de reparto de productos, área de ventas y producción. Durante esos 3 años, Walter aprendió muchísimo, le interesó el negocio y fue así como él decide independizarse en el mismo rubro.

En su independencia Walter empezó con capital cero, lo único que tenía era el dinero de su liquidación de su anterior trabajo, apostó por ello, pero aun necesitaba más. Es por eso, por lo que decide tocar puertas, busca ONG (Care Perú) y préstamos (Cooperativa). Con ello, buscaba que su negocio nazca y es así como logra abrir su local en 1984, en la avenida el retablo del distrito de Comas. Con la razón social Comercial Importadora Welfar EIRL.

Cabe señalar que “Welfar” proviene de la composición del nombre completo del Señor Walter.

Consigue patentar dos marcas que son Ibelsa y Sabores Ibelsa. En donde se identifican esencias turbias y solubles (Sabores Ibelsa), colorantes líquidos y en polvo, así como también decoraciones de tortas, pastillaje y otros conexos al ramo (Ibelsa).

Ibelsa es la composición de letras del nombre de su esposa, que se llama Isabel.

Le fue bien durante los primeros 9 años y es a partir de 1995 donde empieza su apogeo. Hace la primera compra de un terreno de más de 150 metros cuadrados en el distrito de Puente Piedra. Lo consigue gracias a las utilidades que le generaba sus ventas.

Llegado la época del 2000, abarcó más mercados. Consiguió tocar más puertas y consigue trabajar con un banco industrial del Grupo Ferreyros en donde ofrecían capitales de trabajo, con eso, Walter pudo hacer más compras y hacer realidad la oficina y el almacén para sus productos.

Hoy en día está posicionado en mercados del interior del país, los cuales vende a: Tumbes, Chiclayo, Trujillo, Chimbote, Huacho, Huaral, Huaraz, Jauja, Tarma y Huancayo.

Sus productos se ofrecen tanto para panaderías, pastelerías y mercados de abasto.

### **1.3 Formulación del Problema**

#### **Problema General**

¿De qué manera la Importación de insumos panificadores interviene en la comercialización hacia nuevos mercados de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L?

#### **Problemas Específicos**

¿Cuáles son los aspectos importantes sobre el Despacho simplificado de Importación de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L?

¿Cuáles son los aspectos importantes sobre la Importación definitiva de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L?

¿Cuáles son las características del precio en la comercialización de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L?

¿Cuáles son las características del posicionamiento en la comercialización de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L?

## **1.4 Justificación del estudio**

Las subcategorías como Despacho simplificado de Importación, Importación definitiva, precio y posicionamiento ayudan a esta investigación. En efecto, al conseguir la importación de insumos para la industria de la panificación, obtendrá un amplio mercado para la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L. Esto ayuda al crecimiento de la empresa y a la gran competitividad que genera en el mercado, logrando expansión en el territorio nacional.

Esta investigación contribuye a que se pueda hacer Importaciones definitivas, se genere nuevos mercado, más ventas e ingresos y poder cada vez reducir los problemas que se encontró. Teniendo rentabilidad, podrá tener más solvencia y así lograr financiamiento que permita un mejor flujo dentro de la empresa.

### **Justificación Teórica**

La presente investigación se justifica teóricamente porque en base a las teorías obtenidas cubre algún vacío en la cual la empresa desconocía y que también ayuda mucho para modificar algunas partes en el presente trabajo.

### **Justificación Metodológica**

Por otro lado, tiene una justificación metodológica para identificar el desempeño de los objetivos de estudio, desarrollado bajo un enfoque Cualitativo, alcance interpretativo y de diseño teoría fundamentada. Además, se refuerza a la formulación de que serán evaluados mediante el juicio de expertos para, luego, ser interpretado, logrando ofrecer un apoyo a nuevas investigaciones.

### **Justificación Práctica**

Se considera una justificación práctica que permite contar con información real a través de la empresa. La cual mediante sus problemas detectados, se pueda resolver, puesto que se busca identificar oportunidades. Es decir, se emplea la decisión de poder ejercer alguna nueva teoría que ayude mucho en el crecimiento de la empresa, como las estrategias.

## **1.5 Objetivos de trabajo**

### **Objetivo General**

Identificar sí la Importación de insumos panificadores interviene en la comercialización hacia nuevos mercados de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L

### **Objetivos Específicos**

Identificar los aspectos relevantes sobre el Despacho simplificado de Importación de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L.

Identificar los aspectos relevantes sobre la Importación definitiva de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L.

Identificar las características del precio en la comercialización de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L.

Identificar las características del posicionamiento en la comercialización de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L.

## **II. MÉTODO**

### **2.1 Diseño de investigación**

Según el autor Vargas (2011), el presente trabajo de investigación tiene un alcance interpretativo y es de diseño de Teoría fundamentada. La cual se origina tres aspectos primordiales:

La acción de generalizar importaciones y poder comercializar a un precio accesible al mercado, en el rubro alimenticio.

Vender productos a precios bajos, la empresa Welfar tendrá la interacción con muchos clientes, por ende, con muchos mercados, en donde captará expansión.

El presente trabajo está bajo la sustentación de varios autores tanto nacionales como internacionales, lo cual origina un peso en los significados y procesos que se sigue e interpretado por el autor del trabajo, teniendo como finalidad la explicación de los significados aceptados.

### **2.2 Métodos de muestreo**

Según Hernández (2014) será muestras no probabilísticas debido a que la investigación tiene muestreo teórico. Mientras que las unidades de muestreo no son las personas sino los conceptos de sus discursos.

En este enfoque se considera los siguientes puntos:

#### **Escenario de estudio**

Empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L.

Ubicado en el distrito de Puente Piedra con dirección Mz. "Z" Lote 10 urbanización Alameda del Norte, Km 33.5 de la Panamericana Norte, Lima.

Grupo: La empresa

Sub grupo: Director Gerente, trabajador y experto.

### **Caracterización de sujetos**

Los participantes son 3 personas, son las siguientes:

Walter Francisco Rubina – Director Gerente

Isabel Melgarejo Tarazona – Trabajadora

Romel Vergara Aldave – Experto

Cabe mencionar que los 2 primeros participantes mencionados, son un grupo familiar, de un nivel socioeconómico medio, con conductas correctas dentro de la empresa y con un nivel de eficiencia y eficacia para lograr alcanzar los propósitos que tiene la empresa.

### **Plan de análisis o trayectoria metodológica**

Para el presente trabajo se utilizó la técnica de entrevista y como instrumento tendrá la guía de entrevista, la cual se realiza en base a la unidad de análisis, como se muestra en la matriz de categorización.

### **2.3 Rigor científico**

En este capítulo se hace mención de las teorías y coherencias de las interpretaciones del presente trabajo de investigación, es decir si todos los requerimientos para ello están al alcance y se cumplan cada uno de ellos para lograr una excelente investigación.

Para la siguiente investigación, el tiempo determinado a una nueva importación de insumos para la panificación será no máximo de un año. Esto es, ya que la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L actualmente no cuenta con los recursos económicos necesarios para dicho planteamiento, pero que por lo contrario esta con muchas ganas de hacerlo.

Para ese mal menor, utilizar en un corto plazo, el financiamiento con distintas entidades bancarias, las cuales ofrecerán una cierta cantidad de dinero para efectuar o solventar los gastos de importación. Cabe resaltar que la empresa ya trabaja con varias entidades bancarias y, por lo tanto, no será tan complicado dicho trámite para una importación requerida.

Por otro lado, la empresa se encargará de buscar sus ventas. Es decir, la empresa busca hacer sus operaciones de forma segura y es por eso por lo que, efectuando la importación, tiene que tener sus ventas con una cantidad de productos determinado, para que así logre vender dichos productos internacionales y no se genere una pérdida para la empresa en mención.

Con todo lo mencionado, hará que la empresa distribuya mucho más rápido sus productos y lo mejor será que tendrá una expansión de su mercado y pueda desarrollarse de la mejor manera. Logrando participar de igual manera con sus competidores. Otorgará a la empresa, un crecimiento económico bastante bueno, con nuevos clientes, nuevos mercados y reconocimiento en el mercado.

Por ende, tal investigación es dependiente, ya que todo lo concerniente es posible, es saber manejar la documentación específica que es correspondiente para la importación. Trabajar con entidades bancarias, ventas seguras y conseguir nuevos trabajadores que aporten a este proyecto con ganas de crecimiento en muchos lugares.

#### **2.4 Análisis cualitativo de los datos**

Respecto a la recolección de datos según Hernández (2014) se empleó la técnica de entrevista con un instrumento que lleva consigo una guía de entrevista semi estructurada. En la cual se permitió que los encuestados tuvieran una libre expresión y capacidad indefinida al momento de responder las preguntas. Con lo que se llevó a transcribir textualmente las entrevistas hechas para posteriormente usar la herramienta de Atlas TI, en donde se agrupan las categorías con las sub categoría.

#### **2.5 Aspectos éticos**

Todos los entrevistados como la trabajadora, Director Gerente y el Gerente General fueron informados acerca del desarrollo de tesis. Como parte de los criterios éticos establecidos, es de forma voluntaria la realización de las entrevistas de acuerdo con el instrumento del presente trabajo. Respetando así, sus costumbres, creencias y religiones.

La autorización para la realización de este trabajo de investigación lo origina el Director Gerente, que mediante una visita de forma personal se aclararon los puntos que se tomaron en cuenta y lo que se realizó.

Asimismo, se respeta la propiedad de cada autor de los libros, tesis, revistas, etc. Y fue realizada con mucho esfuerzo y honradez; tal cual lo acredita la validación por expertos.

