



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Estrategias competitivas para la importación de repuestos para
maquinaria pesada de Estados Unidos para la Empresa Peñaranda
Diesel S.A.C, al puerto de Callao en el año 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Negocios Internacionales

AUTOR:

Cauche Huamani, Lizbeth Yarina (orcid.org / 0000-00034831-7819)

ASESOR:

Dr. Pasache Ramos, Maximo Fidel (orcid.org / 0000-0003-1005-0848)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y comercio internacional

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

DEDICATORIA

Dedico esta presente investigación a mis padres por su apoyo moral e incondicional, y a mi hija que día tras día es mi motivación para ser mejor persona.

AGRADECIMIENTO

Le doy gracias a Dios por acompañarme y guiarme durante toda mi carrera, a mis docentes a quienes aportaron a mi formación profesional brindándome sus conocimientos.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III.METODOLOGÍA.....	9
3.1. Tipo y diseño de investigación	9
3.2. Variables y Operacionalización.....	10
3.3. Población, muestra y muestreo.....	11
3.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	13
3.5. Procedimiento	15
3.6. Método de Análisis de Datos	15
3.7. Aspectos Éticos	15
IV. RESULTADOS.....	16
V. DISCUSIÓN	27
VI. CONCLUSIONES	30
VII. RECOMENDACIONES	31
REFERENCIAS.....	33
ANEXOS.....	36

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: PEÑARANDA DIESEL S.A.C.	11
Tabla 2: <i>Principales Técnicas e instrumentos de investigación</i>	13
Tabla 3: Técnica de recolección: Encuesta.....	14
Tabla 4: Valor de coeficiente Alfa de Cronbach	15
Tabla 5: Estrategias Competitivas	16
Tabla 6: Negociación de clientes	17
Tabla 7: Amenazas de nuevos Ingresos	17
Tabla 8: Negociación de los proveedores	18
Tabla 9: Importación	19
Tabla 10: Tabla cruzada Estrategias Competitivas*Importación	20
Tabla 11: Tabla cruzada Estrategias Competitivas*Importación	21
Tabla 12: Tabla cruzada Amenazas nuevos Ingresos*Importación.....	22
Tabla 13: Tabla cruzada Negociación de los proveedores*Importación	23
Tabla 14: Correlaciones entre Estrategias Competitivas e Importación	24
Tabla 15: Correlaciones entre Estrategias Competitivas e Importación	25
Tabla 16: Correlaciones entre Amenazas de nuevos Ingresos e importación ..	26
Tabla 17: Correlaciones entre Negociación de los proveedores e importación	27

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

<i>Figura 1: Estrategias competitivas</i>	16
<i>Figura 2: Negociación de clientes</i>	17
<i>Figura 3: Amenazas de nuevos Ingresos</i>	18
<i>Figura 4: Negociación de los proveedores</i>	19
Figura 5. Negociación de los proveedores	20
Figura 6: Relación entre estrategias con importación	21
Figura 7: Relación entre Negociación de clientes con importación.	22
Figura 8: Relación entre Amenazas de nuevos Ingresos con importación.....	23
Figura 9: Relación entre Negociación de los proveedores con importación	24

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar y establecer la relación entre las variables Estrategias Competitivas con Importación como marca de la empresa Peñaranda Diesel S.A.C. y como título de la investigación es Estrategias competitivas para la importación de repuestos para maquinaria pesada de Estados Unidos para la Empresa Peñaranda Diesel S.A.C, al puerto de Callao en el año 2020. Así mismo su importancia de explicar si existe algún tipo de dependencia.

La metodología fue descriptiva- correlacional, de tipo aplicada con un diseño no experimental – transversal debido que el estudio se realizó en un tiempo determinado y no se alteraron las variables presentadas. Se trabajó en base a un enfoque cuantitativo ya que también los datos fueron obtenidos del instrumento-cuestionario que le hicieron a la población dentro de la empresa Peñaranda Diesel S.A.C. en base a una escala de Likert.

También se realizó diversos análisis de los datos recolectados mediante un software SPSS versión 24 creando así gráficos de los datos y las tablas que nos permiten justificar diversas hipótesis para explicar las consecuencias y saber si tuvieron valores reales

Como resultado final obtuvimos que existe una relación real, positiva y de dependencia entre las variables: Estrategias Competitivas con Importación

Palabras clave : Estrategias competitivas, Importación, Producto.

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine and establish the relationship between the variables Competitive Strategies with Importation as a brand of the company Peñaranda Diesel S.A.C. and the title of the research is Competitive strategies for the importation of spare parts for heavy machinery from the United States for the Peñaranda Diesel S.A.C Company, to the port of Callao in the year 2020. Likewise, its importance to explain if there is any type of dependency.

The methodology was descriptive-correlational, of the type applied with a non-experimental design - cross-sectional because the study was carried out in a certain time and the variables presented were not altered. We worked based on a quantitative approach since the data were also obtained from the instrument-questionnaire that was made to the population within the company Peñaranda Diesel S.A.C. based on a Likert scale.

Various analyzes of the data collected were also carried out using SPSS software version 24 thus creating graphs of the data and tables that allow us to justify various hypotheses to explain the consequences and know if they had real values.

As a final result, we obtained that there is a real, positive and dependent relationship between the variables: Competitive Strategies with Imports

Keywords:Competitive Strategies, Import, Product

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años el sector metal mecánico de maquinaria pesada ha obtenido gran importancia para el desarrollo de grandes elaboraciones, en el sector automotriz, minerías entre otras. El anterior sector comprende una parte importante dentro de la industria no solo por sus funciones, sino porque contribuye a la articulación de distintos sectores económicos. Su desarrollo y avance no solo define el crecimiento económico de un país, sino que también la sustentabilidad a largo plazo. La importación ha sufrido muchos retos y aprendizajes, debido a los cambios, forma de trabajo a nivel nacional como internacional. Los países de origen de las importaciones son: China logro posicionarse como el proveedor primordial de importaciones con 2,145 millones de dólares, que representan un 29.5% el total de lo importado en total de lo importado, EE. UU le sigue con 1.495 millones de dólares que representan el 20.6% (Saldaña, 2021)

En el Caribe y América Latina las importaciones fueron las más perjudicadas por la caída del comercio internacional. El turismo presento una disminución del 55%, el combustible presento una reducción de 36% y transporte con un descenso de 26%. (Toro, 2021). Las importaciones presentaron una mejoría a inicios del primer bimestre del año vigente, obteniendo un total de 7,265 millones de dólares, con una diferencia de 3,5 superior al periodo del 2020 (Saldaña, 2021). Las importaciones son muy importantes para el desarrollo y progreso económico de un país, porque promueven la competitividad de las organizaciones y sobre todo porque aportan variadas opciones de adquisición para toda la población.

Las importaciones representan el 17.71% del PBI en el Perú (Expansión, 2020). Las empresas han logrado durante muchos años iniciar su proceso de importación en el mercado internacional, con la finalidad de adquirir insumos, maquinarias, productos para ampliar su producción o emprender un nuevo negocio. En Lima la población económicamente activa (PEA) representa el 84.4% (Inei, 2020). La presente investigación se enfoca en la empresa Peñaranda Diesel S.A.C, ubicada en el distrito de San Luis, dedicada al rubro: Importación, distribución y venta de repuestos para maquinaria pesada. En la empresa se evidencio que no hace buen uso de las diversas estrategias competitivas que favorecen la venta, distribución de

los variados productos. Se observó también que existen diversas falencias con respecto al tema de la importación: como son: retrasos en el tiempo de entrega en la fecha real y viable, demora en la respuesta por parte del proveedor para atender las dudas e inquietudes de la importación. La problemática planteada se logró obtener a través de una entrevista con el Gerente de la empresa. La empresa Peñaranda Diesel S.A.C, debe de aplicar estrategias competitivas para aumentar y mejorar su nivel de ventas para seguir importando los diversos productos que son solicitados en el Perú. Formulación de problemas: Problema General: ¿Qué relación existe entre las estrategias competitivas con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S. A. C, al puerto de callao en el año 2022? Problemas Específicos: ¿Qué relación existe entre la rivalidad con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S. A. C, al puerto de callao en el año 2022?, ¿Qué relación existe entre el poder de negociación de los clientes con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S. A. C, al puerto de callao en el año 2022? ¿Qué relación existe entre el poder de la negociación de los proveedores con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S. A. C, al puerto de callao en el año 2022?, ¿Qué relación existe entre la amenaza de los nuevos competidores entrantes con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S. A. C, al puerto de callao en el año 2022?, ¿Qué relación existe entre la amenaza de los productos sustitutos con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S. A. C, al puerto de callao en el año 2022?. La justificación metodológica mediante la aplicación de un instrumento de recolección de datos correctamente validados, los resultados podrán ser empleados en investigaciones posteriores realizadas por otras entidades. La Justificación práctica a través de la investigación, se pretende establecer variada información sobre las estrategias competitivas para incrementar las ventas y mejorar las importaciones en la empresa Peñaranda Diésel S.A.C. Justificación social porque busca mejorar la actual situación de la empresa Peñaranda Diésel S.A.C. Objetivos: objetivo general: Determinar la relación entre las estrategias competitivas con la importación de

repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S.A.C. al puerto de callao en el año 2022. Objetivos específicos: Determinar la relación que existe entre la rivalidad con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S. A. C, al puerto de callao en el año 2022. Determinar la relación que existe entre el poder de negociación de los clientes con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S. A. C, al puerto de callao en el año 2022. Determinar qué relación existe entre el poder de la negociación de los proveedores con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S. A. C, al puerto de callao en el año 2022. Determinar qué relación existe entre la amenaza de los nuevos competidores entrantes con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S. A. C, al puerto de callao en el año 2022. Determinar qué relación existe entre la amenaza de los productos sustitutos con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S. A. C, al puerto de callao en el año 2022. Hipótesis: Hipótesis General: Las estrategias competitivas tienen relación con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la Empresa Peñaranda Diésel S.A.C. al puerto de callao en el año 2022. Hipótesis específica: La dimensión negociación de clientes tiene relación con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la Empresa Peñaranda Diésel S.A.C. al puerto de callao en el año 2022. La dimensión entre el poder de negociación de los clientes con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S. A. C, al puerto de callao en el año 2022. La dimensión poder de la negociación de los proveedores con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S. A. C, al puerto de callao en el año 2022. La dimensión amenaza de los nuevos ingresos tiene relación con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S. A. C, al puerto de callao en el año 2022. La dimensión amenaza de los productos sustitutos con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S. A. C, al puerto de callao en el año 2022.