### III. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

Tabla 2:  
*Ficha documentada de la categoría Importación*

<b>IMPORTACIÓN</b>	
<b>Título</b>	<b>Exportando e Importando</b>
<b>Autor</b>	<b>Sunat</b>
<b>Año</b>	<b>2017</b>
<b>Contenido</b>	<b>La importación consiste en traer mercancías al territorio nacional del extranjero en forma legal para usarlas o comercializarlas</b>
<b>Objetivo General</b>	<b>Identificar si la Importación de insumos panificadores interviene en la comercialización hacia nuevos mercados de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L</b>

Fuente: Elaboración propia

La presente tabla muestra la teoría de la categoría y así como también a su autor, quien es el responsable de garantizar el estudio. Asimismo, se lleva consigo a las sub categorías por parte del mismo autor.

Tabla 3:  
*Ficha documentada de la categoría Comercialización*

---

**COMERCIALIZACIÓN**

---

<b>Título</b>	<b>Marketing</b>
<b>Autor</b>	<b>Philip Kotler y Gary Armstrong</b>
<b>Año</b>	<b>2012</b>
<b>Contenido</b>	<b>Es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos o individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes.</b>
<b>Objetivo General</b>	<b>Identificar si la Importación de insumos panificadores interviene en la comercialización hacia nuevos mercados de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L</b>

Fuente: Elaboración propia

La presente tabla muestra la teoría de la categoría y así como también a su autor, quien es el responsable de garantizar el estudio. Asimismo, se lleva consigo a las sub categorías por parte del mismo autor.

La presente investigación tiene una triangulación y es de tipo de datos. Según Arias (2000) la triangulación es la combinación de dos o más teorías para realizar una interpretación para que aborde mejor el trabajo de investigación. Y el tipo de dato de triangulación se hace cuando no solo se triangula con la metodología si no también con fuentes de datos, en este caso es una entrevista.

Las Importaciones de insumos panificadores interviene en la comercialización para realizar negocios que apliquen manejo de productos alimenticios o aditivos para los mismos, se necesitarían condiciones que ciertas autoridades competentes deben brindar para el buen desempeño del comercio en territorio Nacional. Así mismo, se emplea insumos de buena calidad, que cumplan con las necesidades de los consumidores finales y se establezca una brecha entre el importador y exportador, para que, en un largo plazo, se origine una ampliación de mercados y se pueda lograr demandar mucho más, cumpliendo con todo lo requerido y trabajando de la manera correcta y en el tiempo establecido.

### **Análisis de las entrevistas**

CATEGORÍA: Importación; en este caso se tiene a dos Subcategorías que son Importación definitiva y Despacho simplificado de Importación. Lo mencionado representa a las evidencias encontradas en la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L con un trabajador y el Director Gerente; los cuales fueron entrevistados. Y a un experto sobre Importaciones que también fue entrevistado.

En lo que refiere al objetivo 1 identificar los aspectos relevantes sobre despacho simplificado de Importación, la red de Importación se define como toda compra de un bien o servicio fuera del territorio Nacional. Tiene dos modalidades las cuales son Despacho simplificado de Importación e Importación definitiva.

Las modalidades, empleando la red de Importación, llega hacer los códigos de la presente organización jerárquica.

Analizando ambos códigos y con las respuestas de las entrevistas hechas se identifica el Despacho simplificado de importación que un aspecto encontrado según el entrevistado es (1:1) "Estamos exonerados de varios tipos de impuestos, lo principal en el IGV, de esa manera los pequeños empresarios a través de la simplificación podrían traer varios productos de distintos países. Entonces se genera mayor variedad de productos para que se pueda elegir el mejor y hacer el negocio internacional por ello. Otro aspecto más relevante que se

encontró fue que (2:1) “Es más seguro y permite traer poca cantidad de mercadería como para evaluar si es conveniente hacerlo en gran volumen o no”. Esto, formaría como parte de una estrategia que la empresa tendría que analizarla. Y de acuerdo con otra cita apoya y argumenta un porque (3:1) “Porque elimina la burocracia y particularmente el despacho simplificado lo hace los que viajan o los mismos empresarios quienes piden muestras del extranjero.”

De esta manera el Despacho simplificado de Importación sirve para muchos empresarios u organizaciones para comprar bienes del extranjero en pequeñas cantidades. Que sus finalidades en muchos casos son solo para muestras. Muestras de productos, de distintos proveedores y países. De los cuales le sirve al empresario saber cual es mejor, conocer más a fondo el producto, su estética, características, etc. Para poder finalmente quedarse con el ideal para todo empresario y hacer las negociaciones correspondientes. Pero, siempre existe algo que cause alguna desventaja en este caso de esta modalidad de Importación llegan hacer los riesgos estratégicos. En ello se resalta mucho la falta de conocimiento en los documentos necesarios así como también en los aranceles o en el personal profesional que se quiere emplear y sobre todo en las malas estrategias que uno emplea.

Asimismo, en lo que refiere al objetivo 2 identificar los aspectos relevantes sobre la Importación definitiva, se encontró que (1:2) “Es mejor, porque las empresas grandes o en este caso la Sociedad Nacional de Industrias cuentan con una logística de asesoramiento legal, administrativo, contable e instituciones que prácticamente asesorara en el ramo importación y exportación de productos no tradicionales y otros productos afines.” Una entidad privada la cual brinda mucho asesoramiento para aquellos manufactureros que deseen ser grandes organizaciones, que al lograrlo tendrían la oportunidad de tener diferentes áreas de trabajo la cual ayuda mucho para cualquier inconveniente a futuro. Otro aspecto encontrado fue que (2:2) “Es la mejor, porque ellos tienen la solvencia económica para que ellos puedan contratar profesionales.” Opinión de uno de las personas entrevistadas pero que concuerdan mucho con la cita (3:2) “Es importante para las empresas grandes porque son solventes y comprenderás las importaciones definitivas son importaciones que definitivamente nunca lo vas a devolver.” De generarse este aspecto, se notaría claramente que si se lleva una constante Importación, se verá un mínimo crecimiento en el mercado internacional.

Entonces, con la Importación definitiva se puede hacer muchas cosas, como de contratar más personal y crear sus propias áreas de una organización muy bien estructurada hasta emplear productos, que al momento de su nacionalización serán distribuidas rápidamente y no se sentirá en los almacenes. Para esto, es muy importante conocer toda la documentación necesaria para evitar quizás una posible estafa o engaño. También, brindando esos documentos que uno tiene que manejar, a un profesional, en este caso a un agente aduanero, el cual se encargaría de todos los trámites correspondientes para evitar algunos tipos de almacenajes extras y estar al día o conocer todo referente a los impuestos, logrando tener buena reputación tanto con el profesional que es el agente aduanero así como también el proveedor, sus trabajadores y el estado.

Entonces, se compara la importancia que tiene esta red de Importación con sus dos modalidades y se llega a la conclusión que ambas son importantes dependiendo de la situación de cada importador. Es decir, si uno hace su Importación por primera vez es recomendable usar primordialmente el Despacho simplificado, porque con ello se hará la compra de productos de muestras para poder saber elegir, conocer en físico al producto en sí y tomar la decisión final.

De esta forma, emplear en segunda fase la Importación definitiva en donde se compra el bien en cantidades que se requiera para su comercialización final.

De esta manera la importancia de ambas modalidades sería el “depende.” Pero que sin duda al final la más empleada es la Importación definitiva la cual genera mucha más rentabilidad, solvencia económica con ganas de seguir comprando fuera del territorio Nacional, conseguir nuevos mercados y teniendo una expansión superior a la actual. Y algo que sin duda marca en estas dos modalidades o se concuerda, es que por lo menos se debe conocer algún tipo de documentación necesaria, conociendo los aranceles, los acuerdos bilaterales o multilaterales, recurriendo a los profesionales indicados para así evitar algún tipo de pérdida o estafas a largo plazo; y sobre todo emplear las estrategias correctas que llevaría consigo a una decisión final coherente y correcta.

CATEGORÍA: Comercialización; en este caso se tiene a dos Subcategorías que son Precio y Posicionamiento. Lo mencionado representa a las evidencias encontradas en la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L con un trabajador y el Director Gerente; los cuales fueron entrevistados. Y a un experto sobre Importaciones que también fue entrevistado.

En lo que refiere al objetivo 3 identificar las características del precio en la comercialización. La red de Comercialización se define como la necesidad de intercambiar un bien con un valor definido. Tiene siete aspectos de las cuales solo se eligieron dos de ellas porque llevan consigo el análisis que se quiere emplear. Son el precio y el posicionamiento.

Los aspectos, empleando la red de Comercialización, llega hacer los códigos de la presente organización jerárquica.

Analizando ambos códigos y con las respuestas de las entrevistas hechas, el precio (1:3) “Es importante para regular costos, de esta manera tener margen de utilidad y agilizar las ventas”. Esta característica muestra que tan importante es manejar algún tipo de estrategia en cuanto al precio para poder reducir costo alguno. De acuerdo a esta otra característica ayuda a comprender mejor o a reafirmar que (2:4) “Importar a gran volumen de productos así se disminuirá costos.” De esta manera ambas citas se complementan, con esto la empresa debe tomar nota y tomar riesgo alguno en poder decidirse completamente por la estrategia a emplear. Como característica fundamental se encontró que el precio (3:4) “Es importante, para tener pre ventas antes de que llegue la carga para poder rotar el capital, renovar y proyectando nuevas importaciones.” En ambas citas se promueve y se ve el acto de emplear el precio. Como el poder de vender en más volumen. De esta forma se va conociendo las características y definiciones que los entrevistados dan hacia el precio. Características como la de hacer un estudio de mercado y conocer de como vender u ofrece a la competencia; también que al importar en volúmenes mayores se disminuirá los costos de los productos para su comercialización y esto origina dar pelea en el mercado elegido; y tener margen de utilidad.