II. MARCO TEÓRICO

Antecedentes nacionales: Castilla (2019): Título Maestro en Administración de Negocios en la Universidad Cesar Vallejo. Objetivo de la investigación fue: Describir las estrategias competitivas del sector transporte de hidrocarburos en Lima durante el 2018. El enfoque fue cualitativo, tipo de investigación es básica. Finalmente concluye que la industria de transporte de hidrocarburos está centrada, pero a su vez existe empresas mayoristas que reúnen para poder ofrecer trabajos y superior alcance. Zúñiga (2018): Título grado académico de Doctor en ciencias administrativas en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Objetivo de la investigación fue: Determinar el grado de influencia de las estrategias competitivas en el desarrollo empresarial de las pymes comerciales de productos de consumo masivo del cantón Milagros, Ecuador 2012. El enfoque fue cuantitativo, tipo de investigación aplicada. Finalmente se pudo concluir que, de acuerdo a la teoría de Porter, encabezar en costes nos dejara participar a través de los pequeños costos. Para conseguir esto se requiere un elevado nivel de experiencia de la compañía que la haga ser parte de una economía a escala. Acuña y Marín (2018): Título Licenciado en Administración y Negocios Internacionales en la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. Objetivo de la investigación fue: Determinar el comportamiento de las importaciones de maquinaria pesada para el sector minero en el departamento de Cajamarca durante el periodo 1997-2017. El enfoque fue descriptivo, tipo de investigación es básica. Finalmente se pudo concluir que el importe destinado a la maquinaria pesada para la industria extractiva durante los años 1997 al año 2017 fue de aproximadamente 590%, las principales subpartidas de aporte de maquinaria pesada hacia la minería tuvieron como dirección el departamento de Cajamarca. Ochoa (2018): Su tratamiento se basa en los trastornos psicológicos del mercado de los usuarios relacionados con productos relacionados. Usó el enfoque descriptivo y correlacional porque facilitó estrategias representacionales primarias significativamente diferenciadas y explicó la dependencia de las dos variables. Para lograr y lograr el objetivo sin necesidad de ser el mejor producto, el primer efecto es reducir el costo de producción, como el propio local, proveedores específicos y licencias sanitarias, así como la promoción de la conciencia del consumidor sobre el producto y la ciudad para las variables

más importantes. Campos (2017): Por lo tanto el análisis informal del problema y la falta de conocimiento, se establece como meta su correlación. variable, también demostró un enfoque con diseños descriptivos tanto cuantitativos como cualitativos. Se concluyó que se necesitan las herramientas básicas necesarias para lograr un desarrollo exportador positivo, tales como una buena gestión para satisfacer y dar respuesta a todas las cuestiones administrativas, calidad de los bienes, servicios, proveedores específicos, cadena de valor bien establecida y reconocimiento en los mercados donde operan.

Antecedentes internacionales: Aguilar (2020): Título licenciada en comercio exterior en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte De Guayaquil. Objetivo de la investigación fue: Desarrollar un manual de procesos en el departamento de Comercio exterior para la empresa Importadora José Rodas S.A. El enfoque fue cualitativo y cuantitativo, tipo de investigación es descriptiva. Finalmente, a través de la indagación del campo y al realizar la ficha de visualización se determinó que el procedimiento en el área de exportación de la compañía importadora José rodas s.a si tiene una conformidad positiva moderada entre las estrategias competitivas.

Chicaiza (2018): Título Ingeniera en comercio exterior, fue: Desarrollar un proyecto de importación de repuestos de maquinaria pesada para la compañía de Transportes "RIOZUMACO" Cía. Ltda., ubicada en el cantón Quijos provincia de Napo desde Florida- Estados unidos. El enfoque fue cuantitativo y cualitativo, tipo de investigación es descriptiva. Finalmente se pudo concluir que las maquinarias pesadas. Tiene como diagnóstico de la situación se realizó en relación a dos aspectos el proporcionamiento de una matriz PETS.

Zurita (2021) artículo científico: Optimización del proceso de Importación (Bolivia) La investigación que presenta es de tipo correlacional entre el grado de relación del programa OEA y Proceso de importación para la empresa Corensa Ltda. De la orden ejecutiva se desprende que, si el proceso de importación no es eficiente, puede causar pérdidas financieras significativas a la empresa. Por lo tanto, su investigación intenta aplicar los estándares internacionales OEA aduaneros nacionales para reducir la demora y el costo del proceso de importación y así evitar pérdidas económicas. Utilizando un enfoque longitudinal mixto, se comparó la incidencia de demoras y costos antes y después de la implementación del estándar. Se enfoca en tres fases principales, a saber: carga de contenedores, liberación de

contenedores y nacionalización. Reduce los retrasos en un 41% y los costes en un 38%. Fortalecer la aplicación de las regulaciones de la cadena de suministro puede ayudar a reducir las demoras y los costos en el proceso de importación.

Villagrán & Sarmiento (2014) señalan en su trabajo: China y Japón, los principales socios propusieron crear una agencia para la importación de grúas y cargadores usados en Ecuador. Este estudio brinda un buen análisis del panorama del comercio exterior entre Ecuador, China y Japón, así como los métodos comerciales con los fabricantes de estos países y en qué consiste y cuál es el proceso de importación de maquinaria requerida por la aduana ecuatoriana.

Según Contreras & Loayza (2015), en su disertación, el Plan de Negocios presenta un plan de negocios para el establecimiento de una importadora de llantas agrícolas en la ciudad de Cuenca para el periodo 2011-2015. El estudio se refería a la empresa importadora de neumáticos. para maquinaria agrícola en la ciudad de Cuenca, enfocándose en la necesidad de generar ingresos económicos a través de microempresas que sean posibles en el corto plazo. Este plan de negocios se considera una herramienta que le permite a un emprendedor o emprendedora crear un negocio, analizar y planificar una estrategia competitiva, así como reunir toda la información necesaria para evaluar el negocio y determinar los parámetros generales y ponerlos en funcionamiento. En los últimos años, el sector agrícola se ha incrementado gracias a políticas económicas y medidas que involucran muchos impuestos, permitiendo que la producción agrícola beneficie en sociedad.

Teorías relacionadas al tema. Variable 1: Estrategias Competitivas, Porter (2018). Las estrategias competitivas es la definición de una estrategia que Contiene una fórmula amplia sobre cómo competirán las empresas. (p.16)

Las fuerzas exteriores al mercado industrial son de importancia tienen un liderazgo tecnologico.la compañía podría ser pero no producir el producto de mas alta calidad, Principalmente en un sentido relativo, ya que la fortaleza externa generalmente afecta a todas las empresas del sector industrial. La claves se encuentra en las diferentes posiciones de las empresas para enfrentarse . Según el estudio las 5 fuerzas de Porter lo primero que tiene que tener en cuenta son las dimensiones del ambiente empresarial y de la empresa en particular, los siguientes indicadores nos sirven para analisis el poder de negociacion de los clientes, amenazas de nuevos

ingresos, poder de negociación de los proveedores, amenaza de productos sustitutos, rivalidad entre los competidores existentes (p.24).

Porter (2018) afirma que: las empresas para contenerse en un sector industrial pueden diferenciarse de diversas formas. En cambio, las siguientes dimensiones estratégicas representan ampliamente las diferencias potenciales entre las opciones de estrategias en un sector industrial. Las dimensiones estratégicas están relacionadas ya que tienen Por lo general, en la posición de bajo costo y buena calidad del producto, pero no superior. Para lograr costos bajos, es probable que la empresa tenga un alto grado de integración vertical. (p.148) Morrisey (1993) nos dice que las estrategias competitivas debe tener como un camino en el cual la empresa debe de seguir en afán de observar la misión que se ha trazado; con intuitiva. El autor ofrece que se logra mediante la planificación, táctica y a un largo plazo ya que también señala el uso para lograr un buen objetivo a futuro. Castro (2009) nos dice que las estrategias competitivas son importante ya que depende de ellas va a depender el éxito de la empresa ya que también es importante que las empresas sepan identificar las estrategias que va a utilizar para que pueda competir en el exterior con las otras empresas. Así mismo para que la estrategia funcione tiene que tener metas ya sea dentro de la empresa que sea interno o ya sea fuera de la empresa que sería externo.

Variable 2: Importación. Bustillo (2014). La importación para el consumo en el régimen aduanero nos da la accesibilidad de poder ingresar las mercancías al territorio para así nosotros poder consumirlas o poder usarlas, algunos de estos productos están afectas a los impuestos y pagos arancelarios, nos dan una garantía según como estemos haciendo el trato o contrato. Dentro de ella se maneja los temas de Productos, aduanas y el transporte internacional. Rangel, Pinza, Fajardo, & Velasco (2019) afirma: El comercio exterior es muy amplio y comprende muchas teorías, las cuales dan dinamismo a la economía internacional, uno de los temas amplios son las importaciones las cuales dan referencia de que los bienes y servicios del exterior son demandados por los residentes de un país las cuales carecen de ello, ejemplo tenemos a la tecnología, la cual muchos países no son muy desarrollados en esos aspectos, por ello que solicitan a otros del exterior les provean de esos productos necesarios Mariam (2015) afirma que: Existen muchos convenios en el comercio internacional, ya que cada país tiene sus respectivas

restricciones, estas forman un acuerdo mutuo entre países o bloques económicos para facilitar las importaciones, ya que estas presentan un proceso muy estricto donde solicitan documentos o reconocimiento físico. El papel que juegan las importaciones en la economía de un país es fundamental ya que genera producción para abastecerse (Nelson, 2018) afirma que: Las compras es el fondo de los individuos o países. Por lo tanto, se intercambian en todo el mundo cada año. las mercancías valuadas en 11 billones de dólares. cuando nosotros como consumidores, somos participantes y beneficiarios del comercio internacional. (OMC), Es una condición similar al banco mundial y al fondo monetario internacional que ha reforzado el comercio global.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de Investigación

La siguiente investigación fue aplicada, cumple con los lineamientos metodológicos. Del mismo modo con el fin de aplicar generosamente el conocimiento de aquellos fundamentos de la naturaleza o de alguna realidad. La presente investigación es de diseño no experimental. Es un equipo de métodos metodológicas explicadas para desarrollar el proceso de investigación (Zorrilla,1993). Afirma que la investigación aplicada se refuerza para hacer la acción, construcción y modificación

Diseño de Investigación

La investigación mostro un diseño de corte transversal, no experimental, Según Kerlinger y Lee (2002) nos dicen que la investigación no experimental “No se manipula ni se relaciona con las variables del análisis es decir que el observador no se somete recto o puede respaldar en las variables. En otra expresión, no hay alteraciones en el caso de estudio.

El nivel de investigación presentado en el estudio fue correlacional porque se analizan las relaciones entre las variables presentadas, lo que permite evaluaciones

descriptivas y concluyentes, así como estadísticas para la determinación de medidas.

La presente investigación fue de enfoque cuantitativo, Según Hernandez, Fernandez y Baptista (2010), Menciona que asignar números a eventos y objetos después de recolectar datos medidos es cómo funciona. Para la investigación utilizó un enfoque hipotético-deductivo en el que luego de identificar el problema, se generaron diferentes hipótesis para comparar su verdadero valor.

3.2 Variables y operacionalización:

Variable 1: Estrategias Competitivas

Según Porter (1985) nos dice que, Se trata de encontrar resultados medios superiores utilizando técnicas defensivas ofensivas y organizativas frente a empresas del mismo sector que sus competidores.

Definición Conceptual: Una estrategia es desarrollar una fórmula amplia sobre cómo compiten las empresas. Las fuerzas fuera del sector industrial son importantes.

Definición Operacional: Se utilizará un cuestionario junto con la encuesta para que así podamos medir las dimensiones y sus indicadores.

Indicadores: Eficacia, valoración en ventas, fiabilidad, beneficio, producción, mano de obra, segmentación, competitividad, desempeño.

Escala de medición: Ordinal, escala de Likert.

Variable 2: Importación

Bustillo (2014). La importación para el consumo en el régimen aduanero nos da la accesibilidad de poder ingresar las mercancías al territorio para así nosotros poder consumirlas o poder usarlas.

Definición conceptual: El régimen aduanero nos da la accesibilidad de poder ingresar las mercancías al territorio para así nosotros poder consumirlas o poder usarlas, algunos de estos productos están afectadas a los impuestos y pagos arancelarios, nos dan una garantía según como estemos haciendo el trato o contrato

Definición Operacional: Se utilizará un cuestionario junto con la encuesta para que así podamos medir las dimensiones y sus indicadores

Indicadores: Nivel de compras, tenencias, preferencias, reglamentos, reclamos, rectificaciones, tiempo, calidad, costos logísticos

Escala de medición: Ordinal, escala de Likert.

3.3 Población, muestra y muestreo

En el trabajo de investigación se tomó a todos los socios de cooperación de la empresa Peñaranda Diesel S.A.C. ubicada en la Av. Nicolás Arriola- La Victoria.

Es decir, el 100% de la empresa, tanto directivos como colaboradores: La población de la investigación está compuesta por 15 personas. "Para la investigación, lo que entendemos por grupo se define como una colección, ya sea de personas, animales o cosas, dependiendo de lo que se necesite para responder a la pregunta de investigación en cuestión". Borda (2016, p. 222).

Tabla 1

PEÑARANDA DIESEL S.A.C

NOMBRE de la Empresa	RUC	Sitio Web
1 peñaranda Diesel S.A.C.	20423192101	WWW.PENARANDADIESEL.COM.PE/MPWT/INDEX.PHP

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los autores Pérez (2010) nos dice que se trata de un pequeño grupo, la muestra censal recolecta información sobre diversas características de diversos componentes que son de la población al 100% entre directivos y prestadores de servicio. Lo cual es un total de 15. Este método se usa a menudo para comprender y analizar las opiniones generales de los consumidores y las bases de datos.

3.4 Técnicas e instrumento de recolección de datos

Actualmente en este trabajo de investigación se utilizan encuestas junto con la herramienta aplicada que son los cuestionarios, todos ellos elaborados junto con las variables y sus matrices de desempeño, a excepción de las escalas tipo Likert.

Según García (1993; pag.2) Combina una cierta cantidad de pasos/normas en una encuesta estandarizada para recopilar datos de una muestra seleccionada.

Para Sierra (1998; pág. 20) Los datos sobre intereses sociológicos específicos se obtuvieron a través de cuestionarios.

Gracias a la técnica de la observación, podemos obtener información de forma cuidadosa y precisa de varios artículos, libros, artículos científicos.

Según Ander (2017) Procedimientos, como los recursos de la vida cotidiana, para la adquisición de conocimiento deliberado o estructurado.

Un estudio aplicado trató de averiguar si existe alguna relación con las variables utilizadas en el trabajo presentado. Así como conocer la opinión de cada empleado en particular.

Tabla 2

Principales Técnicas e instrumentos de investigación

<i>Técnicas Encuesta</i>	<i>Instrumento</i>
<i>Observación</i>	<i>Guía de observación</i>
<i>Encuesta</i>	<i>cuestionario</i>
	<i>Escala de Likert</i>

Fuente: (Hurtado, 1998)

Técnica de recolección: Encuesta

La técnica de recolección será la encuesta. “Las encuestas son una averiguación no experimentales transversales o transaccionales descriptiva o correlacionales casuales a veces tiene como relación con los términos estudiados de ciertos diseños. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 1997).

Cuestionario

El instrumento de recolección de datos será el cuestionario “El cuestionario es la medición, el cual ayuda a entender y distinguir la relación de variables. Es el conjunto de preguntas realizadas para los datos requeridos como ciertas muestras seleccionadas (Bernal, 2010)

Validez

En cuanto a la validez, pretende eliminar todas las dudas y dudas sobre las proposiciones instrumentales, es decir, lo planteado en las afirmaciones o puntos débiles, para finalmente corregir y corregir y eliminar las dificultades analíticas. Será validado por el criterio de 3 competentes en metodología de la investigación.” La validación de contenido desde el análisis criterio de validez usan adecuadamente una prueba de contenido a evaluar (Prieto & Delgado, 2010)

Tabla 3

Expertos	Valor%
Experto1	Dr. Márquez Caro, Fernando 80%
Experto2:	Cavero Egusquiza Vargas Laura linda 80%
Experto3:	Mgr. Salazar López Yasser Jackson 85%

Fuente: Elaboración propia

Confiabilidad de instrumentos

La confiabilidad se aplicará con el SPSS 24 a través del alfa de Cronbach” La confiabilidad puede proyectar a los demás la referencia de resultados inalterables y coherentes a sí mismo en diferentes tiempos “. (Alvarez-Gayou, 2003)

Tabla 4

Valor de coeficiente Alfa de Cronbach	
Valor	Confiabilidad
0,25	Baja
0,50	Media
0,75	Aceptable
0,90	Alta

Fuente: (Ramírez y López, 2012)

3.5. Procedimiento:

El procedimiento empleado en la investigación mostrada de los datos y fuentes bibliográficas del trabajo de investigación, revistas, etc. Son fundamentales para tener una base y de esa forma tener las dimensiones de las variables del estudio ya que se realiza una encuesta, con un cuestionario en la Empresa Peñaranda Diesel S.A.C

3.6. Método de análisis de datos

El presente proyecto fue atravez del sistema estadístico mediante un software, SPSS, para verificar la sustentabilidad del estudio obtendremos datos validos que refleja mediante tablas y estadísticas para un resultado confiable (Pedrosa & Discovskyi, 2007).

3.7. Aspectos éticos

La reseña utilizada en este proyecto es válida se Recogido de Peñaranda Diesel S.A.C. empleados y asociados. Se siguen las reglas desarrolladas por la Universidad Cesar Vallejo, teniendo en cuenta el desarrollo de los resultados y su probabilidad. El estudio considerará los estándares de la séptima edición de la APA. Las respuestas de los socios comerciales en el cuestionario y guíese por la ética profesional.

IV. RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INFERENCIAL

Análisis descriptivo univariado

Tabla 5:

Estrategias Competitivas					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	2	13,3	13,3	13,3
	Bueno	8	53,3	53,3	66,7
	Excelente	5	33,3	33,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

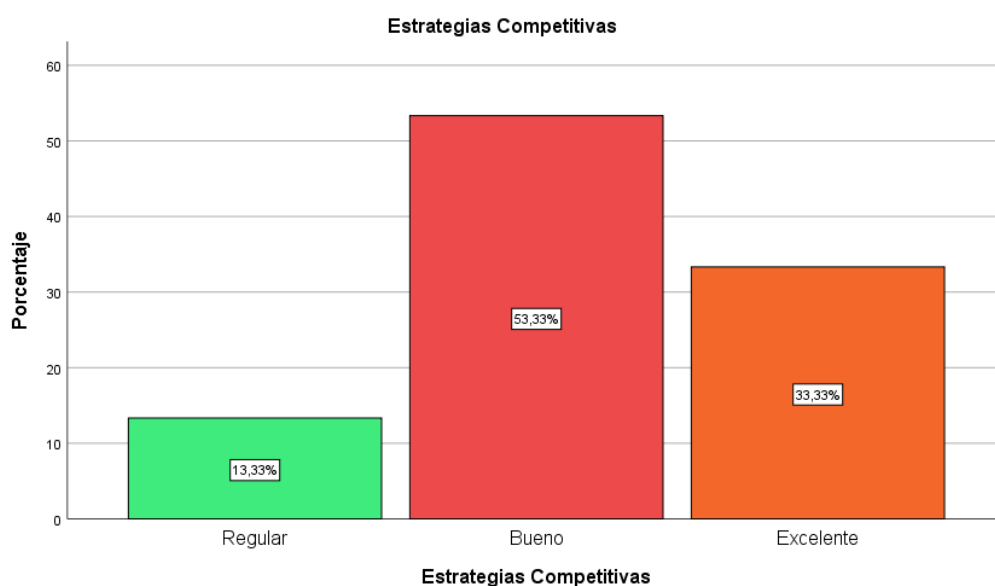


Figura 1. Estrategias competitivas

Interpretación:

Según tabla 5, figura 1; se visualiza un 53,33% (8) es un nivel bueno, el 33,33% de 5 excelente y por último el 13,33% a un nivel regular.