Tener en cuenta también algunas estrategias o ideas de sentido común en donde se puede disminuir el precio empleando el flete cero de acuerdo a cada estación climático de cada país exportador. Para poder así brindar algún tipo de promociones o descuentos a los clientes y entrar más fácil al mercado.

De alguna manera u otra son importante regular los precios de acorde al mercado y a las competencias, brindando competencia sana y dejando al consumidor elegir al mejor.

Como objetivo 4 y último se tiene que identificar las características del posicionamiento en la comercialización. Como característica del posicionamiento es que (1:4) “Las empresas deben tener nuevos mercados para el crecimiento económico y fortalecimiento de la marca. Se debe analizar primero el mercado elegido y según eso expandirse tomando las medidas que se emplean en el país destino. Otra característica que se emplea con el posicionamiento

es (2:3) “Para crecer sosteniblemente en su economía e introducir la marca de su productos en diferentes mercados.” Y así mismo también se encuentra otra característica que ayuda y respalda mucho a las anteriores; y es que (3:3) “Las empresas deben tener nuevos mercados para poder crecer. Indudablemente para eso tenemos que innovar, si no innovamos con nuevos productos entonces nunca vamos a salir adelante.”

Como otra característica es hacer que el dinero tenga una fluidez inmediata, que al hacerlo se pueda cumplir a tiempo con las obligaciones tributarias, así como también pagos de proveedores y del personal. Pero que siempre es necesario en las pequeñas y medianas empresas tener a profesionales que conocen de Exportaciones e Importaciones para evitar algún tipo de fraude y poder asesorar de manera correcta. Con esto, las empresas tendrían que ver la manera de promover o promocionar sus productos o marcas quizás en ferias internacionales, nacionales u otro tipo de eventos realizados con el mecanismo de expansión. Tomando en cuenta a la panificación como rubro de alimentación. Se tiene que emplear para un posicionamiento óptimo a la calidad, que se tiene que cumplir al 100%. Por motivo de salubridad y el buen cuidado de los productos ya que es un producto masivo en este caso el pan. Todos los insumos tienen que estar encima o sobre algo y no directamente en el piso porque eso emane gérmenes, bacterias y sería muy perjudicial para la salud. Pero si se toma acabo todas las medidas correspondientes, habrá un buen posicionamiento y la panificación empezará a crecer, al crecer se necesita mano de obra por ende más contrataciones de personal, adquisición de maquinarias para una reducción en tiempos de procesos y disminuir costos; así como el posicionamiento en nuevos mercados y la expansión de la marca.

Conociendo las características de los códigos en la red de Comercialización se puede finalizar que el posicionamiento dependerá mucho del precio. Porque empleando algunas estrategias en donde disminuya el precio y con eso poder ofrecer promociones o promover productos a precio bajo se entra a tallar en los sentidos comunes de los clientes al saber que hay una marca nueva en el mercado que ofrece un buen producto y a un buen precio que es asequible a sus bolsillos; recién ahí se logra los nuevos mercados y con eso el posicionamiento deseado por muchas empresas, en donde se vende aparte del producto las marcas que posee la empresa y tal vez crear franquicias.

Finalmente se identificó que las importaciones de insumos panificadores tienen dos modalidades las cuales tienen un aspecto de dependencia de uno sobre otro y que trata de emplear algún dato importante para todos aquellos primerizos en las Importaciones.

Mientras que en la Comercialización hacia nuevos mercados tiene dos aspectos y que también es de dependencia de uno sobre el otro, pero en este caso si necesario y al parecer muy frecuente esta práctica.

En conclusión, guardan estrechamente una relación de dependencia para ambas categorías. Pero que también coinciden en algunos puntos específicos como en el tema de los riesgos estratégicos o en la ayuda de profesionales para la labor empleada. Y que el único objetivo o fin es el crecimiento, solvencia y expansión.

#### IV. DISCUSIÓN

Se empleó la técnica de entrevista con un instrumento que llevó consigo una guía de entrevista semi estructurada. En la cual se permitió que los encuestados tengan una libre expresión y capacidad indefinida al momento de responder las preguntas.

Con lo que se llevó a la creación de dos redes semánticas y se pudo evidenciar definiciones similares, algunas que apoyan sobre otras y demás que aciertan a los otros. Todas en base a las dos categorías del presente trabajo y a sus subcategorías correspondientes.

Se identificó sí la Importación de insumos panificadores interviene en la comercialización hacia nuevos mercados de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L, tomando como argumentos autores como Navarro (2015) que hace referencia de una distribuidora o comercializadora de artículos de panaderías, reposterías y pastelerías. Para esto se planteó estrategias de mercadotecnia que van orientadas hacia el cliente final para que así se logre comercializar productos de gran calidad y cuide siempre el bienestar de su consumidor.

Calderón y Montes (2016) hacen referencia que las industrias panificadoras están constantemente amenazados por los cambios en los mercados internacionales y en sus materias primas. De acuerdo al tiempo cada uno de los mercados se va transformando y tomando creencias o estilos diferentes al resto. Las materias primas con los cambios en los mercados llegarían a costar cada vez mas o quizás se deprecie; pero su punto de equilibrio está en que cualquier industria siempre depende de alguna materia prima y por ende será consumida, pero ¿Dónde está el cambio? El cambio se origina en el precio que al subir los precios de la materia prima sube todo lo concerniente al producto y cuando disminuye hace lo contrario. Entonces, en el mercado, los consumidores están acostumbrados a tener alzas y reducción de precios de los cuales la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L tiene estrategias para vender a bajo costo para que los clientes estén dando la confiabilidad del caso en comprar sus productos.

Para la investigación, se comparó cuál de las dos modalidades de Importación sería la ideal. Teniendo como resultado a que dependería una de otra pero que la más usada y la que debe usar más seguido la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L es la Importación definitiva. Porque son importaciones que no se devolverán y que tiene un margen de ganancia y crecimiento por encima de cualquier microempresa. Tener en cuenta que viene de la mano con el posicionamiento en más mercados.

Welfar actualmente no cuenta con los recursos económicos necesarios para dicho planteamiento, pero que por lo contrario esta con muchas ganas de emprender.

Para ese mal menor, utilizar en un corto plazo, el financiamiento con distintas entidades bancarias, las cuales ofrecerán una cierta cantidad de dinero para efectuar o solventar los gastos de importación. Cabe resaltar que la empresa ya trabaja con varias entidades bancarias y, por lo tanto, no será tan complicado dicho trámite para una Importación definitiva.

Por otro lado, la empresa se encargó de buscar sus ventas. Es decir, la empresa buscó hacer sus operaciones de forma segura y es por eso que, efectuando la Importación, tiene que tener sus ventas con una cantidad de productos determinado, para que así logre vender dichos productos internacionales y no se genere una perdida para la empresa. Esta medida se toma porque tiene que haber un flujo en donde el dinero invertido en las importaciones, rote de manera constante. Para poder cumplir todas las obligaciones, que van desde impuestos, pago de personal, adquisición de maquinarias y así como también la expansión de la empresa; ya sea comprando terrenos o inaugurando más centros de acopio que brinden un buen productos y servicio a las panificadoras más cercanas.

Con todo lo mencionado, la empresa distribuye mucho más rápido sus productos y lo mejor será que tendrá una expansión de su mercado y pueda desarrollarse de la mejor manera.

Logrando participar de igual manera con sus competidores.

La empresa gana un crecimiento económico bastante bueno, con nuevos clientes, nuevos mercados y reconocimiento en el mercado.

Por ende, tal investigación es fundamental, ya que todo lo concerniente es posible, es saber manejar la documentación específica que es correspondiente para los negocios internacionales. Trabajar con entidades bancarias, ventas seguras y conseguir nuevos o más trabajadores que aporten a esta empresa que tiene ganas de crecimiento y mucha ambición por hacer las cosas de buena manera.

## V. CONCLUSIONES

1. Se identificó sí la Importación de insumos panificadores interviene en la comercialización hacia nuevos mercados de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L, la cual tiene como forma principal el hecho de no generar constantemente más Importaciones. Con esto no le permite comercializar sus productos debidamente o en gran escala. Ya sea por los costos porque no conoce muy afondo la modalidad de Importación definitiva en donde ayuda mucho a la empresa, falta de trabajadores debido a que no expande mucho la marca ni en el mercado y falta de financiamientos entre otros factores.

2. Se identificó los aspectos más relevantes de ambas modalidades de Importación para saber cual era el más beneficio para la empresa y se obtuvo como resultado que era dependiente uno del otro. El despacho simplificado de Importación tuvo aspectos relevantes como la exoneración de impuestos, importaciones en pequeñas cantidades o muestras para el elegir el producto definitivo y hacer negocios internacionales. Aspectos que tienen un porcentaje aceptable en cuanto a seguridad de importar un bien, ya que al importar en esta modalidad se puede emplear algún tipo de empresa Courier que te brinda un amplio servicio y de calidad; y la otra opción es que uno mismo lo haga cuando hace un tipo de negocio en otro país, y obtenga muestras para una posible elección del mismo.

3. La modalidad de Importación definitiva es la que más se usa y conviene a muchas empresas emprendedoras o posicionadas, la cual brinda muchos aspectos como crecimiento económico, expansión en muchos mercados, contratación de más personal; logrando brindar empleo a más peruanos y sobre todo crear la tan ansiosa Internacionalización que tanto busca la empresa con sus continuas Importaciones que ejercería. También se observó las relaciones que se puede tener en cuanto a normas que brinda protección para la salud pública, tomando como referentes a aquellos que se dediquen a la panificación directamente. Además, la falta de conocimientos hacia los documentos necesarios para la Importación, que ejerce un punto clave para que se cumpla con ciertos requisitos para todo aquel que quiera hacer negocios internacionales. Muy aparte de contar con profesionales que conozcan del tema que tienen que manejar muy bien el tema para que ayude a la empresa a no caer en algún tipo de riesgo estratégico, evitando así pagos por encima de lo presupuestado y obteniendo confiabilidad

en su agente aduanero; originando no caer en algún tipo de fraude o de estafas que a larga sería un problema muy determinante hacia el crecimiento de la empresa.