Análisis Descriptivo de la Dimensión Negociación de Clientes

Tabla 6:

Negociación de clientes					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	3	20,0	20,0	20,0
	Bueno	8	53,3	53,3	73,3
	Excelente	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

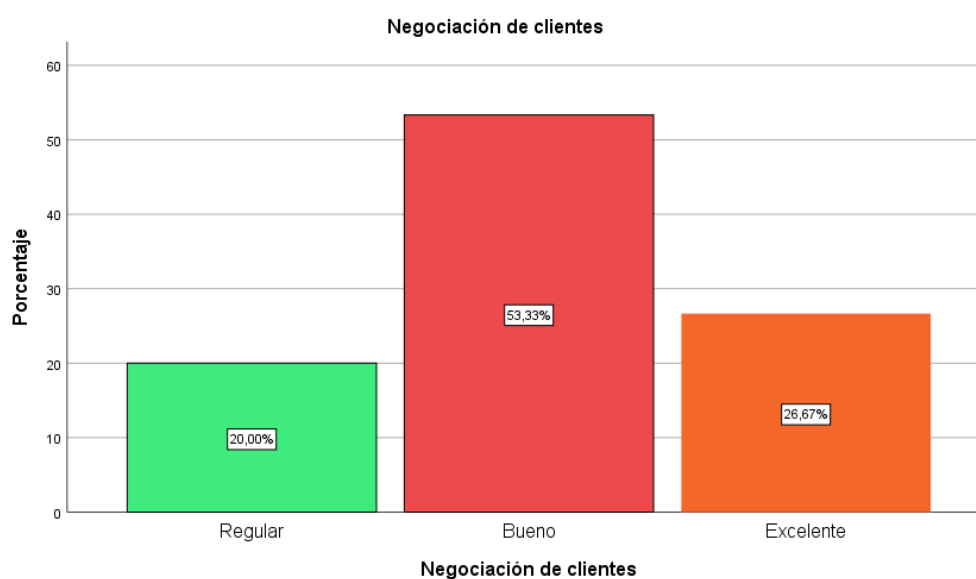


Figura2. Negociación de clientes

Interpretación:

En la tabla 6 y figura 2, se ve un 53,33% de 8 es un nivel bueno, el 26,7% de 4 es excelente y por último el 20 % de 3 a un nivel regular.

Análisis descriptivo de la dimensión Amenazas de nuevos Ingresos

Tabla 7:

		Amenazas de nuevos Ingresos			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	1	6,7	6,7	6,7
	Bueno	6	40,0	40,0	46,7
	Excelente	8	53,3	53,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

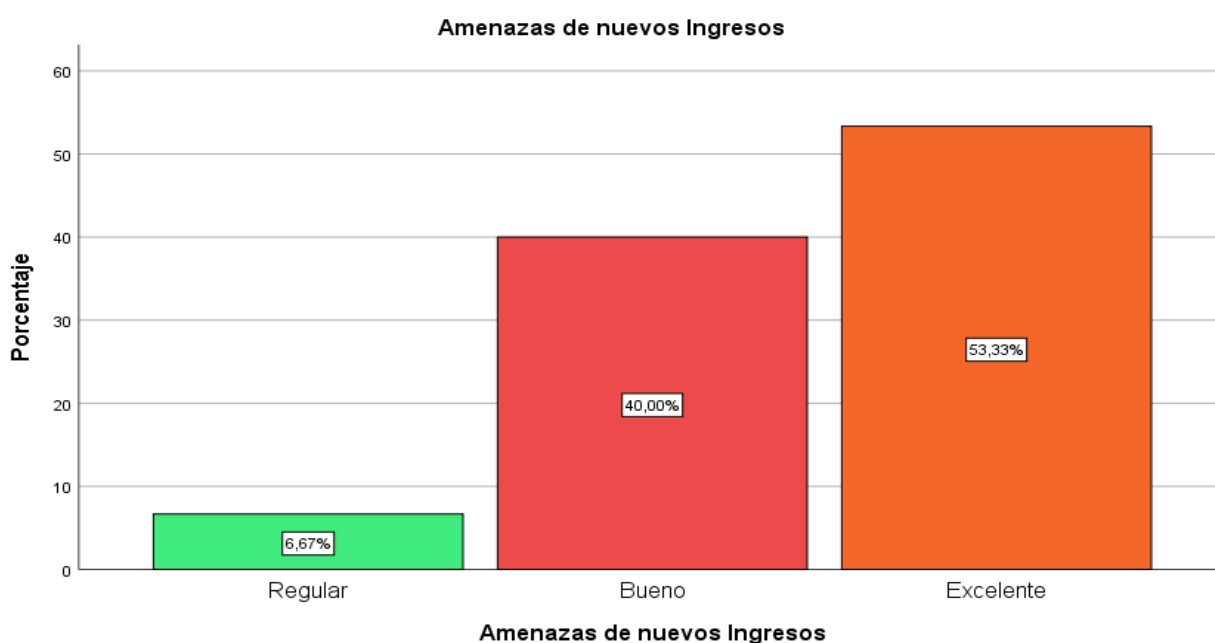


Figura 3. Amenazas de nuevos Ingresos

Interpretación:

Se visualiza en la tabla 7 con figura 3, el 53,3% (8) es un nivel excelente, el 40% de 6 es un nivel bueno y por último el 6,7% de 1 a un nivel regular.

Análisis descriptivo de la dimensión Negociación de los proveedores

Tabla 18:

		Negociación de los proveedores			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	1	6,7	6,7	6,7
	Bueno	5	33,3	33,3	40,0
	Excelente	9	60,0	60,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

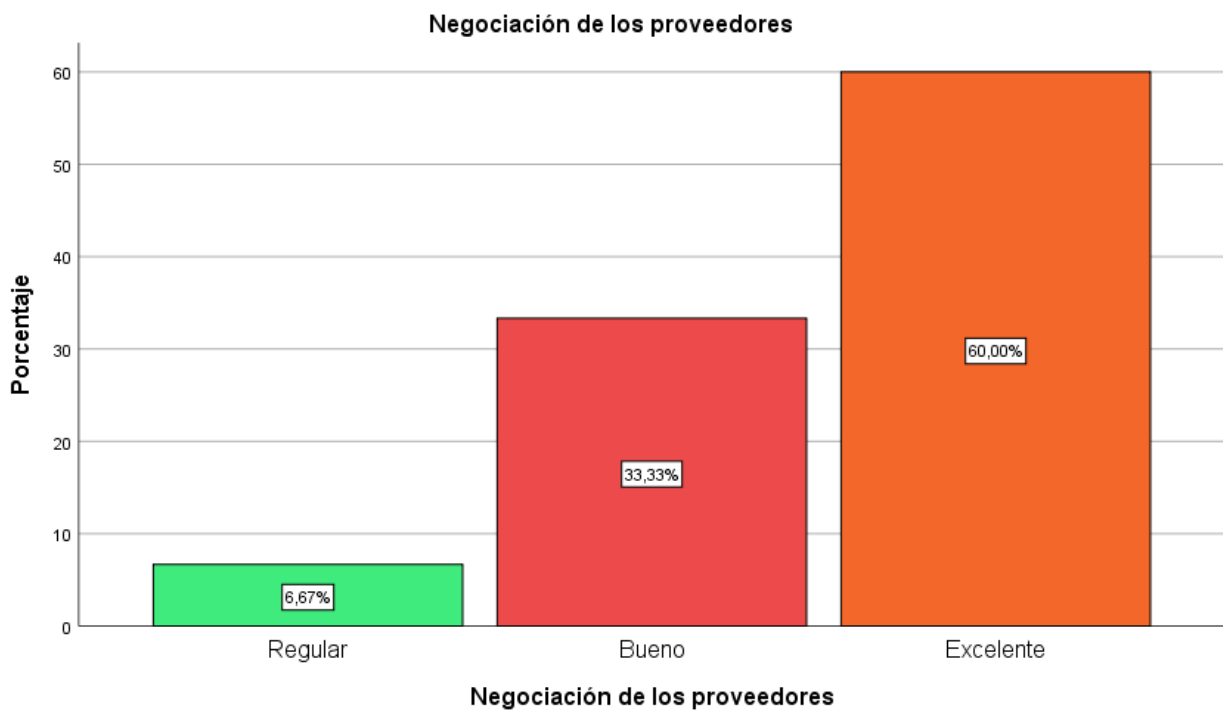


Figura 4. Negociación de los proveedores

Se verifica en tabla 8 y figura4 el 60% de 9 es un nivel excelente, el 33,3% de 5 es un nivel bueno y por último el 6,7% de 1 a un nivel regular.

Análisis descriptivo de la variable Importación

Tabla 9:

		Importación		Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje		
Válido	Regular	3	20,0	20,0	20,0
	Bueno	8	53,3	53,3	73,3
	Excelente	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

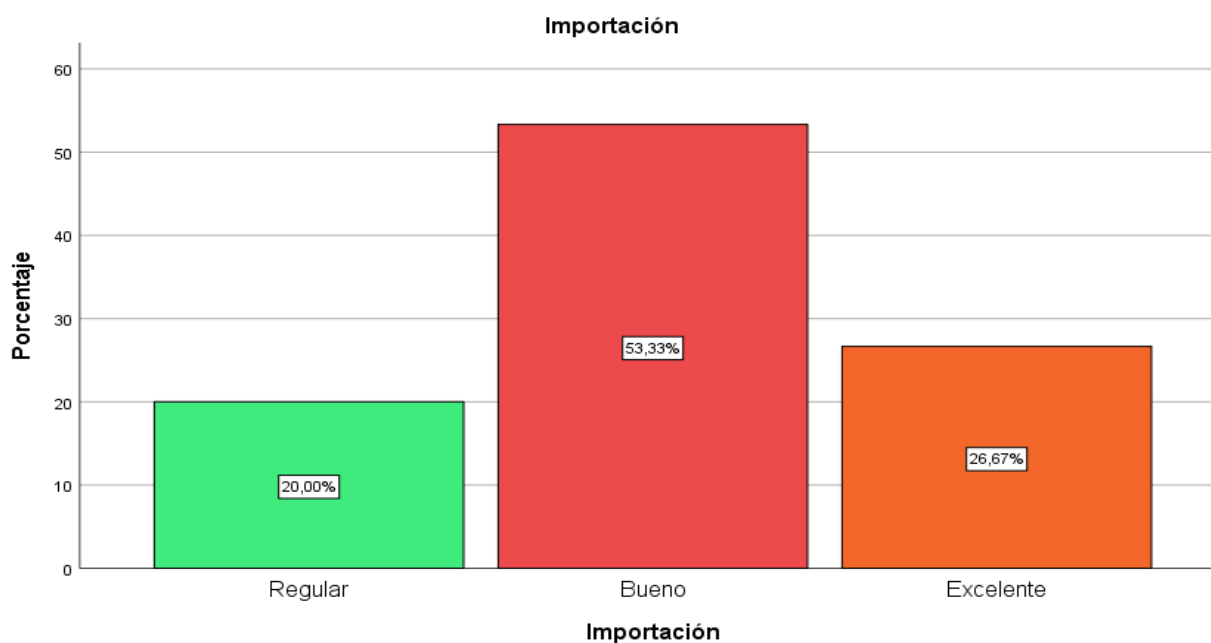


Figura 5. Negociación de los proveedores

En la tabla 9 y figura 5 se observa que el 53.3% de 8 es un nivel bueno, el 26,7% de 4 es un nivel excelente y por último el 20% de 3 a un nivel regular.

4.2 Análisis Bivariado

Análisis descriptivo del objetivo general: relación entre estrategias competitivas con importación.

Tabla 10:

Tabla cruzada Estrategias Competitivas*Importación

		Importación			Total	
		Regular	Bueno	Excelente		
Estrategias Competitivas	Regular	Recuento	2	0	0	2
		% del total	13,3%	0,0%	0,0%	13,3%
	Bueno	Recuento	1	7	0	8
		% del total	6,7%	46,7%	0,0%	53,3%
	Excelente	Recuento	0	1	4	5
		% del total	0,0%	6,7%	26,7%	33,3%
Total		Recuento	3	8	4	15
		% del total	20,0%	53,3%	26,7%	100,0%

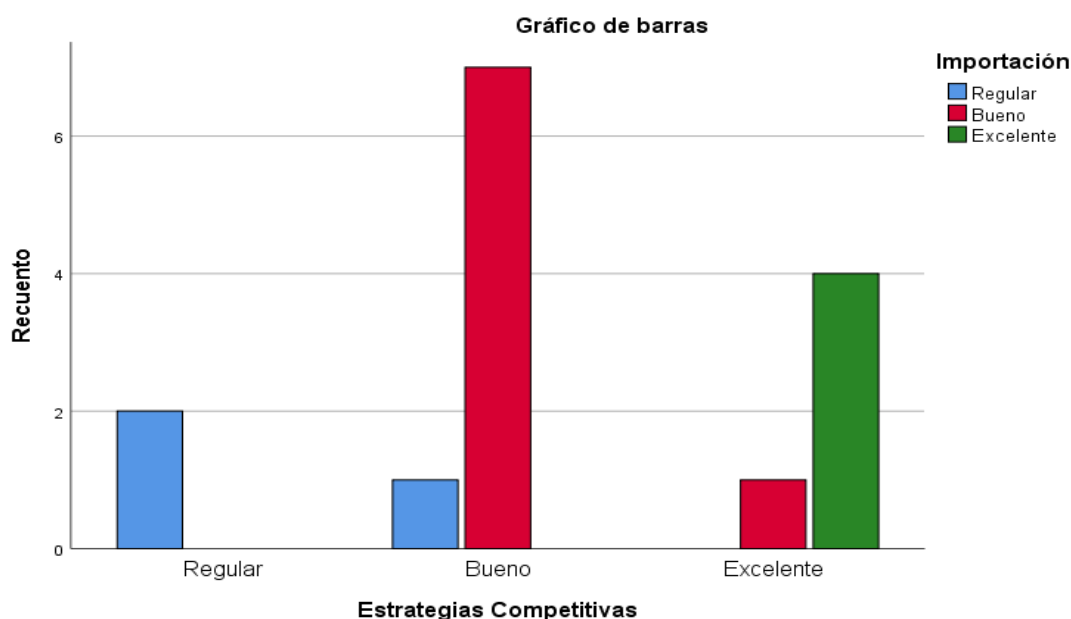


Figura 6: Relación entre estrategias con importación

Interpretación:

En la Tabla 10 y la Figura 6, el 53,3% (8) son buenos, otro 33,3% (5) son excelentes y el 13,3% (2) son normales. Por lo tanto, podemos concluir que la variable política está relacionada con la importación.

Análisis descriptivo del objetivo específico 1: relación entre Negociación de clientes con importación.

Tabla 11:

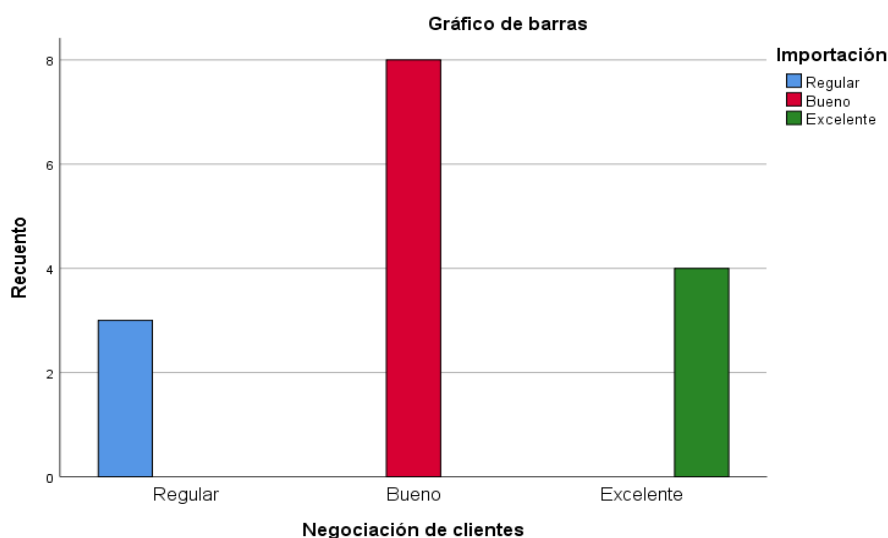
Tabla cruzada Estrategias Competitivas*Importación

		Importación			Total	
		Regular	Bueno	Excelente		
Estrategias Competitivas	Regular	Recuento	2	0	0	2
		% del total	13,3%	0,0%	0,0%	13,3%
	Bueno	Recuento	1	7	0	8
		% del total	6,7%	46,7%	0,0%	53,3%
	Excelente	Recuento	0	1	4	5
		% del total	0,0%	6,7%	26,7%	33,3%
Total	Recuento	3	8	4	15	
	% del total	20,0%	53,3%	26,7%	100,0%	

Figura 7: Relación entre Negociación de clientes con importación.

Interpretación:

Se verifica 11 y figura 7, muestra un 53,3% (8) indica un nivel bueno, otro con un 20% de (3) es regular y 26,7% (4) es excelente. Por lo tanto, Negociación de clientes tiene relación con la importación.



Análisis descriptivo del objetivo específico 2: Relación entre Amenazas de nuevos Ingresos con importación.

Tabla 12:

Tabla cruzada Amenazas nuevos Ingresos*Importación

		Importación			Total	
		Regular	Bueno	Excelente		
Amenazas de nuevos Ingresos	Regular	Recuento	1	0	0	1
		% del total	6,7%	0,0%	0,0%	6,7%
	Bueno	Recuento	2	4	0	6
		% del total	13,3%	26,7%	0,0%	40,0%
	Excelente	Recuento	0	4	4	8
		% del total	0,0%	26,7%	26,7%	53,3%
Total	Recuento	3	8	4	15	
	% del total	20,0%	53,3%	26,7%	100,0%	

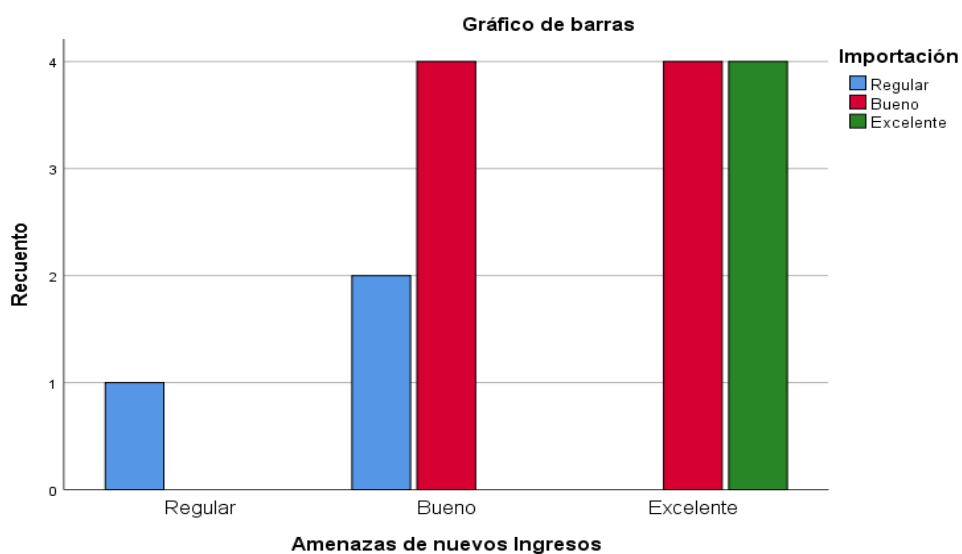


Figura 8: Relación entre Amenazas de nuevos Ingresos con importación.

Interpretación:

En la tabla 12, figura 8 muestra el 53,3% en lo cual (8) indica un nivel excelente, otro con un 40% de (6) es bueno y 6,7% (1) es regular. Por lo tanto, Amenazas de nuevos Ingresos tiene relación con la importación.

Análisis descriptivo del objetivo específico 3: relación entre Negociación de los proveedores con importación.

Tabla 13:

Tabla cruzada Negociación de los proveedores*Importación

		Importación			Total	
		Regular	Bueno	Excelente		
Negociación de los proveedores	Regular	Recuento	1	0	0	1
		% del total	6,7%	0,0%	0,0%	6,7%
	Bueno	Recuento	2	3	0	5
		% del total	13,3%	20,0%	0,0%	33,3%
	Excelente	Recuento	0	5	4	9
		% del total	0,0%	33,3%	26,7%	60,0%
Total	Recuento	3	8	4	15	
	% del total	20,0%	53,3%	26,7%	100,0%	

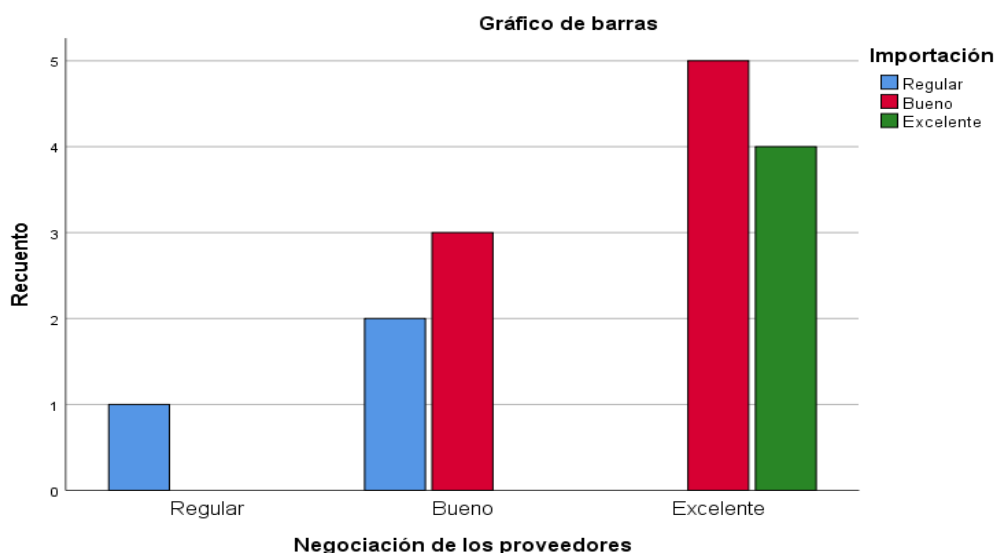


Figura 9: Relación entre Negociación de los proveedores con importación

Interpretación:

En la tabla 13 y figura 9, muestra el 60% en lo cual (9) indica un nivel excelente, otro con un 33,3% de (5) es bueno y 6,7% (1) es regular. Por lo tanto, Negociación de los proveedores tiene relación con la importación.