4. Se identificó las características del precio en la comercialización, obteniendo los mismos resultados que son dependientes uno de otro. La característica del precio es muy importante porque la empresa ganaría mucha atención por parte de sus consumidores originando una cadena en donde se reconozca sus productos por el precio, calidad y promociones. Entonces el precio va hacer muy determinante para que la empresa logre un exitoso posicionamiento, porque la empresa tiene como estrategias al estudio de mercado y a una que se origina por parte de las entrevistas que es por la estrategia de flete, en donde corresponde a importar un producto determinado cuando el flete este a costo bajo ya sea por motivos de clima, caducidad próxima o que no tenga mucho consumo en su país de origen. Además, esto le produce disminuir costos, tiempo en el proceso de producción y logrando una fluidez de su capital para crear utilidades que sirve como una posible rentabilidad a futuro.

5. Se concluye que las características del posicionamiento en la comercialización no son buenas, como el hecho de que no genere nuevos mercados para la empresa, es decir, la empresa no se logra posicionar ampliamente, no abarca con profundidad el mercado de los cuales se quiere conseguir con el presente trabajo. Se analizó todo lo correspondiente a teorías, las cuales parten del hecho principal, que es la Importación de insumos para la industria de la panificación que ayuda mucho en la contribución para la comercialización hacia nuevos mercados en la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L.

Por último, con todo lo mencionado anteriormente se confirma en base a los resultados que las características del posicionamiento depende únicamente de como se maneje las estrategias en cuanto al precio. Y que la calidad para una buena promoción o posicionamiento juega un rol importante, porque es con la calidad el cual se hace reconocimiento al producto y el cual también lleva hacer muy rentable. Esto brinda un gran análisis de crecimiento y de formas de como poder entrar o acaparar un mercado objetivo. Con esto se conoce las necesidades que se requiere en un mercado determinado, ya que la única función de la empresa es tratar de cumplir con ellas para que logre posicionarse y dar pelea a sus competidores.

## VI. RECOMENDACIONES

1. En efecto, se debe implementar constantemente Importaciones. Conocer y arriesgarse a emplear importaciones definitivas para que la empresa pueda comercializar sin problema alguno sus productos, pueda reducir costos que ayude a mejorar el proceso productivo, contratación de más personal para un óptimo funcionamiento y conseguir mayores modalidades de financiamiento; las cuales van hacer muy aprovechadas por la empresa, ya que abre puertas para que ejecute varios negocios internacionales y logré conseguir nuevos mercados.

2. Seguir empleando el Despacho simplificado de Importación la cual le brinda exoneraciones de impuestos, seguridad al momento de hacerlo en cuanto a una empresa Courier o hacerlo uno mismo y así como también le sirve mucho para la innovación de sus productos. Cabe resaltar que la empresa hace esta modalidad de Importación pero que no toma riesgo alguno en emprender la otra modalidad, en donde será muy beneficioso entre sus aspectos que rige.

3. Ejecutar la modalidad de Importación definitiva porque eso origina un crecimiento económico, expansión en muchos mercados, además brinda empleo a más peruanos y logre la internacionalización que se desea. Se recomienda conocer los documentos de importación necesarios para conocer a medida algo sobre el tema, además de contratar a un profesional, en este caso a un agente aduanero el cual se encargaría netamente de la documentación, tramites, avisos correspondientes y sobre todo ayude a no caer en algún tipo de fraude, estafa y algún tipo de almacenaje o algo que sobre salga del presupuesto que se planteó al comienzo de la negociación.

4. Se recomienda que la empresa siga utilizando su estrategia de estudio de mercado para que a la par ejecute una nueva, que es la estrategia de flete. En donde disminuye costos y esto le permite entrar en competencia en el mercado, genere mayores ingresos y se implemente muchas más estrategias para el bien de la empresa; ya que ejecutando la estrategia del flete se verá que tan influyente es tomar nuevas medidas para el crecimiento de la empresa.

5. Se recomienda ejercer todas las recomendaciones mencionadas anteriormente, porque este aspecto de la comercialización (posicionamiento) se consolida cuando se ejecute lo mencionado. Es decir, la expansión y los nuevos mercados que se requiere; se consigue ejecutando la modalidad que falta, la estrategia que maneja la empresa y la nueva que es de flete que reduce el costo, para que pueda vender sus productos a un precio que brinde y entre en pelea en su mercado objetivo.

## REFERENCIAS

### Artículo Informativo

Orientación Aduanera de Importación. (2016). Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/importacion/index.html#>

Exportando e importando. (Marzo, 2017). Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. Recuperado de <http://emprender.sunat.gob.pe/como-importar>

ISO 9001:2015. (2015). Isotools excellence. Recuperado de <https://www.isotools.org/pdfs/sistemas-gestion-normalizados/ISO-9001.pdf>

### Blog

Belaunde, G. (19 de febrero del 2014). Los Riesgos de la Exportación e Importación. Recuperado de <http://blogs.gestion.pe/riesgosfinancieros/2014/06/los-riesgos-de-la-exportacion-e-importacion.html>

Paniagua, J. (25 de enero de 2012). Marketing mix: Las 4ps de marketing. Recuperado de <http://www.eoi.es/blogs/josefinapaniagua/2012/01/25/marketing-mix-las-4-ps-de-marketing/>

### Electrónicas

Hernández, F. (s.f). Introducción a los negocios Internacionales. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1394/index.htm>

Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua española (23.ª ed.). Consultado en <http://dle.rae.es/?id=LpMamwM>

Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua española (23.ª ed.). Consultado en <http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=comercializaci%C3%B3n>

Trade Map. (2018). Consultado en [https://www.trademap.org/\(X\(1\)S\(y5ri1h553z1oytamr4miulzk\)\)/tradedstat/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=3|604|||19||2|1|1|1|2|1|2|1|1](https://www.trademap.org/(X(1)S(y5ri1h553z1oytamr4miulzk))/tradedstat/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|604|||19||2|1|1|1|2|1|2|1|1)

### **Libro**

Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6° ed.). México: McGrawhill.

Kotler, A y Armstrong, G. (2012). *Marketing*. (14° ed.). México: Pearson Education.

Vargas, X. (2011) *¿Cómo hacer investigación cualitativa?* (1° ed.). México: Etxeta.

### **Normas**

Ministerio de Salud. (2010). Norma sanitaria para la fabricación, elaboración y expendio de productos de panificación, galletería y pastelería, recuperado de <http://www.digesa.minsa.gob.pe/orientacion/NORMA%20DE%20PANADERIAS.pdf>

### **Periódico en Línea**

SUNAT: de qué países importa más el Perú. [En línea]. El Comercio. PE. 07 de febrero de 2017. [Fecha de consulta: 19 de noviembre de 2017]. Disponible en: <https://elcomercio.pe/economia/peru/sunat-paises-importa-peru-234135>

### **Resolución**

Resolución del Ministerio de Salud N°2674. Notificaciones y permisos sanitarios, Lima, Perú, 22 de Julio del 2013.

### **Revista electrónica**

Revista industria alimentaria [en línea]. Lima, 2015 [fecha de consulta 19 de noviembre de 2017]. Disponible en [http://www.industriaalimentaria.org/assets/situacion\\_actual\\_industria\\_alimentaria\\_2015.pdf](http://www.industriaalimentaria.org/assets/situacion_actual_industria_alimentaria_2015.pdf)

Red de Revistas Científicas de América Latina [en línea]. Colombia, 2000 [fecha de consulta el 13 de diciembre del 2018]. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/1052/105218294001.pdf>

## Tesis

Navarro, I. (2015). Investigación de mercados para determinar la aceptación de una distribuidora de artículos e insumos para panaderías, reposterías y pastelerías en el mercado de Ocaña. (Tesis titulación). Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Bogotá, Colombia.

Recuperado:

<http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/783/1/27916.pdf>

Reina, L. (2013). Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa distribuidora de insumos para pastelería y panadería al por mayor y menor, a través de un servicio express a domicilio, en la ciudad de Ibarra. (Tesis titulación). Universidad Técnica del Norte, Quito, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/3025/1/02%20ICA%20622%20TESIS.pdf>

Apaza, V. (2015). Subsidios a la harina en Bolivia. (Tesis titulación). Universidad Mayor de San Andrés, La Paz, Bolivia. Recuperado de <http://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/5751/T2043.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sotomayor, J. (2011). La importación de materias primas y su impacto en la industria de productos químicos en el Ecuador en el periodo de 2009-2010. (Tesis titulación). Universidad de Guayaquil, Quito, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/3470/1/Sotomayor%20Sotomayor%20Jonathan%20Ismael.pdf>

Fragas, L. (2012). Propuesta de procedimiento de costos de la calidad en Audita S.A sucursal Cienfuegos. (Tesis de titulación). Universidad de Cienfuegos Carlos Rafael Rodríguez, Cuba. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1283/1283.pdf>

Calderón, J y Montes, S. (2016). El sistema contable-administrativo y su influencia en la rentabilidad de la empresa panificadora Panimax SAC de Villa María del Triunfo. (Tesis titulación). Universidad Autónoma del Perú, Lima, Perú. Recuperado de

<http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/350/1/CALDERON%20ALFARO%2c%20JACQUELIN%3b%20MONTES%20PEREZ%2c%20SAMUEL.pdf>