4.3. Análisis inferencial

Hipótesis general

Ha: Las estrategias competitivas se relaciona positivamente con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la Empresa Peñaranda Diésel S.A.C. al puerto de callao en el año 2022.

Ho: Las estrategias competitivas no se relaciona positivamente con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la Empresa Peñaranda Diésel S.A.C. al puerto de callao en el año 2022.

Tabla 14:

Correlaciones entre Estrategias Competitivas e Importación

		Estrategias Competitivas	Importación
Rho de Spearman	Estrategias Competitivas	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,790**
		N	15
	Importación	Coeficiente de correlación	,790**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	15

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

En la tabla 14 se observa, un positivo alta, lo cual indica una correlación de 0,790, con una significancia (0.000) donde se acepta la hipótesis alterna.

Hipótesis específica 1:

Ha: La dimensión Negociación de clientes se relaciona positivamente con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la Empresa Peñaranda Diésel S.A.C. al puerto de callao en el año 2022.

Ho: La dimensión Negociación de clientes no se relaciona positivamente con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la Empresa Peñaranda Diésel S.A.C. al puerto de callao en el año 2022.

Tabla 15:**Correlaciones entre Estrategias Competitivas e Importación**

			Estrategias Competitivas	Importación
Rho de Spearman	Estrategias Competitivas	Coefficiente de correlación	1,000	,790**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	15	15
	Importación	Coefficiente de correlación	,790**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	15	15

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

En la tabla 15 se observa, una correlación positiva alta y perfecta de 1, a un nivel de significancia de 0.000, al 0.05 como un valor crítico, por el cual se acepta la hipótesis alterna.

Hipótesis específica 2:

Ha: La dimensión Amenazas de nuevos ingresos se relaciona positivamente con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la Empresa Peñaranda Diésel S.A.C. al puerto de callao en el año 2022.

Ho: La dimensión Amenazas de nuevos ingresos no se relaciona positivamente con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la Empresa Peñaranda Diésel S.A.C. al puerto de callao en el año 2022.

Tabla 16:**Correlaciones entre Amenazas de nuevos Ingresos e importación**

		Amenazas de nuevos Ingresos		Importación
Rho de Spearman	Amenazas de nuevos Ingresos	Coeficiente de correlación	1,000	,688**
		Sig. (bilateral)	.	,005
		N	15	15
	Importación	Coeficiente de correlación	,688**	1,000
		Sig. (bilateral)	,005	.
		N	15	15

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

En la tabla 16 se observa, una correlación positiva moderada de 0,688, a un nivel de significancia de 0.005, al 0.05 como un valor crítico, por el cual se acepta la hipótesis alterna.

Hipótesis específica 3:

Ha: La dimensión Negociación de los proveedores se relaciona positivamente con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la Empresa Peñaranda Diésel S.A.C. al puerto de callao en el año 2022.

Ho: La dimensión Negociación de los proveedores no se relaciona positivamente con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la Empresa Peñaranda Diésel S.A.C. al puerto de callao en el año 2022.

Tabla 17:

Correlaciones entre Negociación de los proveedores e importación

		Negociación de los proveedores	Importación
Rho de Spearman	Negociación de los proveedores	Coeficiente de correlación	,695**
		Sig. (bilateral)	,004
		N	15
	Importación	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,004
		N	15

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

Se observa en tabla 17, correlación positiva moderada, con una correlación de (0,695) a una significancia (0.004), por el cual se acepta la hipótesis alterna.

V. DISCUSIÓN

Se realizó esta investigación acerca Estrategias competitivas para la importación de repuestos para maquinaria pesada de Estados Unidos para la Empresa Peñaranda Diésel S.A.C, al puerto de callao en el año 2022. Por lo mismo, mediante esta tesis, se pretendió mostrar que hay una relación entre Estrategias competitivas y la importación de repuestos para maquinaria pesada de Estados Unidos para la Empresa Peñaranda Diésel S.A.C, Las hipótesis se proyectan con el fin de corroborar la relación de las Estrategias competitivas con la importación. Se establece en primer lugar, el nivel de confianza a través de confiabilidad alfa de Cronbach; donde se concluye que el instrumento tiene confiabilidad alta y aceptable esta investigación contribuye a mejorar y optimizar los costes y eficiencia en la estrategias competitivas e importación que coincide con las investigaciones de Castilla (2019) que busca determinar las estrategias competitivas del sector transporte de hidrocarburos en Lima y en las investigaciones de Acuña y Marín (2018) que busca determinar el comportamiento de las importaciones de maquinaria pesada para evaluar los costes de importación.

La investigación también concluyo que coincide los objetivos con Ochoa (2018) que encontramos determinar en ambas investigaciones reducir el costo de producción, como el propio local, proveedores específicos y licencias sanitarias, así como la promoción de la conciencia del consumidor sobre el producto y la ciudad para las variables más importantes.

Al hacer un análisis puntual en la dimensión de negociación con la variable importación de mi investigación coinciden con Bustillo (2014) y Miriam (2018). Que en su parte detallan la importación para el consumo en el régimen aduanero nos da la accesibilidad de poder ingresar las mercancías al territorio para así nosotros poder consumirlas o poder usarlas, algunos de estos productos están afectas a los impuestos y pagos arancelarios, nos dan una garantía según como estemos haciendo el trato o contrato, y a su vez con la negociación también determinan que existen muchos convenios en el comercio internacional para facilitar las importaciones y mutua acuerdos, ya que estos pactos se dan entre países.

Al realizar un análisis Campos (2017) indica sobre las Estrategias Competitivas que se necesitan las herramientas básicas necesarias para lograr un desarrollo exportador positivo, tales como una buena gestión para satisfacer y dar respuesta a todas las cuestiones administrativas, calidad de los bienes, servicios, proveedores específicos, cadena de valor bien establecida y reconocimiento en los mercados donde operan. Sin embargo, en mi investigación estoy en desacuerdo con estas premisas de campos ya que nosotros buscamos mediante la negociación realizar las estrategias competitivas y hablamos de negociación con los clientes y proveedores que nos va a ayudar a fortalecer la cadena logística de operaciones y mejorar el sistema de inicio y fin de un producto. Tal es el caso que en mi investigación salió un resultado positivo de rho de spearman donde existe la relación de la negociación de proveedor con la importación de repuestos para maquinaria pesada de Estados Unidos para la Empresa Peñaranda Diesel S.A.C, al puerto de callao en el año 2022 con un resultado de correlación de (0,695) a una significancia (0.004), por el cual se acepta la hipótesis alterna de la dimensión Negociación de los proveedores se relaciona positivamente con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la Empresa Peñaranda Diésel S.A.C. al puerto de callao en el año 2022. Sin embargo los resultados de Campos realizado tuvo resultado a su investigación de correlación de (0,952) a una significancia (0.648) por lo cual se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula a diferencia de mi investigación.

Al comparar la investigación de Chávez (2018) estoy de acuerdo con la investigación de importación de repuestos de maquinaria pesada para la compañía Riozumaco CIA. LTDA 2017 que tuvo como objetivo Desarrollar un proyecto de importación de repuestos de maquinaria pesada para la compañía de Transportes RIOZUMACO Para ello se quería Realizar un diagnóstico situacional de la capacidad organizacional y operativa de la Compañía de Transportes "Riozumaco" Cía. Ltda. y Definir las estrategias para la importación de repuestos de maquinaria pesada desde los Estados Unidos. Debido a ello se tuvo como resultados realizada posibilitó el entendimiento de las necesidades y problemas que enfrenta la empresa Riozumaco Cía. estableciendo las estrategias que permiten la importación de partes y repuestos para el mantenimiento de la maquinaria pesada. El diagnóstico situacional se llevó a cabo en base a dos aspectos relevantes, el

planteamiento de una matriz PETS, que analizo la realidad, Política, Económica, Tecnológica y social de la empresa y lo propio para la realidad de los exportadores de los Estados Unidos de partes y repuestos para maquinaria pesada, estableciéndose que existe ventajas y oportunidades importantes y las facilidades necesarias como para que la compañía realice este trabajo. Por ello tomamos como referencia esta investigación que tuvimos como resultados en nuestra investigación que La dimensión Negociación de clientes se relaciona positivamente con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la Empresa Peñaranda Diésel S.A.C. al puerto de callao en el año 2022 con un de significancia de 0.000, al 0.05 como un valor crítico, por el cual se acepta la hipótesis alterna dando como resultado la relación sobre la dimensión y variable creando un resultado positivo y compartiendo la investigación de Chávez como referencia de nuestra investigación.

VI. CONCLUSIONES

1. Concluimos que la Empresa Peñaranda Diésel S.A.C no presentan un conocimiento preciso ni detallado de la forma en la que pueden utilizar las estrategias competitivas al momento de una importación donde se verían beneficiados en todo aspecto, tanto económico como social y de negociación. Detallando que necesitan dicho planteamiento en la entidad para tener obtener mejores conocimientos de reducciones de costes, estrategias y logística para generar buenas utilidades.
2. En donde lo evaluado en la investigación presentada se presentó se observa, un positivo alta, lo cual indica una correlación de 0,790, con una significancia (0.000) donde se acepta la hipótesis nula y decimos que la Variable estrategias competitivas hay relación positivamente con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la Empresa Peñaranda Diésel S.A.C. al puerto de callao en el año 2022.
3. Concluimos también que la dimensión Negociación de clientes se relaciona positivamente con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la Empresa Peñaranda Diésel S.A.C. al puerto de callao en el año 2022. Ya que indica una correlación de 0,790, con una significancia (0.000) donde se acepta la hipótesis alterna.
4. Concluimos que se observa, una correlación positiva alta y perfecta de 1, a un nivel de significancia de 0.000, al 0.05 como un valor crítico, por el cual se acepta la hipótesis alterna. La dimensión Amenazas de nuevos ingresos se relaciona positivamente con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la Empresa Peñaranda Diésel S.A.C. al puerto de callao en el año 2022.
5. Indagamos también que se observa, una correlación positiva moderada de 0,688, a un nivel de significancia de 0.005, al 0.05 como un valor crítico, por el cual se acepta la hipótesis alterna. La dimensión Negociación de los proveedores si hay relación positivamente con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la Empresa Peñaranda Diésel S.A.C. al puerto de callao en el año 2022.

VII. RECOMENDACIONES

Se propone brindar a las empresas plantear una estrategia competitiva en base a los precios del mercado así puedan tener opciones de compra además de ello se tiene que orientar a los procesos logísticos de importación para evaluar los costes de procedimientos en los tramites y los costos totales para ver si hay rentabilidad al momento hacer un plan de negocios y una inversión.

Se recomienda que la empresa tiene que evaluar la calidad del producto solicitando muestras y características a los proveedores que van a participar como posibles aliados extranjeros para la compra de estas maquinarias, adicional a ello se debe de evaluar si son empresas confiables del extranjero a través de la investigación de estos y adicional a ello evaluar que sean fabricantes y no revendedores mejor si son mayoristas ya que se obtiene mejores precios de estas empresas internacionales.

Se propone crear un plan de negocios que sea enfocado en optimizar los tiempos y costes de importación adicional a ello se debe realizar capacitaciones para el uso adecuado y eficiente de la maquinaria a importar adicional a ello corroborar la calidad internacional y los sistemas de seguridad y riesgos que hoy en día es ideal para cada procedimiento en cualquier rubro.

REFEENCIAS

- Ander (2017) Técnica de observación. Recuperado de <https://sites.google.com/site/tecninvestigacionsocial/temas-y-contenidos/tema-4-las-tecnicas-estructurales-entrevista-grupo-de-discusion-observacion-y-biografia/tecnicas-de-observacion>
- Alvarez-Gayou. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa*. Mexico: Paiclós SAICF. Obtenido de <http://www.derechoshumanos.unlp.edu.ar/assets/files/documentos/como-hacer-investigacion-cualitativa.pdf>
- Bernal. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: Pearson. Obtenido de <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Bustillo. (2014). *Comercio Exterior*. Universidad del País Vasco. Obtenido de <file:///C:/Users/USER/Downloads/libro.pdf>
- Camison, C., Garrigos, F., & Palacios, D. (2007). *ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y DESEMPEÑO EMPRESARIAL: ESTUDIO COMPARATIVO DE*. Vigo: Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2741/274120871009.pdf>
- Castro. (2009). *LAS ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y SU IMPORTANCIA*. España. Obtenido de [file:///C:/Users/USER/Downloads/7073-Texto%20del%20art%C3%ADculo-9673-1-10-20130128%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/7073-Texto%20del%20art%C3%ADculo-9673-1-10-20130128%20(2).pdf)
- Castro, E. (2010). *LAS ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y SU IMPORTANCIA*. Madrid: Universidad de Oviedo. Obtenido de [file:///C:/Users/USER/Downloads/7073-Texto%20del%20art%C3%ADculo-9673-1-10-20130128%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/7073-Texto%20del%20art%C3%ADculo-9673-1-10-20130128%20(1).pdf)

- Campos S. (2017) Estrategias competitivas para el desarrollo exportador de las MYPE textiles en el distrito de Villa El Salvador. 2017. Recuperado de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/4300/campos_vsm.pdf?sequence=1
- Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2013). *Negocios Internacionales*. Mexico: Pearson.
- Expansión. (2020). Importaciones de Mercancías % PIB 2020. *Expansión*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/comercio/importaciones?anio=2020>
- Fiorela, C. (2011). *MODELO DE COMPETITIVIDAD*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54488638/MODELO_DE_COMPETITIVIDAD_DE_LAS_CINCO_FUERZAS_DE_PORTER_-_8-with-cover-page.pdf?Expires=1621321617&Signature=IRRfkkTW4baOZPX9nJR1ppA395ZF2R4nn4A5YmiMzCg7Eb99QmyeciO5Zxh2WkPz6J3B9f0ZkIET2y88b8lgX~NtXxWV5AcCvf-
- García F. (1993) Investigación descriptiva mediante encuestas. Recuperado de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19380/34/Tema%208-Encuestas.pdf>
- Hernandez, Fernandez, & Baptista. (1997). *Metodología de la investigación*. Mexico. Obtenido de https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf
- Inei. (15 de septiembre de 2020). *Andina*. Obtenido de [https://andina.pe/agencia/noticia-poblacion-ocupada-lima-alcanzo-los-3-millones-611300-personas-813835.aspx#:~:text=En%20el%20trimestre%20m%C3%B3vil%20junio,Estad%C3%ADstica%20e%20Inform%C3%A1tica%20\(Inei\)](https://andina.pe/agencia/noticia-poblacion-ocupada-lima-alcanzo-los-3-millones-611300-personas-813835.aspx#:~:text=En%20el%20trimestre%20m%C3%B3vil%20junio,Estad%C3%ADstica%20e%20Inform%C3%A1tica%20(Inei))

- Luis, P. (2017). *Procesos de Importaciones*. Bogota. Obtenido de <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1401/Procesos%20de%20Importaciones.pdf?sequence=1>
- Mariam, K. (Mayo de 2015). *economipedia*. Obtenido de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/importacion.html>
- Morrisey. (1993). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/direccion-estrategica-que-es-proceso-estrategia-empresarial-tipos/>
- Nelson. (2018). *Manual de importaciones*. Mexico: McGraw-hill interamericana editores, S.A.
- Pedrosa, & Discovskyi. (2007). *sistema de analisis estadisticos SPSS*. nicaragua: Esperanza rodriguez . Obtenido de <https://repositorio.iica.int/handle/11324/4106>
- Pérez, R. (2010). *Nociones Básicas de Estadística*. Servicio de publicaciones de la universidad de Oviedo. Obtenido de https://books.google.es/books?id=0mHWT5Zs7pIC&pg=PA138&lpg=PA138&dq=concepto+de+muestra+censal&source=bl&ots=09z1J1n9At&sig=4_NTvclRKZ0_fluWuK6mhvdaWJQ&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi8xOmukuvSAhUE5GMKHRNvAQM6AEIUjAJ#v=onepage&q=concepto%20de%20muestra%20cens
- Ochoa I. (2018), Las estrategias genéricas de Porter y el posicionamiento de la fábrica de chocolate y cocoa kotosh de la ciudad de Huánuco 2017. Recuperado de <http://repositorio.udh.edu.pe/handle/123456789/1186;jsessionid=794723554511E32308481FFC926B9D59>
- Porter. (2018). *Estrategias Competitivas*. mexico: Continental, S.A DE C.V .
- Prieto, & Delgado. (enero de 2010). *FIABILIDAD Y VALIDEZ*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/778/77812441007.pdf>

- Rangel, M., Pinza, J., Fajardo, J., & Velasco, J. (2019). *PRINCIPALES DETERMINANTES DE LAS IMPORTACIONES EN Colombia*: Universidad de Nariño. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v20n1/2539-0554-tend-20-01-00130.pdf>
- Salazar, & Castillo. (2018). *fundamentos basicos de estadisticas*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/13720/3/Fundamentos%20B%C3%A1sicos%20de%20Estad%C3%ADstica-Libro.pdf>
- Saldaña, A. (11 de Abril de 2021). *Importaciones peruanas crecen 3.5% en primer bimestre 2021*. Callao: Editora Peru. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-importaciones-peruanas-crecen-35-primer-bimestre-2021-841103.aspx>
- Sierra B. (1998) Técnicas de investigación social. Recuperado de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/37235_138444.pdf
- Toro, J. (23 de Enero de 2021). *La Republica*. (L. Republica, Ed.) Obtenido de <https://www.larepublica.co/globoeconomia/las-importaciones-de-america-latina-cayeron-20-en-2020-de-acuerdo-con-la-cepal-3114713>
- Zorrilla. (1993). *Tipos de investigación*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/misitioweboswaldotomala2016/tipos-de-investigacion>

ANEXOS

Anexo 1. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición					
Estrategias Competitivas	Una estrategia consiste en desarrollar una amplia formula de cómo la empresa va a competir. Las fuerzas externas al sector industrial son de importancia	Se utilizará un cuestionario junto con la encuesta para que así podamos medir las dimensiones y sus indicadores	Negociación de clientes	Eficacia	Escala de Likert Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5 Ordinal					
				Valoración						
				Valoración en ventas Fiabilidad						
			Amenazas de nuevos ingresos	Beneficio						
				Producción Mano de obra						
				Negociación de los proveedores		Segmentación Competitividad Desempeño				
			Importación			El consumo en el régimen aduanero nos da la accesibilidad de poder ingresar las mercancías al territorio para así nosotros poder consumirlas o poder usarlas, algunos de estos productos están afectadas a los impuestos y pagos arancelarios, nos dan una garantía según como estemos haciendo el trato o contrato	Se utilizará un cuestionario junto con la encuesta para que así podamos medir las dimensiones y sus indicadores	Productos	Nivel de compras	Escala de Likert Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5 Ordinal
									Tendencias	
				Preferencias						
Aduanas	Reglamentos Quejas/Reclamos Rectificaciones									
	Transporte Internacional	Calidad Tiempo Costos logísticos								

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos

ENCUESTA PARA DIRECTIVOS SOBRE ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

Estimado (a) participante

La presente encuesta es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información acerca de la Estrategias Competitivas en la Empresa que Ud. dirige. La presente encuesta es anónima; por favor responde con sinceridad.

INSTRUCCIONES:

En la siguiente encuesta, se presenta un conjunto de características acerca de la motivación, cada una de ellas va seguida de cinco posibles alternativas de respuesta que debes calificar. Responde encerrando en un círculo la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

1) NUNCA

2) CASI NUNCA

3) A VECES

4) CASI SIEMPRE

5) SIEMPRE

NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES						
EFICACIA						
1	Considera que la publicidad de la empresa es efectiva para atraer a los clientes	1	2	3	4	5
2	Los productos ofrecidos por la empresa cumplen con los estándares de calidad	1	2	3	4	5
VALORACIÓN EN VENTAS						
3	La empresa muestra efectividad para las ventas según resultados	1	2	3	4	5
FIABILIDAD						
4	La empresa proporciona confianza a los clientes sobre la validez del producto	1	2	3	4	5

5	Los productos en venta cumplen con el buen funcionamiento del producto ofrecido	1	2	3	4	5
NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES						
DESEMPEÑO						
6	Se establece un procedimiento adecuado para la selección de los proveedores	1	2	3	4	5
7	La empresa logra alcanzar sus objetivos de abastecimientos planteados	1	2	3	4	5
SEGMENTACIÓN						
8	¿Se da un estudio o análisis de mercado previa inserción de nuevos productos?	1	2	3	4	5
9	Se analizan previamente los indicadores para la segmentación de proveedores	1	2	3	4	5
COMPETITIVIDAD						
10	La empresa busca diferenciarse de la competencia	1	2	3	4	5
11	La competencia afecta considerablemente a la empresa	1	2	3	4	5
AMENAZAS DE NUEVOS INGRESOS						
BENEFICIOS						
12	La empresa obtiene resultados rentables	1	2	3	4	5
13	El margen bruto le es favorable a la empresa	1	2	3	4	5
PRODUCCIÓN						
14	Cree usted que la producción se verá afectada con nueva competencia	1	2	3	4	5
15	Las compras de la empresa se pueden ver afectadas por el ingreso de nueva competencia	1	2	3	4	5

ENCUESTA PARA DIRECTIVOS SOBRE IMPORTACIÓN

Estimado (a) participante

La presente encuesta es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información acerca de la Importación en la Empresa que Ud. dirige. La presente encuesta es anónima; Por favor responde con sinceridad.