Gutiérrez, F. (2016). Plan de marketing para incrementar la participación de mercado de la panadería Santa Catalina en el centro poblado de Miramar – Trujillo 2016. (Tesis titulación). Universidad Nacional de Trujillo, Lima, Perú. Recuperado de [http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4964/gutierrezoliva\\_frank.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4964/gutierrezoliva_frank.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Tanta, L. (2015). Diseño de manual de procedimientos para optimizar los procesos en el área de producción en la panadería y pastelería "El Padrino" Cajamarca- 2014. (Tesis titulación). Universidad Nacional de Cajamarca, Lima, Perú. Recuperado de <http://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/754/T%20658%20T169%202015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vilcas, O. (2018). Estrategias para aumentar la participación en el mercado de insumos para panificación y pastelería de una empresa privada. (Tesis de maestría). Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima, Perú. Recuperado de <http://repositorio.lamolina.edu.pe/handle/UNALM/3509>

Nguyen, Q. (2015). Business Plan for an online bakery concept. (Tesis de titulación). Laurea University of Applied Sciences, Finlandia. Recuperado de <http://www.theseus.fi/handle/10024/103256>

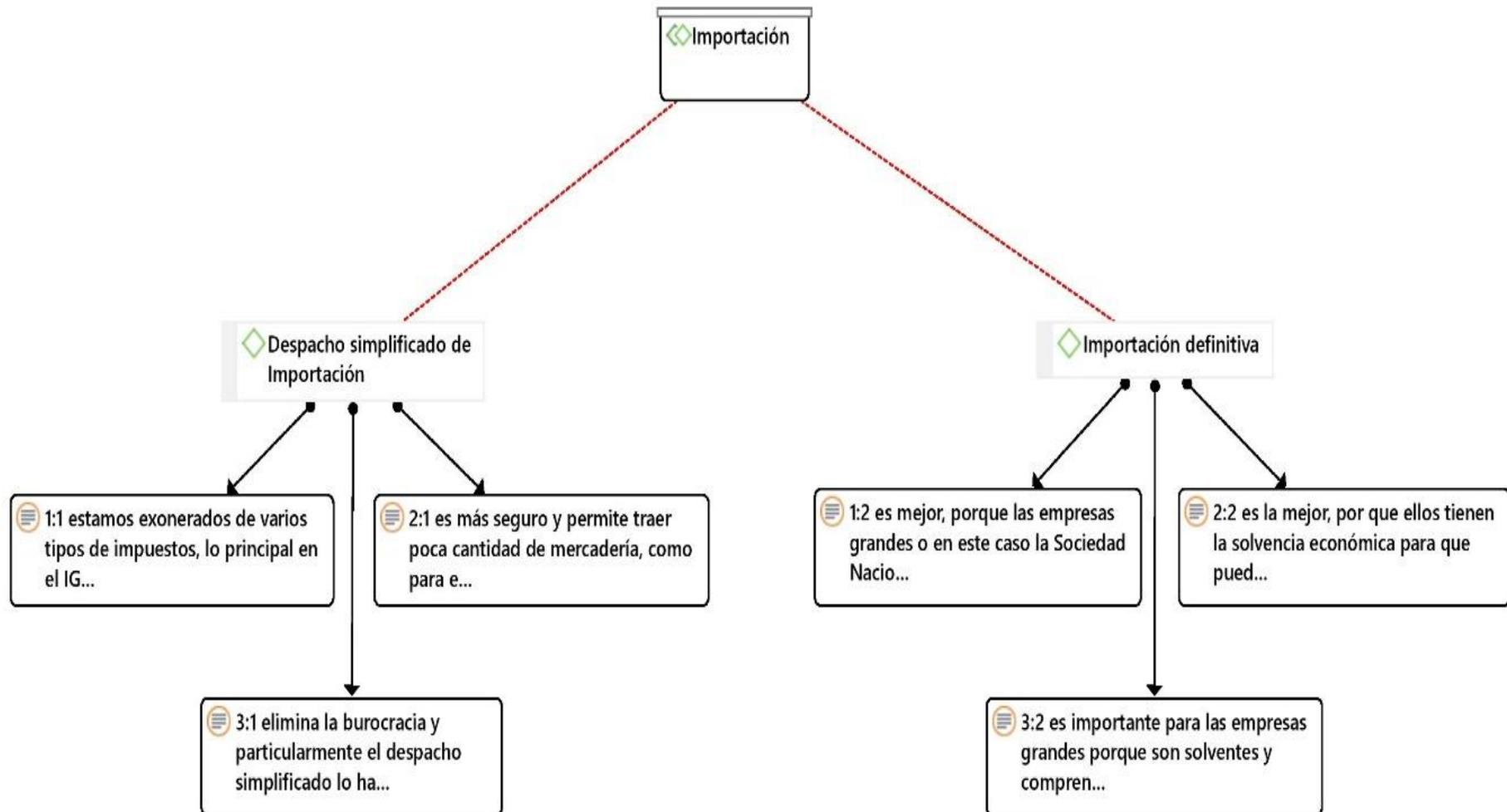
## ANEXOS

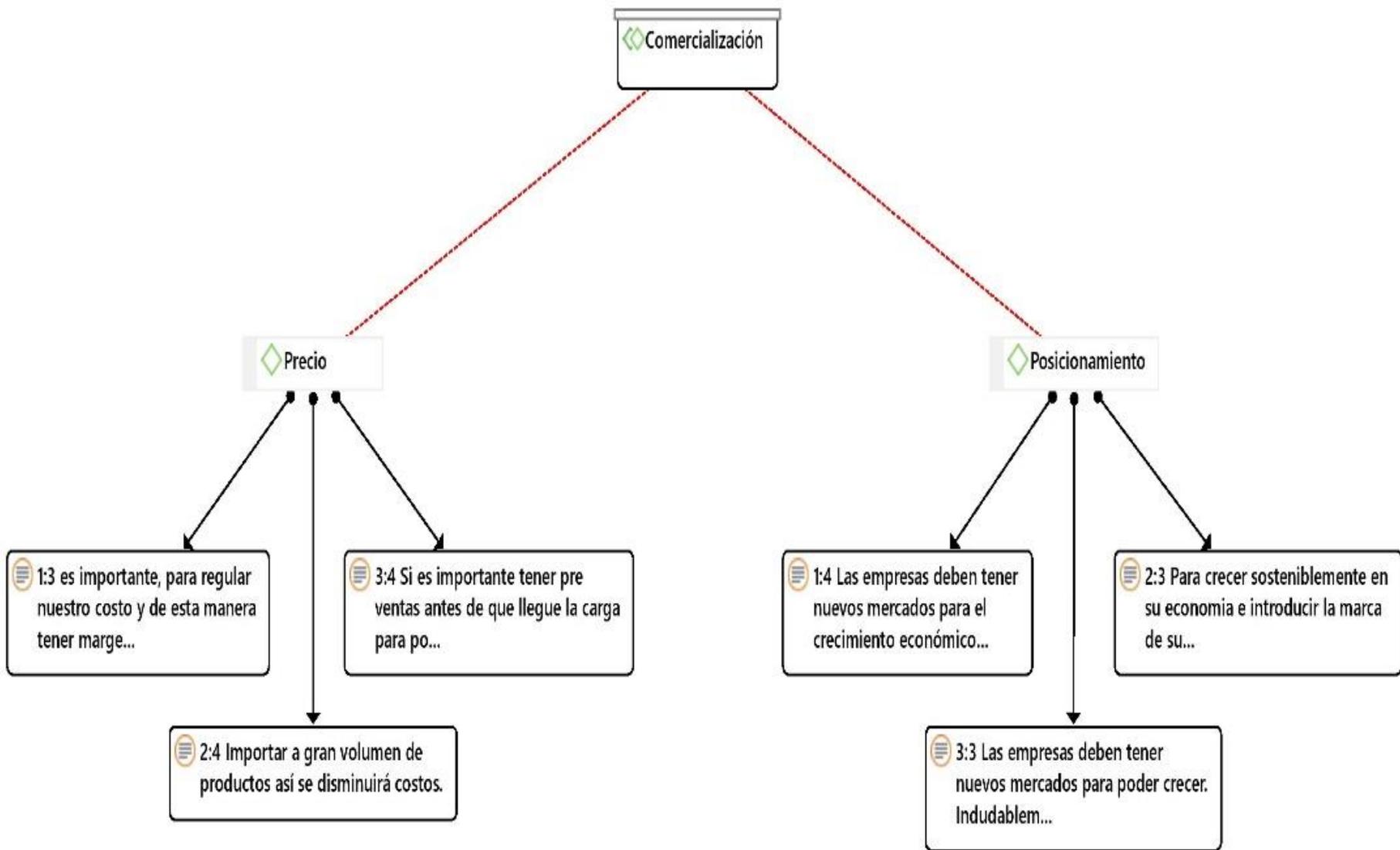
### ANEXO 1: Matriz de Categorización apriorística

Título: Importación y comercialización de insumos panificadores de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L en Puente Piedra 2018.