INSTRUCCIONES:

En la siguiente encuesta, se presenta un conjunto de características acerca de la motivación, cada una de ellas va seguida de cinco posibles alternativas de respuesta que debes calificar. Responde encerrando en un círculo la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

1) NUNCA

2) CASI NUNCA

3) A VECES

4) CASI SIEMPRE

5) SIEMPRE

PRODUCTO						
NIVEL DE COMPRA						
1	Considera que el personal de nuestra empresa está altamente capacitado para resolver inquietudes en las compras	1	2	3	4	5
2	Cuando usted compra repuestos ¿se revisa el procedimiento para una buena adquisición?	1	2	3	4	5
TENDENCIA						
3	Nuestros productos logran diferenciarse del resto dentro del mercado	1	2	3	4	5
4	Se busca mejoras en el desarrollo del producto	1	2	3	4	5
5	Le das importancia al precio de repuestos	1	2	3	4	5
6	Analiza ciertos criterios sobre los repuestos antes de su adquisición	1	2	3	4	5

ADUANAS						
REGLAMENTOS						
7	Considera que el procedimiento de importación es facilitador	1	2	3	4	5
8	Usted cree que las principales desventajas ocasionadas a partir de la implementación de barreras a las importaciones	1	2	3	4	5
QUEJAS/RECLAMOS						
9	La atención brindada por aduanas ante reclamos de la empresa es eficiente	1	2	3	4	5
10	Considera usted que la atención brindada por aduanas es competente	1	2	3	4	5
RESTRICCIONES						
11	Alguna vez ha pasado por una restricción de su mercancía a la hora de importar	1	2	3	4	5
12	Usted sabe que productos de autopartes no se pueden importar	1	2	3	4	5
TRANSPORTE INTERNACIONAL						
TIEMPO						
13	Consideras que el tiempo de transporte internacional en una importación es el adecuado	1	2	3	4	5
14	Te gustaría que la empresa importara sus productos y lleguen en menos de 15 días	1	2	3	4	5
COSTOS LOGUISTICOS						
15	Considera que los costos logísticos de transporte internacional influyen significativamente en el precio de la mercancía	1	2	3	4	5



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. Márquez Caro Fernando Luis
- I.2. Especialidad del Validador: Doctor en Administración de la Educación.
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente Especialista - Universidad César Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: Caucho Huamani Lizbet Yarina

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				☐	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					☐
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				☐	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				☐	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				☐	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					☐
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				☐	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				☐	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				☐	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				☐	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					85%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACION:

85

Los Olivos, 18 de octubre del 2022.



Firma de experto informante

DNI: 07903350

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6		✓	
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12		✓	

Variable 2: MPORTACIÓN

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4		✓	
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9		✓	
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		



Firma de experto informante

DNI: 08729589

Teléfono: 964 891 990

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Cavero Egúsqiza Vargas Laura linda
- I.2. Especialidad del Validador: Economía - Finanzas
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente Tiempo Completo. Universidad César Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: Cauche Huamani Lizbet Yarina

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

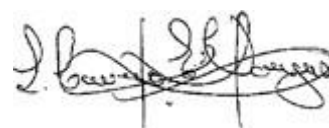
¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Lima, 24 de octubre del 2022



Firma de experto informante

DNI: 08879583

Teléfono: 945184338

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Mgtr. Salazar López Yasser Jackson
- I.2. Especialidad del Validador: Negocios Internacionales – Administración Estratégica
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente - Universidad César Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: Cauche Huamani Lizbet Yarina

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelent e 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				X	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				X	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				X	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				X	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					X
PROMEDIO DE VALORACIÓN		85%				

investigación? Instrumento conforme para aplicación

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

85%



Lima, 18 de octubre del 2022

Firma de experto informante
DNI: 41245759
Teléfono: 981075397

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6		✓	
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9		✓	
Ítem 10	✓		
Ítem 11		✓	
Ítem 12	✓		

Variable 2: MPORTACIÓN

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4		✓	
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9		✓	
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12		✓	
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		



Firma de experto informante

DNI: 41478652

Teléfono: 995 801 023

Anexo 5. Matriz de consistencia:

Título: Estrategias competitivas para la importación de repuestos para maquinaria pesada de Estados Unidos para la Empresa Peñaranda Diesel S.A.C, al puerto de callao en el año 2022

Autor: Lizbet Yarina Cauche Huamani

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	ITEMS
<p>Problema principal: ¿Qué relación existe entre las estrategias competitivas con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S. A. C, al puerto de callao en el año 2022?</p> <p>Problemas secundarios: ¿Qué relación existe entre la rivalidad con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S. A. C, al puerto de callao en el año 2022?</p> <p>¿Qué relación existe entre el poder de negociación de los clientes con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S. A. C, al puerto de callao en el año 2022?</p> <p>¿Qué relación existe entre el poder de la negociación de los proveedores con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S. A. C, al puerto de callao en el año 2022?</p>	<p>Objetivo principal: Determinar la relación entre las estrategias competitivas con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S.A.C. al puerto de callao en el año 2022.</p> <p>Objetivos secundarios: Determinar la relación que existe entre la rivalidad con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S. A. C, al puerto de callao en el año 2022.</p> <p>Determinar la relación que existe entre el poder de negociación de los clientes con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S. A. C, al puerto de callao en el año 2022.</p> <p>Determinar qué relación existe entre el poder de la negociación de los proveedores con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S. A. C, al puerto de callao en el año 2022.</p>	<p>Hipótesis principal: Las estrategias competitivas tienen relación con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la Empresa Peñaranda Diésel S.A.C. al puerto de callao en el año 2022.</p> <p>Hipótesis secundarias: La dimensión rivalidad entre las empresas tiene relación con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la Empresa Peñaranda Diésel S.A.C. al puerto de callao en el año 2022.</p> <p>La dimensión entre el poder de negociación de los clientes con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S. A. C, al puerto de callao en el año 2022.</p> <p>La dimensión poder de la negociación de los proveedores con la importación de repuestos para maquinaria pesada desde Estados Unidos de la empresa Peñaranda Diésel S. A. C, al puerto de callao en el año 2022.</p>	<p>Variable 1: Estrategias competitivas</p> <p>Variable 2: Importación</p>	<p>✓ Negociación de los clientes</p> <p>✓ Amenazas de nuevos ingresos</p> <p>✓ Negociación de los proveedores</p> <p>✓ Producto</p> <p>✓ Aduanas</p> <p>✓ Transporte</p>	<p>15 preguntas para variable 1</p> <p>15 preguntas para variable 2</p> <p>Escala de medición: Escala de Likert</p>

TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	Variable 2: Importación
<p>Enfoque: Cuantitativo Método: Hipotético -Deductivo Diseño: No experimental Tipo de estudio: Aplicada Nivel de estudio: Correlacional</p>	<p>Población: La población informante del presente trabajo de investigación y estudio ha quedado definida por los 15 Directivos y empleados de la empresa Peñaranda Diesel S.A.C.</p> <p>Tamaño de muestra: 15</p> <p>Tipo de muestreo: Censal</p>	<p>Variable 1:</p> <p>Estrategias Competitivas</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario sobre Estrategias Competitivas desde la perspectiva de los directivos de la Empresa Peñaranda Diesel S.A.C</p> <p>Año: 2022</p> <p>Elaboración: propia</p> <p>Ámbito de Aplicación: Empresa Peñaranda Diesel S.A.C</p> <p>Forma de Administración: Individual</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario sobre Importación desde la perspectiva de los directivos de la Empresa Peñaranda Diesel S.A.C.</p> <p>Año: 2022</p> <p>Elaboración: propia</p> <p>Ámbito de Aplicación: Empresa Peñaranda Diesel S.A.C.</p> <p>Forma de Administración: Individual</p>

Anexo 6: Carta de Consentimiento



Lima, 2022

CARTA DE CONCENTIMIENTO

Estrategias competitivas para la importación de repuestos para maquinaria pesada de Estados Unidos para la Empresa Peñaranda Diésel S.A.C, al puerto de callao en el año 2022

Estimado
Sr: ARNALDO PEÑARANDA RAMÍREZ
Gerente General
Peñaranda Diesel S.A.C

Av. Nicolás Arriola 2164-San Luis – Lima – Perú

Presente. -

De nuestra mayor consideración:
Por medio del presente tengo a bien dirigirme a Ud. para hacerle llegar un cordial saludo y a la vez presentar al estudiante, quien está cursando el X ciclo de la carrera de Negocios Internacionales.

APellidos y Nombres	Nº DNI	COD. ALUMNO
CAUCHE HUAMANI ,LIZBET YARINA	700027689	7000950160

En el marco de la agenda académica de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo, los estudiantes en mención se encuentran realizando un trabajo de investigación referido a las Estrategia Competitivas e Importación lo cual me manifiesto para el permiso para poder hacer la investigación de la Empresa Peñaranda Diesel S.A.C.

YO Arnaldo Peñaranda con DNI N° 08273329, doy consentimiento a la estudiante Cauche Huamani Lizbet

GERENTE GENERAL



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, PASACHE RAMOS MAXIMO FIDEL, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Estrategias competitivas para la importación de repuestos para maquinaria pesada de Estados Unidos para la Empresa Peñaranda Diesel S.A.C, al puerto de callao en el año 2022", cuyo autor es CAUCHE HUAMANI LIZBET YARINA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 27.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo 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.

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 vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 13 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
PASACHE RAMOS MAXIMO FIDEL DNI: 07903350 ORCID: 0000-0003-1005-0848	Firmado electrónicamente por: MPASACHER el 07- 12-2022 21:29:44

Código documento Trilce: TRI - 0439509