OBJETO DE ESTUDIO	PREGUNTA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERAL DE INVESTIGACIÓN	PREGUNTAS ESPECÍFICAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE INVESTIGACIÓN	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
Comercial Importadora Welfar E.I.R.L	¿De qué manera la Importación de insumos panificadores interviene en la comercialización hacia nuevos mercados de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L?	Identificar si la Importación de insumos panificadores interviene en la comercialización hacia nuevos mercados de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L	¿Cuáles son los aspectos importantes sobre el Despacho simplificado de Importación de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L?	Identificar los aspectos relevantes sobre el Despacho simplificado de Importación de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L.	Importación	Despacho simplificado de Importación
			¿Cuáles son los aspectos importantes sobre la Importación definitiva de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L?	Identificar los aspectos relevantes sobre la Importación definitiva de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L.		Importación definitiva
			¿Cuáles son las características del precio en la comercialización de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L?	Identificar las características del precio en la comercialización de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L.	Comercialización	Precio
			¿Cuáles son las características del posicionamiento en la comercialización de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L?	Identificar las características del posicionamiento en la comercialización de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L.		Posicionamiento

ANEXO 2: Atlas TI





**ANEXO 3:** Transcripción de entrevista

CATEGORIAS	PREGUNTAS	SUJETOS	RESPUESTAS
IMPORTACIÓN	¿En su opinión porqué es mejor un despacho simplificado de Importación?	Romel Vergara Aldave - Experto	Si creo que sí, porque elimina la burocracia y particularmente el despacho simplificado lo hacemos los que viajamos o los mismos empresarios quienes pedimos muestras del extranjero y hoy en día por medio de la comunicación es más viable quizás traer por DHL muestras que realmente tenemos que analizarlos.
		Walter Francisco Rubina - Director Gerente	Porque estamos exonerados de varios tipos de impuestos, lo principal en el IGV, de esa manera los pequeños empresarios a través de la simplificación podrían traer varios productos de distintos países.
		Isabel Melgarejo Tarazona - Trabajadora	Porque es más seguro y permite traer poca cantidad de mercadería, como para evaluar si es conveniente hacerlo en gran volumen o no.
	¿Qué opina sobre una posible entidad de asesoría para las pymes, donde se pueda capacitar sobre los riesgos estratégicos de la importación?	Romel Vergara Aldave - Experto	Es importante porque realmente teniendo a una empresa que está asesorando a las pequeñas empresas estaríamos valorando el cómo se puede salir una mediana empresa y generar importaciones sin cometer riesgos.
		Walter Francisco Rubina - Director Gerente	Para mí, las instituciones para asesorar a las pymes deben estar ligada a las universidades privadas y públicas a través de gobiernos locales porque están más cerca a las pymes de todo nuestro país, con la intención de canalizar sus recursos económicos de cada pyme para su desarrollo estratégico.
		Isabel Melgarejo Tarazona - Trabajadora	A mi parecer es importante recurrir a un profesional que maneje el área de importación y exportación.

	¿Cuáles son para Usted los riesgos estratégicos de una importación?	Romel Vergara Aldave - Experto	Puntualmente son de que el proveedor del extranjero después de haber recibido el pago del importador, no sabemos si te van a cumplir, otro podría ser la calidad del producto un ejemplo por decir en una oportunidad importe ácido fosfórico y me enviaron agua entonces dónde estamos? Es un riesgo puntualmente alto y otro de los riesgos es también siniestros; nadie te garantiza que un buque se pueda hundir y se pierde la carga si no está asegurada.
		Walter Francisco Rubina - Director Gerente	Los riesgos de una importación para mí es proteger el dinero, el capital invertido y conocer los aranceles de importación de distintos países y el tiempo de llegada a otro país; en este caso a nuestro país Perú. Por ejemplo podemos importar de China hacia Perú o de Estados Unidos hacia Perú y así de otros países.
		Isabel Melgarejo Tarazona - Trabajadora	La falta de conocimiento en documentos de importación.
	¿Qué importancia tiene conocer los riesgos estratégicos de una importación, para poder realizarlo?	Romel Vergara Aldave - Experto	Es importante conocerlo porque si uno no mide las consecuencias, ejemplo mi organización actualmente para no obtener riesgos tiene un agente en China puntualmente eso ya tiene años, porque hay que pagar a ese agente mensualmente pero en las primeras oportunidades nosotros sí hemos cometido riesgos, hemos cometido errores tanto de calidad de producto como de estafas.
		Walter Francisco Rubina - Director Gerente	Los riesgos de una importación para poder realizarlo sería por ejemplo si se importa un producto de China y quiero importar guantes, cada uno tiene cinco dedos. Si esa importación esos guantes, de la empresa que me provee mercadería, me está mandando los guantes solamente con cuatro dedos, entonces ahí nace los riesgos de importación porque esa empresa estaría prácticamente estafando y desnaturalizando el producto por el cual ha sido solicitado.
		Isabel Melgarejo Tarazona - Trabajadora	Es importante conocer los documentos necesarios con la ayuda de un profesional.

¿En su opinión la modalidad de importación definitiva es la mejor para las empresas grandes?	Romel Vergara Aldave - Experto	Si creo que es importante para las empresas grandes porque son solventes y comprenderás las importaciones definitivas son importaciones que definitivamente nunca lo vas a devolver, en el caso de nosotros que somos importadores de productos alimenticios aplicamos la importación definitiva porque nosotros usamos los insumos para un producto final e indudablemente las importaciones temporales lo utilizan las grandes empresas que ingresan maquinarias y luego lo van a reenviar hacia otros países diferentes.
	Walter Francisco Rubina - Director Gerente	Si es mejor, porque las empresas grandes o en este caso la Sociedad Nacional de Industrias cuentan con una logística de asesoramiento legal, administrativo, contable e instituciones que prácticamente asesorara en el ramo importación y exportación de productos no tradicionales y otros productos afines.
	Isabel Melgarejo Tarazona - Trabajadora	Si es la mejor, porque ellos tienen la solvencia económica para que puedan contratar profesionales.
¿Qué opina respecto a que el Documento Aduanero de Mercancías (DAM), pueda trabajarse en formato electrónico?	Romel Vergara Aldave - Experto	Tarde o temprano se van a tener que adecuar el DAM a un formato electrónico eso es de acuerdo a la modernidad mientras que tengamos toda la información que requiera la aduana del Perú yo creo que es importante.
	Walter Francisco Rubina - Director Gerente	Es importante en el avance de la tecnología, tener los documentos en formato electrónico porque asimismo lo exige el mundo globalizado y la tecnología.
	Isabel Melgarejo Tarazona - Trabajadora	Creo que sería mejor porque habrá seguridad y simplificación de documentos de importación.
¿Considera Ud. que todo el personal en la empresa debe conocer los	Romel Vergara Aldave - Experto	Creo que en parte sí es importante que el personal este enterado pero profundamente no, porque comprenderemos que hay diversidad de multas en esta oportunidad tendríamos una partida arancelaria que puede tener restricciones y no están enterados en la fecha de llegada de las cargas y evitar con esto las sobreestadías.

	documentos de importación correspondientes para evitar las multas?	Walter Francisco Rubina - Director Gerente	Las únicas personas que deben saber o conocer la documentación de importación para evitar las multas son el área designada por el directorio y personal especializado en importación y exportación que conoce el área correspondiente.
		Isabel Melgarejo Tarazona - Trabajadora	Considero que no todos deben conocerlo, solo el área designada por la empresa.
	¿Por qué la empresa debe brindar los documentos de importación necesarios?	Romel Vergara Aldave - Experto	Es importante brindar los documentos necesarios a un agente de aduanas porque evitarías las multas, sobrestadías, almacenaje. Si no daríamos documentaciones correspondientes, ejemplo por decir en china hay diferentes formatos de certificados de origen y a mí ya me ha sucedido, que entrego al final un formato que no corresponde y luego para pedir otro formato hay que perder un mes más y mientras tanto ya entro a la multa, almacenaje y sobreestadías de contenedores.
		Walter Francisco Rubina - Director Gerente	Por todos los casos de tributos para cumplir con las obligaciones tributarias con el país.
		Isabel Melgarejo Tarazona - Trabajadora	Para cumplir con pagos de impuestos.

COMERCIALIZACIÓN	¿En su opinión por qué es mejor tener ventas aseguradas al momento de ofrecer productos importados?	Romel Vergara Aldave - Experto	Si es importante tener pre ventas antes de que llegue la carga para poder rotar el capital y así ya estas renovando y proyectando en nuevas importaciones.
		Walter Francisco Rubina - Director Gerente	El objetivo es tener flujo de caja, cumplir con tus proveedores, tus obligaciones contraídas, asimismo otras obligaciones de impuestos y personal a tu cargo.
		Isabel Melgarejo Tarazona - Trabajadora	Para cumplir con las obligaciones contraídas con un proveedor, personal y pagos de impuestos.
	¿Cómo se puede vender productos en gran volumen y a precio bajo?	Romel Vergara Aldave - Experto	Puntualmente para nosotros es una estrategia. Ahorramos en lo que es la variable flete nosotros sabemos en qué temporada el flete está bien bajo, ejemplo el flete puede costar \$5000 en una temporada y ese mismo flete puede estar \$2500 en una temporada y nosotros importamos el de flete precio bajo y así traemos grandes cantidades como 10 o 15 contenedores y eso te permite ser muy competitivo en el mercado.
		Walter Francisco Rubina - Director Gerente	El producto se puede vender en gran volumen y a precio bajo de acuerdo al monto importado. Por ejemplo se importa 5tn el costo será un dólar por kg, suponiendo que el producto es el bicarbonato de sodio. Si importo 50tn me costará un promedio de 0,25 \$, entonces el volumen es importante para el precio que uno importa.
		Isabel Melgarejo Tarazona - Trabajadora	Importar a gran volumen de productos así se disminuirá costos.
	¿En su opinión es importante conocer los precios de los productos de la competencia?	Romel Vergara Aldave - Experto	Indudablemente claro que sí, nosotros hacemos un estudio de mercado de cómo vende la competencia. Nosotros tratamos de darle un pequeño descuento para ser más competitivo y entrar al mercado.
		Walter Francisco Rubina - Director Gerente	Si es importante, para regular nuestro costo y de esta manera tener margen de utilidad y agilizar las ventas.

	Isabel Melgarejo Tarazona - Trabajadora	Es necesario para dar buena pelea en el mercado.
¿Por qué cree Ud. que se debe cumplir estándares de calidad para los productos de panificación?	Romel Vergara Aldave - Experto	La norma de calidad para un producto de panificación se debe de cumplir cabalmente al 100%, comprenderemos que DIGESA a falta de personal las inspecciones son parciales y realmente es por falta de personal. En los últimos 10 años DIGESA se ha adecuado a las normas de supervisión alimentaria pero creo que hay mucho por hacer, mucho por trabajar en comparación del mercado del resto de Sudamérica.
	Walter Francisco Rubina - Director Gerente	Es necesario cumplir con estándares de calidad por motivos de salubridad y su consumo es una alimentación directa no es un insumo.
	Isabel Melgarejo Tarazona - Trabajadora	Para preservar la salud.
¿Qué importancia tiene en que la panificación siga creciendo?	Romel Vergara Aldave - Experto	Es importante, si la panificación crece igualmente también crece la mano de obra, captan más jóvenes, más personal y también nuevos mercados.
	Walter Francisco Rubina - Director Gerente	En la panificación el crecimiento en estos momentos actuales es prácticamente casi negativo, por el monopolio que existe en nuestro país, en este caso la comercialización de la harina ya no hay mucho margen. Por ejemplo antes las vendedoras de harina eran independientes, como la Fabril, la Nicolini, a Molinera Inca todos estas empresas son un monopolio que lo maneja la empresa Alicorp, entonces las utilidades y los márgenes de ganancia en las panificaciones ya no son como en las épocas del 70 al 80 significativamente la utilidad para ese rubro.
	Isabel Melgarejo Tarazona - Trabajadora	Para generar mayor utilidad en las ventas.

	¿Por qué las empresas deben tener nuevos mercados?	Romel Vergara Aldave - Experto	Las empresas deben tener nuevos mercados para poder crecer. Indudablemente para eso tenemos que innovar, si no innovamos con nuevos productos entonces nunca vamos a salir adelante. Siempre las que son grandes panificadoras, en este caso Bimbo, el grupo Alicorp salen adelante porque tienen capitales extranjeros, pero para un pequeño empresario para salir adelante tiene que innovar, inculcar nuevo personal de marketing, nuevos mercados e invertir en la planificación.
		Walter Francisco Rubina - Director Gerente	Las empresas deben tener nuevos mercados para el crecimiento económico y fortalecimiento de la marca.
		Isabel Melgarejo Tarazona - Trabajadora	Para crecer sosteniblemente en su economía e introducir la marca de su productos en diferentes mercados.
	¿Conoce usted como conseguir nuevos mercados? Podría mencionar algunos.	Romel Vergara Aldave - Experto	Claro, conocemos nuevos mercados. Ahora estamos trabajando más de 30 años en la empresa, estamos innovando en más mercados, no solo en el de la panificación sino también en el de la salud con los colágenos y los edulcorantes que también es muy importante para la empresa. Hacemos un estudio de mercado previamente, sino lo hacemos nunca llegaremos al punto final. En el caso de entrar al sector de la salud con los colágenos, puntualmente con el estudio de mercado se evitara trabajar con colorantes y sabores sintéticos y venderemos el colágeno natural tal como se importa.
		Walter Francisco Rubina - Director Gerente	Puntos de ventas en distintas zonas. Por ejemplo hay una sucursal en los olivos debe de haber un punto de venta en el centro de Lima, en los conos Norte, Centro, Este-Oeste.
		Isabel Melgarejo Tarazona - Trabajadora	Si, en ferias internacionales, nacionales y eventos gastronómicos en el país de origen.

<p>¿Qué opina Ud. sobre la realización de inspecciones a las panaderías?</p>	<p>Romel Vergara Aldave - Experto</p>	<p>Deben ser constantes comprenderemos que nosotros hoy en día por ejemplo comprendemos que las normas sanitarias internas dentro de la realidad no se cumple, yo particularmente veo que no hay muchas inspecciones en los conos, puntualmente te hablo del cono norte en donde las panaderías no están en condiciones higiénicas adecuadas, no cumplen las normas sanitarias y si estoy de acuerdo que constantemente debe haber inspección. Pero no solo para panaderías sino también para fábricas, restaurantes etc. Hay muchos errores en los conos en donde no se como tienen registros sanitarios, mucha corrupción por mejorar en eso.</p>
	<p>Walter Francisco Rubina - Director Gerente</p>	<p>Las inspecciones a las panaderías es necesaria por cuestión de salud, para indicar y contribuir en la infraestructura de su industria.</p>
	<p>Isabel Melgarejo Tarazona - Trabajadora</p>	<p>Es importante para preservar la salud del público consumidor.</p>

## ANEXO 4: Documento de confiabilidad para la entrevista

### Consentimiento Informado para participantes de Investigación

El autor: ERIK FRANCK SEGURA SALAZAR, de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: Identificar si la Importación de insumos panificadores interviene en la comercialización hacia nuevos mercados de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L.

Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas en una entrevista. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, los medios que contienen las grabaciones se destruirán. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Isabel Melgarejo Segura, con  
DNI N° 06428359 acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar al autor cuyo teléfono es: 937508674.

Isabel Melgarejo Segura [Firma] 08/19/18  
Nombre del Participante Firma del Participante Fecha

### Consentimiento Informado para participantes de Investigación

El autor: ERIK FRANCK SEGURA SALAZAR, de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: Identificar si la Importación de insumos panificadores interviene en la comercialización hacia nuevos mercados de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L.

Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas en una entrevista. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, los medios que contienen las grabaciones se destruirán. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Romel Vergara Aldave, con  
DNI N° 086693712 acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar al autor cuyo teléfono es: 937508674.

Romel Vergara Aldave  
Nombre del Participante

Romel  
Firma del Participante

10/11/12  
Fecha

### Consentimiento Informado para participantes de Investigación

El autor: ERIK FRANCK SEGURA SALAZAR, de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: Identificar si la Importación de insumos panificadores interviene en la comercialización hacia nuevos mercados de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L

Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas en una entrevista. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, los medios que contienen las grabaciones se destruirán. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

---

Yo Walter Francisco Rubina, con  
DNI N° 06901834 acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar al autor cuyo teléfono es: 937508674.

Walter Francisco Rubina  
Nombre del Participante

Walter  
Firma del Participante

08/10/18  
Fecha

## ANEXO 5: Instrumento de investigación

### GUÍA DE PREGUNTAS ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA

Buenas tardes Sr. Quiero agradecerle el tiempo que me ha brindado para poder realizar esta entrevista. También quiero mencionarle que los comentarios e información que nos proporcione serán muy valiosos para el Desarrollo de la presente investigación.

Antes que nada, quiero comentarle que esta entrevista estará grabada por lo cual se requiere de su aceptación. ¿Está de acuerdo?

Para que todos puedan conocerlo, podría presentarse indicando una síntesis de su trayectoria profesional, y finalmente su cargo actual en la institución donde labora.

Otros Datos: DNI

Colegiatura (opcional)

Telf.

Subcategorías	Preguntas
<b>Despacho Simplificado de Importación</b>	¿En su opinión porqué es mejor un despacho simplificado de Importación?
	¿Qué opina sobre una posible entidad de asesoría para las pymes, donde se pueda capacitar sobre los riesgos estratégicos de la importación?
	¿Cuáles son para Usted los riesgos estratégicos de una importación?
	¿Qué importancia tiene conocer los riesgos estratégicos de una importación, para poder realizarlo?
<b>Importación Definitiva</b>	¿En su opinión la modalidad de importación definitiva es la mejor para las empresas grandes?
	¿Qué opina respecto a que el Documento Aduanero de Mercancías (DAM), pueda trabajarse en formato electrónico?
	¿Considera Ud. que todo el personal en la empresa debe conocer los documentos de importación correspondientes para evitar las multas?
	¿Por qué la empresa debe brindar los documentos de importación necesarios?
<b>Precio</b>	¿En su opinión por qué es mejor tener ventas aseguradas al momento de ofrecer productos importados?
	¿Cómo se puede vender productos en gran volumen y a precio bajo?
	¿En su opinión es importante conocer los precios de los productos de la competencia?
	¿Por qué cree Ud. que se debe cumplir estándares de calidad para los productos de panificación?
<b>Posicionamiento</b>	¿Qué importancia tiene en que la panificación siga creciendo?
	¿Por qué las empresas deben tener nuevos mercados?
	¿Conoce usted como conseguir nuevos mercados? Podría mencionar algunos.
	¿Qué opina Ud. sobre la realización de inspecciones a las panaderías?

**ANEXO 6: Productos Ibelsa**





## ANEXO 7: Evaluación de expertos



### UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

#### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

##### I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador.: Dr. Mg. Romani Franco, Víctor
- 1.2 Cargo e Institución donde labora: Universidad César Vallejo
- 1.3 Especialidad del validador: Administración
- 1.4 Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: Entrevista que tiene por finalidad obtener información necesaria para concretar el estudio de investigación.
- 1.5 Título de la Investigación: "Importación y comercialización de insumos panificadores en la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L. en Puente Piedra 2018".
- 1.6 Autor del Instrumento: Segura Salazar Erik Franck.

##### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

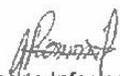
CRITERIOS	SUBCATEGORIAS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico				/	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables				✓	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				✓	
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				/	
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				✓	
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos				/	
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones				/	
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnostico				/	
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación				/	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					80	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 80 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:

  
Firma del Experto Informante.  
DNI. N° 081144824 Teléfono N° 940242577



## UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

## I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador.: Dr. Mg. Gerson Banderu Cortés A.
- 1.2 Cargo e Institución donde labora: Docente Universidad Cesar Vallejo
- 1.3 Especialidad del validador: Lic en Administración
- 1.4 Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: Entrevista que tiene por finalidad obtener información necesaria para concretar el estudio de investigación.
- 1.5 Título de la Investigación: "Importación y comercialización de insumos panificadores en la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L. en Puente Piedra 2018".
- 1.6 Autor del Instrumento: Segura Salazar Erik Franck.

## II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	SUBCATEGORIAS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-50%	Muy Buena 51-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico				/	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables				/	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				/	
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				/	
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				/	
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos				/	
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones				/	
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnostico				/	
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación				/	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					80%	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 80% V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:

  
Firma del Experto Informante.  
DNI. N° 09120113 Teléfono N° 982 332755



## UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

## I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador.: Dr Mg. Gerardo Espinoza José Manuel.
- 1.2 Cargo e Institución donde labora: Docente UCV.
- 1.3 Especialidad del validador: DR. EN ADMINISTRACIÓN
- 1.4 Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: Entrevista que tiene por finalidad obtener información necesaria para concretar el estudio de investigación.
- 1.5 Título de la Investigación: "Importación y comercialización de insumos panificadores en la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L. en Puente Piedra 2018".
- 1.6 Autor del Instrumento: Segura Salazar Erik Franck.

## II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	SUBCATEGORIAS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico					✓
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					✓
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					✓
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					✓
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					✓
7. COHERENCIA	Entre los Indices, indicadores y las dimensiones					✓
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnostico				✓	
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación				✓	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					90	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90 %. V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- (  ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
- (  ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

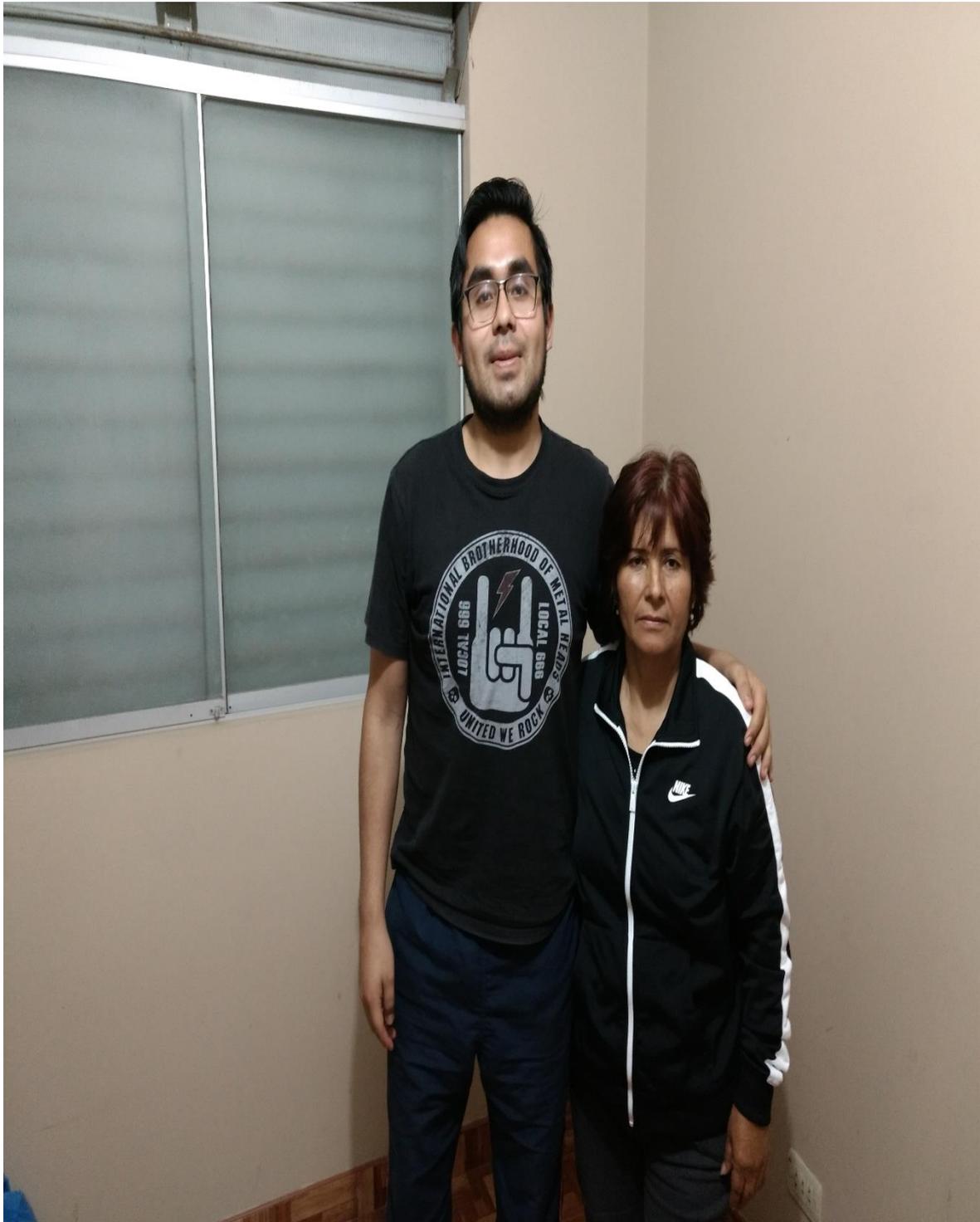
Lugar y fecha:

  
Firma del Experto Informante.  
DNI. N° 09000501 Teléfono N° 991391140

**ANEXO 8:** Fotos de entrevistados



Junto al Señor Walter Francisco Rubina – Director Gerente de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L



Junto a la Señora Isabel Melgarejo Tarazona, trabajadora de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L.



Junto al Señor Romel Vergara Aldave – Gerente General de la empresa Vergara S.A.

**ANEXO 9: Mapa de Informantes Clave**

<b>Ámbito</b>	<b>Organización/institución</b>	<b>Informante Clave</b>	<b>Visión que aporta</b>
Empresa de Industria alimentaria	Comercial Importadora Welfar E.I.R.L	Director Gerente	Especialista en ventas y posicionamiento en el mercado.
Empresa de Industria alimentaria	Comercial Importadora Welfar E.I.R.L	Colaboradora de procesos	Especialista en producción y despacho.
Empresa Importadora de Insumos Químicos	Vergara S.A	Gerente General	Experto en Importaciones y estrategias.

**ANEXO 10: Cronograma de Aplicación de Entrevistas**

<b>Ámbito</b>	<b>Organización/institución</b>	<b>Informante Clave</b>	<b>SITUACIÓN / Fecha de Entrevista</b>
Empresa de Industria alimentaria	Comercial Importadora Welfar E.I.R.L	Director Gerente	Entrevistado el 08/10/2018
Empresa de Industria alimentaria	Comercial Importadora Welfar E.I.R.L	Colaboradora de procesos	Entrevistado el 08/10/2018
Empresa Importadora de Insumos Químicos	Vergara S.A	Gerente General	Entrevistado el 10/11/2018



**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD  
DE TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02  
Versión : 09  
Fecha : 23-03-2018  
Página : 1 de 1

Yo, VIVIAN ISABEL ROMANI FRANCO, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo Lima Norte, revisor (a) de la tesis titulada "IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE INSUMOS PANIFICADORES DE LA EMPRESA COMERCIAL IMPORTADORA WELFAR E.I.R.L EN PUENTE PIEDRA 2018", del (de la) estudiante SEGURA SALAZAR, ERIK FRANCK, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 16.% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 15 de diciembre del 2018.

Firma

VIVIAN ISABEL ROMANI FRANCO

DNI: 08144929

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Resumen de coincidencias

16 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

16		
1	Entregado a Universid... Trabajo del estudiante	3 % >
2	repositorio.uov.edu.pe Fuente de Internet	2 % >
3	docplayer.es Fuente de Internet	1 % >
4	repositorio.ufpa.edu... Fuente de Internet	1 % >
5	Entregado a Pontificia... Trabajo del estudiante	1 % >
6	Entregado a Universid... Trabajo del estudiante	1 % >
7	repositorio.uno.edu.pe Fuente de Internet	1 % >
8	dspaoe.unitru.edu.pe Fuente de Internet	1 % >
9	repositorio.autonoma... Fuente de Internet	1 % >
10	repositorio.umsa.bo Fuente de Internet	1 % >
11	gestion.pe Fuente de Internet	1 % >
12	emprender.sunat.gob... Fuente de Internet	<1 % >



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE INSUMOS PANIFICADORES DE LA EMPRESA COMERCIAL IMPORTADORA WELFAR E.I.R.L EN PUENTE PIEDRA 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTOR:  
ERIK FRANCK SUGURA SALAZAR

ASESORA:  
MGTR. VIVIANIS ABEL ROMANIFRANCO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:  
MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA - PERÚ  
2018





Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

D.N.I.: 74128872
Domicilio: Jr. Dechura 518 Sofo Galvez, V.M.T.
Teléfono: Fijo: 012931313 Móvil: 937508674
E-mail: Erik55958@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

[X] Tesis de Pregrado

Facultad: Ciencias Empresariales
Escuela: Negocios Internacionales
Carrera: Negocios Internacionales
Título: Licenciado en Negocios Internacionales

[ ] Tesis de Post Grado

[ ] Maestría

[ ] Doctorado

Grado:
Mención:

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es):

Segura Salazar Erik Franck

Título de la tesis:

Empresarial y comercialización de insumos parafarmacéuticos de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L en fuente física 2018.

Año de publicación: 2018

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento, autorizo a la Biblioteca UCV-Lima Norte, a publicar en texto completo mi tesis.

Firma:

[Handwritten signature]

Fecha: 02/05/19



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

La Escuela de Negocios Internacionales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Erik Franck Segura Salazar

INFORME TITULADO:

Importación y comercialización de insumos panificadores de la empresa Comercial Importadora Welfar E.I.R.L en Puente Piedra 2018

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciado en Negocios Internacionales

SUSTENTADO EN FECHA: 15/12/18

NOTA O MENCIÓN: 14



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN