



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Estrategias logísticas para la importación de sprayers desde China en
la empresa Eddez Maat S.A.C., Provincia de Chiclayo, 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Negocios Internacionales

AUTORES:

Escalante Vasquez, Jhonatan Stip (orcid.org/0000-0001-6831-9892)

Osorio Flores, Darlene Patricia (orcid.org/0000-0003-1466-0758)

ASESOR:

Mg. Morán Santamaría, Rogger Orlando (orcid.org/0000-0001-7037-097X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHICLAYO - PERÚ

2022

Dedicatoria

A Dios por guiarnos día a día y darnos el privilegio de culminar esta maravillosa etapa universitaria satisfactoriamente.

A nuestros padres por su permanente confianza y apoyo incondicional en cada paso; este gran logro va dedicado a ustedes.

Agradecimiento

A nuestro docente, Morán Santamaría, Rogger Orlando por sus conocimientos, paciencia y dedicación en este proceso de investigación. Gracias por ser parte de este logro profesional.

A la empresa Eddez Maat S.A.C; en nombre del gerente Díaz Vásquez Edinson; por su apoyo y disposición al brindar todas las facilidades para llevar a cabo nuestro informe de investigación. Gracias.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
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	5
III. METODOLOGÍA	17
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	17
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización	17
3.3. Escenario de estudio	18
3.4. Participantes	18
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	18
3.6. Procedimientos	20
3.7. Rigor científico	20
3.8. Métodos de análisis de datos	21
3.9. Aspectos éticos.....	21
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	22
V. CONCLUSIONES	37
VI. RECOMENDACIONES.....	39
REFERENCIAS	41
ANEXOS	48

Índice de tablas

Tabla 1 Validez por Juicio de Expertos	20
Tabla 2 Matriz DAFO	35
Tabla 3 Volumen de importación de Sprayers por la empresa	36

Índice de gráficos y figuras

Figura 1 Estrategias logísticas de importación	14
Figura 2 Estrategias de búsqueda de proveedores	22
Figura 3 Estrategias de búsqueda de producto	24
Figura 4 Estrategias de aprovisionamiento	27
Figura 5 Estrategias de transporte logístico	29
Figura 6 Proceso de importación de sprayers desde China para la empresa Eddez Maat S.A.C.	31

Resumen

La investigación planteó como objetivo determinar las estrategias logísticas para facilitar la importación de sprayers desde China para la empresa Eddez Maat S.A.C., Provincia de Chiclayo, 2022. A nivel metodológico se desarrolló un estudio aplicado, de diseño fenomenológico. Los participantes fueron 5 directivos y trabajadores del área logística, así como 5 expertos en temas de comercio exterior. Se les aplicó como instrumento la guía de entrevista para evaluar. Se concluyó el principal problema se debe al desconocimiento del personal en procedimientos de importación, lo que generó los procesos tengan dificultades y se retrase la llegada de equipos, ya sea por no identificar al proveedor y producto de acuerdo a las exigencias, por no contar con la documentación o certificados que exige el país importador, o también por no establecer de manera adecuada el operador logístico o medio de transporte. Se recomendó como estrategias el uso de la inteligencia comercial para la búsqueda de proveedores, para la búsqueda de producto se recomendó analizar la relación precio – calidad – rendimiento; para el aprovisionamiento se debe utilizar el E-commerce y para el cerrar las compras y definir los medios de transporte se debe utilizar plataformas de cotización de transporte como Maersk Line.

Palabras clave: estrategias logísticas, importación, sprayers.

Abstract

The objective of the research was to determine the logistical strategies to facilitate the importation of sprayers from China for the company Eddez Maat S.A.C., Chiclayo Province, 2022. At a methodological level, an applied study was developed, with a phenomenological design. The participants were 5 managers and workers in the logistics area, as well as 5 experts in foreign trade issues. The interview guide was applied as an instrument to evaluate. It was concluded that the main problem is due to the lack of knowledge of the personnel in import procedures, which caused the processes to have difficulties and the arrival of equipment is delayed, either by not identifying the supplier and product according to the requirements, by not having the documentation or certificates required by the importing country, or also for not adequately establishing the logistics operator or means of transport. The use of commercial intelligence for the search for suppliers was recommended as strategies, for the product search it was recommended to analyze the price-quality-performance relationship; E-commerce must be used for supplying and to close purchases and define the means of transport, transport quotation platforms such as Maersk Line must be used.

Keywords: logistics strategies, import, sprayers.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, a través de la globalización el comercio internacional ha ganado importancia en los últimos años (Santana, 2017), ante ello la Organización de las Naciones Unidas, planteó como meta promover un sistema de comercio multilateral, universal y abierto que esté regido por normas y negociaciones para el beneficio de todas las organizaciones (Cano et al., 2019). La internacionalización de las empresas ha impulsado la búsqueda de nuevos proveedores en el exterior que sean competitivos (Tejeda et al., 2019); sin embargo, en esta búsqueda muchas empresas evidencian fallas en sus procesos logísticos relacionados a transporte, costo, tiempo y desabastecimiento (Zamora, 2018).

A nivel internacional debido a la interconexión de los mercados, la logística se ha presentado como una herramienta clave por dos factores: tiempo y costos (Zamora, 2018). Estos factores crearon la necesidad de implementar estrategias para que los productos se muevan a través de un sistema integrado que permita la disponibilidad del producto y cumplir con los plazos establecidos (López et al., 2021). Es por ello, que la logística de importación en toda organización debe contar con estrategias que solucionen las ineficiencias del proceso, de lo contrario la cadena de suministro se vuelve ineficiente y poco confiable (Pintado, 2019).

El problema se genera ya que el personal administrativo al importar muchas veces desconoce los diversos procesos relacionados a la búsqueda de productos, proveedores, transporte, trámites aduaneros, costos por servicios de importación incurridos en la cadena logística y requisitos documentales de autorización de licencias no automáticas en otros países. Un mal procedimiento en el proceso o en los trámites y términos de condiciones de compra, podría generar pérdida de la mercancía o gastos no reembolsables (Barbosa et al., 2021; Pintado, 2019).

Cada año el Banco Mundial mide el rendimiento de la cadena logística en las empresas de todos los países, el cual está representado por el índice de desempeño logístico que evalúa diversos aspectos de aduanas, infraestructura, envíos, competencia en servicios logísticos y puntualidad de la logística enfocada a las importaciones. A nivel mundial, el país con mayor índice ha sido Alemania con 4.2/5 y a nivel de Latinoamérica el índice de desempeño se ha mantenido constante en 2.66/5 siendo Chile el país con mejor desempeño (Pintado, 2019).

En Perú el índice de desempeño logístico bajó su competitividad en 2018 ubicándose en el puesto 83 del ranking, lo que representó un descenso de 14 escalones en comparación al año 2016. Este análisis comprobó las deficiencias y el atraso en temas logísticos en comparación a otros países, siendo uno de sus principales problemas la calidad de la infraestructura logística que manejan las empresas exportadoras e importadoras. Otro factor importante fueron los costos logísticos, ya que en comparación a otros países fueron los más altos (34%); es decir más del doble en comparación con Chile, el país con mejor desempeño logístico competitivo en el continente (Pintado, 2019).

El proceso de importación se ha vuelto fundamental al no encontrar productos en el mercado interno, es por ello que la cadena de suministro empezó a demandar diversos cambios estructurales en las organizaciones donde la logística juega un papel muy importante (Nugent et al., 2019). Sin embargo, un elemento que ha afectado estos procesos fueron los altos costos de importación, donde las grandes empresas presentaron costos logísticos de 15.7% sobre las ventas, las medianas empresas costos de 16%, la pequeña empresa costos de 18.2% y la microempresa costos de hasta 21.1% de sus ventas (ComexPerú, 2020).

Desde hace muchos años en el Perú la importación de diversos equipos necesarios para la agricultura estuvo ligada a los niveles de inversión en producción agropecuaria. A raíz de la pandemia, el incremento producción del sector agrícola permitió que las medianas y pequeñas empresas requieran importar mayores equipos especializados para sus procesos (El Comercio, 2022). Ante ello, la importación de equipos agrícolas en el país se incrementó en 40% en 2021; es decir 1.636 unidades en comparación al año anterior, lo que ha resultado indispensable para los procesos y especialización en las distintas actividades (AGRARIA, 2022).

A nivel regional, diversas empresas que importan equipos agrícolas para su comercialización, sintieron los efectos de la inestabilidad macroeconómica, al presenciar los elevados costos de los fletes internacionales que se incrementaron entre el 20% y 30%, y así como la subida del tipo de cambio (Diario Gestión, 2022). Sin embargo, uno de los principales problemas de las empresas dedicadas a importar productos para el agro es el desconocimiento del personal en procedimientos de importación, lo que ocasionó muchas veces las mercancías en

el trayecto se retrasen, incumpliendo de esta manera con el plazo de entrega indicado, lo que generó sobrecostos por cancelaciones y devoluciones (Navarro, 2018). Eddez Maat S.A.C., es una empresa dedicada a la importación de equipos y maquinarias para el sector agrícola; en 2022 la empresa decidió importar Sprayers debido al alza de la demanda por parte de agricultores. Para ello, según registros de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y Aduana, registró dos lotes importados: en enero 100 unidades por un valor en aduanas de 3 649.73 US\$ y en junio 50 unidades por un valor de 1 533.507 US\$ (SUNAT, 2022). La empresa presentó de acuerdo a su diagnóstico de comercio exterior problemas operaciones de importación canceladas, sobrecostos por traslado de mercancías y desabastecimiento de almacén lo que ocasionó cancelaciones de requerimientos entre otros. Estos problemas se ocasionaron por la falta de un plan de importación debido al desconocimiento de sus operadores en procedimientos de comercio exterior y cadenas de abastecimiento.

Se planteó como problema general: ¿Cuáles son las estrategias logísticas para la importación de sprayers desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C., Provincia de Chiclayo, 2022?, y como específicos: i) ¿Cuáles son las estrategias de búsqueda de proveedores para la importación de sprayers?, ii) ¿Cuáles son las estrategias de búsqueda de producto para la importación de sprayers?, iii) ¿Cuáles son las estrategias de aprovisionamiento para la importación de sprayers?, iv) ¿Cuáles son las estrategias de transporte logístico para la importación de sprayers?, v) ¿Cuál es el diagnóstico actual del proceso de importación de sprayers desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C.?, y vi) ¿Cuál es la tendencia de importación de sprayers desde China?

La investigación se realizó ante la problemática de la empresa para importar productos desde China, ya que el desconocimiento en un plan de importación por parte del personal generó no se tengan los equipos en el almacén en el momento indicado para cumplir con las órdenes de entrega, lo que ha generado gastos por la mala gestión y cancelaciones por parte de clientes. A nivel teórico se buscó generar debate sobre si la teoría logística, para un desempeño empresarial requiere apoyarse en fundamentos y estrategias para que los procedimientos en la cadena de abastecimiento se desarrollen de manera óptima. A nivel metodológico, se

crearon utilizaron instrumentos que permitieron evaluar a la población para crear nuevo conocimiento sobre estrategias logísticas de importación en la región. A nivel práctico lo que se buscó en un mercado competitivo es aportar conocimiento sobre mecanismos logísticos de importación que mitiguen riesgos y aumenten la competitividad, solucionando problemas a través de un conjunto de estrategias que eliminen los riesgos del mercado y permitan la correcta importación a través de un sistema integrado de estrategias que sea eficiente.

Se estableció como objetivo general: determinar las estrategias logísticas para facilitar la importación de sprayers desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C., Provincia de Chiclayo, 2022; y como específicos: i) identificar las estrategias de búsqueda de proveedores para la importación de sprayers, ii) describir las estrategias de búsqueda de producto para la importación de sprayers, iii) especificar las estrategias de aprovisionamiento para la importación de sprayers, iv) detallar las estrategias de transporte logístico para la importación de sprayers, v) diagnosticar la situación actual del proceso de importación de sprayers desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C., y vi) analizar la tendencia de importación de sprayers desde China.

II. MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se presentaron los trabajos relacionados a estrategias logísticas para la importación de equipos. Las investigaciones fueron extraídas de bases de datos como Scopus, web of Science, Scielo, EbscoHost, ProQuest a través de artículos de investigación, revisiones narrativas, sistemáticas o metaanálisis; asimismo; se hizo uso del repositorio institucional de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU).

A nivel nacional, Izquierdo y Rodríguez (2021) en su estudio propusieron un plan de importación de máquinas para la producción agrícola. Mediante un estudio de tipo cualitativo utilizaron como muestra clientes, personal y proveedores de 4 empresas regionales, a quienes les aplicaron como instrumento la guía de entrevista. Al finalizar concluyeron, debido a la reducida oferta en el mercado local y al alto costo de maquinarias se tomó como iniciativa importar maquinarias de China. Los problemas en la empresa se ocasionaron al no contar con un plan de análisis interno y externo para conocer la situación de la empresa y que necesita. Por ello se generaron diversos problemas en la logística de abastecimiento desde su búsqueda hasta el punto final de entrega. Recomendaron implementar un plan en base a las 5Ps de Porter: el producto debe cumplir con las características y estándares de calidad para un proceso que ofrezca un producto de calidad; el precio debe equipararse a la competencia; la plaza debe realizarse desde china por canal directo (vía marítima), y la promoción debe aprovechar la amplia infraestructura para ofrecer la maquinaria.

Agurto (2021) en su investigación propuso implementar un plan logístico para la importación de una caldera a vapor, para ello realizó un estudio de tipo descriptivo – propositivo y tomó como muestra a 21 trabajadores de la empresa TPCH a quienes les administró como instrumento un cuestionario. El autor concluyó se debe implementar un plan donde se apliquen 5 componentes estratégicos: el análisis del mercado, para conocer el negocio y tendencia del bien a importar; el análisis de rentabilidad del producto, la elección del régimen aduanero para importar, la selección del proveedor a través de INFOTRADE para conocer su trayectoria y certificaciones de calidad y finalmente la elección del operador logístico que se encargue de los requisitos y documentación para un correcto

traslado hasta el punto de desembarque.

Palomino (2021) en su investigación propuso un plan de importación para productos de papelería. Su estudio fue cualitativo y tipo descriptivo, donde utilizó como muestra a 9 trabajadores de logística responsables del proceso de importación y les aplicó una entrevista y hoja de cotejo como instrumento. Palomino concluyó, el plan de importación debe estar basado en un sistema que automatice los procesos en doce pasos basados en la Sunat los cuales fueron el estudio del mercado y proveedores, búsqueda de cotizaciones de producto, selección de propuesta, negociación, control de proveedores, cotización de seguro y flete internacional, control de aseguradora, contrato con agente de aduanas, ejecución de pagos tributarios, presentación de formatos a Sunat y retiro de producto, además de fijación del Incoterm y medio de pago. Recomendó la ejecución del plan para reducir costos; mediante la eliminación de aranceles y alianzas comerciales.

A su vez, Zamudio y Izquierdo (2020) en su investigación establecieron como objetivo proponer un modelo de gestión para minimizar los riesgos dentro de la cadena de abastecimiento en empresas importadoras. Como metodología utilizaron la revisión bibliográfica en diversas bases de datos científicas y utilizaron como instrumentos la guía documentaria. Se presentó a través del diagnóstico 3 tipos de riesgos que influyen en la cadena de suministro, riesgos operacionales: de producción, de aprovisionamiento, por desastres, estructurales, de transporte y de tecnología. Riesgos financieros: de compra, de demanda, políticos. Riesgos corporativos: de reputación. Recomendaron proponer un plan que tenga como base cinco fases, fase 1: elaboración del plan, fase 2: evaluación y mapeo de riesgos, fase 3: análisis de riesgos, probabilidades y consecuencias, fase 4: estrategias para rechazar, aceptar, transferir, mitigar, controlar pérdidas y diversificar, y fase 5: retroalimentación de procesos de importación. Recomendaron utilizar el modelo de gestión, ya que es una base estructural que permitirá el retorno de la inversión en cada etapa de la cadena.

Obregón (2019) en su investigación estableció como objetivo analizar los procesos de importación en empresas de autopartes, para ello realizó un estudio de tipo descriptivo, donde seleccionó como muestra a 83 pequeñas y medianas empresas de Lima Norte. Los resultados del estudio evidenciaron algunos procesos

de importación no llegan a completarse por que el personal encargado no ha sido capacitado sobre procedimientos durante una cadena de abastecimiento desde el exterior, lo que afecta el nivel de competitividad en el mercado. Otro de los factores es el poco presupuesto que manejan para conseguir productos en el exterior lo que limita su capacidad para poder comercializar. El autor recomendó especializar al área encargada y asociarse para que tener mayor participación en el mercado.

De igual forma, Santome (2019) en su estudio analizó los costos logísticos en la importación de una empresa de autos. Por medio de un estudio de tipo descriptivo y diseño no experimental, seleccionó como muestra a 35 participantes entre personal de la empresa y trabajadores de aduanas a quienes les aplicó un cuestionario. El autor concluyó que los sobrecostos logísticos se debieron a las demoras en los procesos de embarque y desembarque aduanero, así como por la demora en la empresa de reparto local, que ocasionó las cancelaciones de entrega. Ante ello, recomendó gestionar manuales de procesos sistematizados en importación para reducir el tiempo de transporte, optimizar los costos, mejorar la cadena de importación y abastecimiento, además de adoptar cambios en el proceso de compra.

Finalmente, Santana (2017) en su investigación planteó como objetivo analizar el diseño de la cadena logística para mejorar el nivel de servicio en las empresas. Para su estudio realizó un análisis documental que utilizó como muestra a 81 empresas y como instrumento la guía de análisis documental. Su estudio concluyó no se da soporte a los procesos dentro de la cadena de suministro como son transporte, distribución, almacenamiento, abastecimiento, identificación, control y seguimiento lo que afecta el proceso y genera ineficiencia perjudicando la rentabilidad. Ante ello se recomendó proponer modelos de sistemas de información en tiempo real para el transporte (TMS), sistemas de administración de almacenes mediante flujo de materiales (WMS) y sistema de ejecución de empaquetado, estos modelos permitirán la sincronización de aspectos dentro de la cadena para mejorar la productividad y desempeño operacional.

A nivel internacional, Ceballos y Ronquillo (2022) en su investigación analizaron los factores que limitan el proceso de importación de productos en pequeñas y medianas empresas. A través de un análisis documental utilizaron una

muestra de 34 operarios a los cuales les aplicó un cuestionario. Los autores concluyeron que el 65% de trabajadores identificaron como factores limitantes el inicio de la pandemia que cerró puntos de envío, las barreras arancelarias y los altos costos de importación que afectó su nivel de liquidez. Ante ello propusieron un modelo de contingencia para minimizar los problemas de importación, lo que les permitió diagnosticar la situación de la empresa y tener un control de inventario, para definir estrategias de compra y transporte que mejoró su relación con sus principales clientes.

Por su parte, Barbosa et al. (2021) en su investigación analizaron las estrategias logísticas de importación para mitigar los efectos de la pandemia. Realizaron una revisión documentaria cualitativa, tomando como muestra diversas empresas importadoras de Latinoamérica. El análisis evidenció que las organizaciones presentan incapacidad en sus cadenas logísticas y buscan sortear contingencias durante sus procesos. Concluyeron las estrategias de importación que se deben implementar fueron redes de entrega y recojo de productos que mejoren la distribución, instalación de almacenes urbanos para la eficiencia de transporte, uso de aplicaciones electrónicas para vigilar la ruta de distribución y dar seguimiento a la cadena de suministro. Se recomendó implementar las estrategias y el uso de tecnologías de la información para que los procesos logísticos sean más eficientes.

Suárez y Albarracín (2021) en su investigación determinaron el impacto de las restricciones en los procesos de importación en Ecuador. Mediante un estudio exploratorio tomaron como muestra diversas empresas que presentaron obstáculos al momento de importar. Al finalizar concluyeron las principales barreras a la importación fueron los altos impuestos arancelarios, las licencias o autorizaciones y los certificados que debe cumplir cada producto para ingresar al país. A nivel empresarial existen problemas por falta de técnicas para regularizar y mantener control de precios, como también herramientas informativas para conseguir productos sustitutos. Para ello recomendaron implementar un plan de importación e impulsar alianzas estratégicas con importadores de diversos sectores para contrarrestar los riesgos del mercado.

A su vez, Chirino et al. (2020) en su investigación propusieron como objetivo

analizar la E-logística como herramienta para conducir el proceso de comercio electrónico. Para ello realizaron una investigación descriptiva y análisis documental de diversas empresas dedicadas al comercio electrónico. En su estudio concluyeron que las estrategias de comercio electrónico y los acuerdos comerciales entre países generan eliminación y reducción de barreras arancelarias en las importaciones, permitiendo mitigar los problemas dentro de los procesos y reduciendo los costos dentro de una cadena de suministro más eficiente. Al finalizar recomendaron implementar una cadena de suministro logrará reducir costos y dar acceso a diversos productos sin barreras geográficas, lo que evita retrasos y evita la falta de respuestas al incumplimiento de entregas.

Asimismo, Fontalvo et al. (2019) en su investigación propusieron analizar los procesos logísticos y la administración del proceso de importación. Para ello realizaron un estudio cualitativo, de diseño y revisión bibliográfica donde tomaron como muestra diversos informes de revistas indexadas. Su investigación concluyó que las técnicas logísticas permiten un mejor funcionamiento de procesos en la gestión de compras con diversos proveedores para obtener un tiempo prudente y cumplir las órdenes, además los procesos de inventario aseguraron el flujo y almacenamiento para una óptima distribución. Al finalizar recomendaron implementar el modelo internacional SCOR para que las empresas de cualquier rubro puedan planificar, controlar y mejorar la cadena de suministro de importación; asimismo deben utilizar un sistema de indicadores para conocer el rendimiento durante los procesos.

Pinheiro de Lima et al. (2017) en su investigación establecieron como objetivo identificar la importancia de la logística interna en las organizaciones. El estudio fue cualitativo, donde tomaron como muestra a expertos de tres empresas y les aplicaron como instrumento la guía de entrevista. El estudio concluyó que la logística interna es importante ya que permite evaluar el índice real logístico en cada proceso para determinar en cual se deben aplicar mejoras. A través de la logística se puede monitorear indicadores de recibimiento, traslado, embalaje, almacenaje, gestión de stocks, abastecimiento, planificación y control de materias, trabajo en procesos, pedidos, transporte interno, atención al cliente y tecnologías. Por ello recomendaron poner en práctica un sistema de indicadores de logística

para evaluar la cadena de abastecimiento dentro de las organizaciones que mejore el desempeño.

Calderón et al. (2017) en su investigación analizaron metodologías para la clasificación y diagnósticos de cadenas de suministro, a través de un estudio de tipo descriptivo y diseño no experimental-transversal, donde utilizaron como muestra al personal de 25 empresas a quienes les aplicaron como instrumento un cuestionario. El estudio presentó como resultados que las empresas poseen sistemas de abastecimiento no planificados que son ineficaces, lo que genera problemas en sus procesos. No manejar un sistema adecuado de control reduce las posibilidades de tener una alineación total en la cadena y disminuir los costos productivos para mantenerse en el mercado. En su estudio recomendaron implementar el Modelo Dinámico de Clasificación de redes, que permitirá obtener una clasificación analizando la evolución en el tiempo a través de estrategias de manufactura, de tiempo de respuesta, de demanda, de selección de proveedores y de diseño de producto.

Norman y Mora (2017) en su investigación plantearon analizar los modelos de logística como una herramienta para mejorar la eficiencia del abastecimiento empresarial. Su estudio cualitativo tuvo un diseño de revisión documental, donde utilizaron una muestra de 49 informes y la guía documental como instrumento. El estudio presentó como resultado la falta de un modelo de intervención que evalué costos, tiempos y disponibilidad de productos, además no se posee una comunicación interna entre las áreas responsables de cada proceso en la cadena de suministro, lo que limitó el correcto posicionamiento y la toma de decisiones. Para ello recomendaron implementar el modelo Justo a Tiempo, para mejorar la cadena de valor a través de una administración ordenada, además de aplicar una dinámica estructural que implique cómo se organiza la logística de manera que se origine una reducción de costos y tiempo, derivando crecimiento y posicionamiento en el mercado.

La investigación tuvo fundamento en teorías que guardan relación con las estrategias logísticas e importaciones, respecto a las estrategias logísticas se tomó en cuenta la siguiente teoría:

Asimismo, la categoría 1: estrategias logísticas se fundamentan a través del enfoque de logística:

Fundamentación teórica de la logística.

Su aparición data de 1844 cuando el ingeniero francés Jules Juvenel decidió relacionar los costos del inventario con los de transporte. Con el pasar de los años el concepto fue traspasado en la armada de los Estados Unidos y se reconoce a George Cyrus como el padre de la logística moderna. Para 1962 se formó el Council Logistics Management (CLM), una asociación de profesionales que dio dirección a la logística en el comercio internacional y los negocios (Balza y Cardona, 2020). En el ámbito empresarial la logística o llamada cadena de suministro tiene su fundamento en el abastecimiento que requiere toda organización y funciona como nexo entre los productos y mercados.

La logística comprende diversos procesos de estrategias de planeación, abastecimiento, fabricación, traslado y distribución hasta el punto final de la cadena; es decir, tiene como concepción el manejo de procesos relacionados al movimiento y almacenamiento de mercancías de una forma coordinada. En 2003 la CLM definió la logística como parte de la cadena de suministro que planifica, implementa y controla la eficiencia y efectividad durante el proceso y almacenamiento hacia delante y en reversa de bienes, servicios e información correspondiente desde punto de partida hasta la entrega de mercancías. La cadena de suministro incluye al fabricante, productor y todos los medios como transportistas, almacenistas y proveedores e intermediarios (Balza y Cardona, 2020).

La logística es un proceso que permite a las empresas organizar sus procesos internos mediante la gestión, planificación y organización de tareas para cumplir con la distribución, transporte y disponibilidad de mercancías (Alemán et al., 2019; Quiala et al., 2018). Es decir, es un conjunto de procedimientos coordinados que hace posible que diversas mercancías lleguen al consumidor final sin tener ningún contratiempo o inconveniente que perjudique su traslado.

La categoría estrategias logísticas según Restrepo et al. (2020) son procedimientos empresariales que se establecen en el movimiento integral de empresas asociadas al comercio y están relacionadas al planeamiento estratégico. Podemos decir que las estrategias logísticas como método tienen como fin el

cumplimiento con los clientes y la optimización de costos de movimiento de mercancías y productos, asimismo abarca la gestión de la cadena de suministro a través de la buena gestión de actividades externas e internas de la empresa.

Según Alemán et al. (2019) las estrategias logísticas se conocen como políticas integrales dentro de la empresa que permite el movimiento integral de mercancías a nivel internacional haciendo de procesos para identificar, planificar, implementar y controlar el curso de productos y todo lo relacionado a su logística de traslado. Las estrategias se podría decir, se basan en decisiones empresariales que toda compañía asume para alcanzar los logros empresariales, donde tiene como objetivo lograr una cadena de transporte sin obstáculos que permita llegar al producto en el plazo establecido.

Las estrategias logísticas son técnicas de las cuales hace uso la mayoría de empresas para lograr las metas establecidas en sus procesos por medio de acciones o planes (Peñañiel et al., 2020). Las estrategias podemos definir las como acciones que están en todo momento relacionadas a los procesos de búsqueda de producto, compra o facturación, embarque, transporte y distribución, con el objetivo de satisfacer la demanda a través de un servicio de calidad minimizando en todo momento costos.

Por lo expuesto podemos determinar que las estrategias logísticas son técnicas estratégicas que facilitan el transporte de mercancías para satisfacer la demanda a través de mejores condiciones de servicio, costo y calidad. Con las estrategias se busca superar la logística tradicional para ser más competitivos dentro del flujo de planificar, implementar y controlar los movimientos de productos, además de tener toda la información relacionada al proceso desde su punto de salida hasta el de llegada.

Las estrategias logísticas presentaron como subcategorías las estrategias de búsqueda de proveedores, estrategias de búsqueda de producto, las estrategias de aprovisionamiento y las estrategias de transporte logístico (Alemán et al. 2019).

- a) Las estrategias para la búsqueda de proveedores, se conocen como métodos de selección para contactar con un proveedor. Existen dos métodos para seleccionar un proveedor: aquellas que tienen historial con la empresa y se tiene relaciones comerciales. Este método facilita las acciones al

departamento ya que posee la información necesaria. El otro método es el contacto con un nuevo proveedor que se basa en la búsqueda y análisis en el mercado, dentro de este paso se clasifica a los proveedores a través de diversos criterios para optar por la mejor opción (Chiluisa et al., 2020). Los Incoterms son un conjunto de términos o normas establecidas por la cámara de comercio internacional (CCI) que tiene validez mundial y ayuda en operaciones a pactar diversos criterios en una operación de transacción (Calderón, 2019). Se consideró como criterios: búsqueda del producto, calidad del producto, rendimiento del producto y certificación del producto.

- b) Las estrategias de búsqueda de proveedores, están compuestas de herramientas para importar productos de buena calidad, estas acciones requieren de un diminuto seguimiento ya que el producto es un factor muy importante en la cadena de abastecimiento. Lo que busca cada organización es seleccionar estándares de calidad, precios óptimos y condiciones de compra confiables (Tejeda et al., 2019). Se consideró como criterios: búsqueda de proveedores y certificación de proveedores.
- c) Estrategias de aprovisionamiento, es una actividad fundamental dentro de la cadena logística, ya que para tener un aprovisionamiento adecuado se debe tener en cuenta tres elementos primordiales: control de inventarios, adquisición de productos y logística de almacenes. Una buena estrategia de aprovisionamiento evita dos escenarios: el desabastecimiento y sobreabastecimiento de productos (Valencia, 2019; Ayala, 2017). Se consideró como criterios: técnicas de compra, cotizaciones, medios de pago, marco legal (Incoterms).
- d) Asimismo, las estrategias de transporte logístico, son las gestiones planificadas de las formas como se transportarán los productos. Este proceso no sólo puede encargarse del traslado si no también del proceso de carga en el punto de partida, descarga cuando llega al destino. En algunos acuerdos comerciales las estrategias incluyen la documentación y toda la logística correspondiente para hacer llegar el producto (Zurita, 2021; Aguilar et al., 2021). Se consideró como criterios: costo de transporte, documentación para el transporte, operadores logísticos.

Figura 1. Estrategias logísticas de importación



Nota: la figura presenta principales estrategias logísticas de importación. Fuente: elaboración propia.

Fundamentación teórica para la categoría 2: Importación de Sprayers

Teoría de la importación en el comercio internacional.

Esta teoría se fundamenta en el intercambio comercial entre países o regiones económicas. Este intercambio se explica por las ventajas que posee cada país y que es beneficioso para los países que realizan intercambio de productos o servicios gracias a la ventaja absoluta que posee. Entre los enfoques que respaldan el comercio se presenta la teoría tradicional del comercio internacional, donde se sustenta en que el intercambio comercial debe a las diferencias entre países, entre los máximos exponentes se encuentran Adam Smith y el modelo de ventaja Absoluta, que establece que cada país se especializa por su ventaja de ahí la necesidad del comercio.

Otro de las teorías es el modelo de ventaja comparativa de David Ricardo, quien mencionó que los costos llegan a ser relativos y el intercambio es beneficioso. Por su parte el modelo de Heckscher-Ohlin, mencionó que el proceso de exportación se debe a la especialización de las economías y la intensiva producción. Actualmente con la globalización, se habla de la nueva teoría del comercio internacional, la cual está enfocada en la competencia imperfecta. Entre los principales postulados se encuentra el propuesto por G. Haberler y su teoría del costo de oportunidad, donde hace énfasis que el comercio internacional no

depende del trabajo, si no del costo de oportunidad que posee cada bien al ser exportado o importado.

La importación, según Tejeda et al. (2019) se define como el ingreso legal de mercancías del exterior con fines de carácter comercial, benéfico o personal. Esta introducción a plaza nacional procedente del exterior, está sujeto al pago de tributos e impuestos. Para Romero (2019) la importación se interpreta como el ingreso de mercancías a un país, y está sujeto a los acuerdos de dos agentes el que requiere el producto y aquel que lo ofrece; en otras palabras importador y exportador.

Por su parte, los Sprayers son equipos eficaces utilizados en labores de agricultura, su función principal está relacionada al uso de químicos para prevenir y erradicar diversos tipos de plagas en los cultivos. Estos equipos a presión tienen como función rociar líquido a presión de manera constante y uniforme.

Ante lo mencionado podemos definir la categoría 2 importación de sprayers, como el proceso de movimiento e ingreso a equipos de uso agrícola desde el exterior a territorio nacional para su distribución en el mercado nacional, debido a la poca oferta en el mercado nacional o su elevado costo (Tejada et al., 2019). Según el análisis de la literatura científica revisada la categoría presenta como subcategorías el diagnóstico de la empresa importadora y las tendencias del producto a importar.

- a) El diagnóstico de la empresa, es fundamental en toda organización ya que permite tener un panorama claro de las fortalezas, oportunidades y amenazas en el proceso de importación, lo que otorga una visión real de la empresa. A su vez informa sobre las condiciones de importación, que se interpretan como circunstancias dentro del comercio internacional que involucra la salida o ingreso de productos. Las condiciones incluyen datos como el consignatario de la mercancía, el nivel comercial del importador, el reconocimiento del proveedor, la naturaleza de la transacción, el reconocimiento del intermediario, la documentación de facturas, los incoterm, la documentación de transporte y los formularios aduaneros de mercancías (Zamora y González, 2019). Los criterios que se consideraron fueron matriz DAFO, proveedor, nivel

comercial del importador, naturaleza de transacción, documentación de la importación, consignatario de mercancía.

- b) La tendencia en las importaciones, son los cambios de las fluctuaciones que han tenido las importaciones en un sector en con el transcurrir de tiempo. Las tendencias en importaciones de productos están relacionadas con los cambios en el mercado, sector, demanda de la población y factores externos (Hidalgo, 2018). Se consideran como criterios: principales proveedores y volumen de importación por la empresa.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

La investigación fue aplicada, ya que por medio de un diagnóstico de la situación problemática se conoció a fondo la situación actual del proceso de importación desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C., y a partir de fundamento teórico y opiniones de expertos se propusieron estrategias logísticas concretas y prácticas para el proceso de importación de sprayers (Fuentes et al., 2020; CONCYTEC, 2019).

El diseño fue fenomenológico, ya que tuvo como objetivo describir y comprender diversas experiencias percibidas por los trabajadores de la empresa Eddez Maat S.A.C., y expertos acerca de las estrategias utilizadas dentro del proceso de importación desde China. Este diseño se trabajó directamente con declaraciones del personal y expertos en el tema, tomando como referencia experiencias en procesos de importación; es decir, se enfocó menos en la interpretación de investigador y tuvo más énfasis a la realidad expuesta (Fuster, 2019; Hernández y Mendoza, 2018).

Su enfoque fue cualitativo y se enfocó en recopilar información sin medición numérica sobre la interpretación del personal de la empresa Eddez Maat S.A.C., encargado en el proceso de importación y las experiencias en el proceso logístico para abastecer a la empresa, ahondando sus perspectiva, análisis y apreciación (Piza et al., 2019; Hernández y Mendoza, 2018).

3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización

El estudio presentó dos categorías:

Las estrategias logísticas, son definidas como políticas integrales dentro de toda organización que permiten el movimiento integral de mercancías a nivel internacional, nacional o local haciendo uso de procedimientos para identificar, planificar, implementar y controlar el curso de los productos y todo lo relacionado al proceso de identificación, compra, traslado, recepción, almacén y distribución (Alemán et al., 2019).

A su vez esta categoría presentó como subcategorías e indicadores: las estrategias de búsqueda de proveedores (identificación de proveedores y

certificación de proveedores), las estrategias de búsqueda de producto (búsqueda de producto, calidad de producto, rendimiento del producto y certificación del producto); las estrategias de aprovisionamiento (técnicas de compra, cotizaciones, medios de pago y marco legal (Incoterms)); las estrategias de transporte logístico (costo de transporte, documentación para el transporte y operadores logísticos).

La importación de sprayers, se conceptualizó como el proceso de movimiento e ingreso a equipos de uso agrícola desde el exterior a territorio nacional para su distribución (Tejada et al., 2019). Como subcategorías e indicadores presentó: Diagnóstico que involucra el análisis FODA; y las condiciones de importación (consignatario de mercancía, nivel comercial del importador, proveedor, naturaleza de importación, los incoterms, la documentación de transportes y los formularios aduaneros de mercancías). También se consideró las tendencias, que está relacionado a los movimientos importaciones de sprayers (volumen de importaciones a nivel regional y volumen de importación por la empresa).

Para la categorización se siguió un riguroso proceso que permitió obtener categorías que demostraron lo que se quiso medir (Giesecke, 2020). La matriz de categorización se describió en la sección de anexos.

3.3. Escenario de estudio

El escenario de estudio fue la empresa Eddez Maat S.A.C., ubicada en Chiclayo, dedicada a la importación y comercialización minorista de equipos entre ellos los de uso agrícola. La empresa cuenta con diversas áreas sin embargo el área de logística es donde se enfocó el estudio ya que es la encargada de gestionar la logística e importaciones (Piza et al., 2019).

3.4. Participantes

El estudio tuvo como participantes: 5 trabajadores del área logística y directivos de la empresa encargados del proceso de importación; además se contó con 4 expertos en temas de importación y logística que ayudaron a tener una perspectiva más amplia sobre el tema (Piza et al., 2019). Las

experiencias y perspectivas sobre estrategias y procesos logísticos fueron analizadas para inferir cómo influyen en la importación de sprayers.

- **Criterios de inclusión:**

Directivos de la empresa, trabajadores del área logística encargada del proceso de importación de Sprayers y personal del área comercial y operaciones.

- **Criterios de exclusión:** se excluirá a personal administrativo de áreas administrativas encargadas del personal; así mismo se excluirán a trabajadores encargados del reparto de productos importados.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas utilizadas para la recolección de información de la muestra en estudio fueron la revisión documentaria por medio del análisis de artículos científicos de diversas bases de datos. Asimismo, por medio de la entrevista se obtuvo información cualitativa sobre la realidad de las importaciones desde China de la empresa Eddez Maat S.A.C., en base a criterios, perspectivas y experiencias de los participantes. Esta presentó orden lógico en base a las categorías del estudio (Piza et al., 2019; Hernández y Mendoza, 2018).

Asimismo, como instrumento se utilizaron la guía de entrevista la cual estuvo dirigida a 5 trabajadores de la empresa, entre directivos y responsables de las importaciones y procesos logísticos. Asimismo, se entrevistó a 4 expertos en temas de importación y logística (Piza et al., 2019; Hernández y Mendoza, 2018). La ficha estuvo compuesta por preguntas sistematizadas en un orden lógico, buscando hacer preguntas sobre experiencias, opiniones, hechos y atribuciones sobre las estrategias de importación que aplican para importar desde el mercado Chino (Flores, 2019).

Flores (2019) consideró que todo instrumento debe ser sometido a juicio de expertos, ya que a través del conocimiento de profesionales en el tema será evaluado por medio de un análisis profundo el cual determinará su validez para ser aplicado en la muestra seleccionada. En el estudio, los instrumentos fueron sometidos al juicio de 3 expertos en el tema, donde se

obtuvo como coeficiente de validez un promedio de 90.7%.

Tabla 1 Validez por Juicio de Expertos

Expertos	Coeficiente de Validez
Mg. Julio César Lozano Díaz	90.0%
Mg. Sheyla J. Chavesta Paico	83.3%
Mg. Edwin Yolmer Heredia Sánchez	99.0%
Total	90.7%

Nota: valoración por juicio de expertos en comercio exterior (2022).

3.6. Procedimientos

El procedimiento siguió un riguroso proceso para su aplicación, que fue desde la identificación de ámbito temático para recopilar información del personal de área logística y directivos de la empresa, además de expertos en el tema, para cumplir con los objetivos de investigación (Piza et al., 2019; Hernández y Mendoza, 2018). El procedimiento se inició con la aceptación de la empresa Eddez Maat S.A.C., para ser participantes del estudio, luego se seleccionó el área comprometida y al personal involucrado en el proceso logístico de importación. Se elaboraron las fichas de entrevista, que fueron validadas según el criterio de expertos en el tema y se aplicaron para luego ser organizadas, analizadas e interpretadas a través del software ATLAS T.I, especializado para tratar información cualitativa para su presentación.

3.7. Rigor científico

El estudio utilizó como criterios de rigor científico la credibilidad ya que la información obtenida de participantes de la empresa Eddez Maat S.A.C., y expertos en el tema fue lo más confiable y creíble, teniendo relación con lo obtenido y la realidad expuesta por los participantes. Confirmabilidad por ser un estudio objetivo con información que podrá ser estudiada desde otros ámbitos académicos similares o iguales; además se garantizó la veracidad de la información al aplicar instrumentos confiables y validados que responde a los objetivos establecidos. Consistencia lógica por cuanto la información recabada en la población fue analizada por métodos cualitativos que mantuvieron interpretaciones congruentes, y aplicabilidad al poder la información ser transferida a otros contextos (Contreras et al., 2020).

3.8. Métodos de análisis de datos

Se utilizó como método de análisis cualitativos la transcripción de la información, que constó en registrar o traspasar la información de las entrevistas al personal y expertos en el tema al software ATLAS T.I., para poder analizarlos e interpretarlos (Piza et al., 2019). Asimismo, se hizo uso de la técnica de triangulación de información, según Hernández y Mendoza (2018) esta consiste en relacionar y complementar la información provenientes de la revisión documentaria de artículos, entrevistas al personal de la empresa Eddez Maat S.A.C., y de expertos en el tema. Estas informaciones permitieron poseer una mayor amplitud y profundidad que sirvió para cumplir con responder cada uno de los objetivos planteados (Hernández y Mendoza, 2018).

3.9. Aspectos éticos

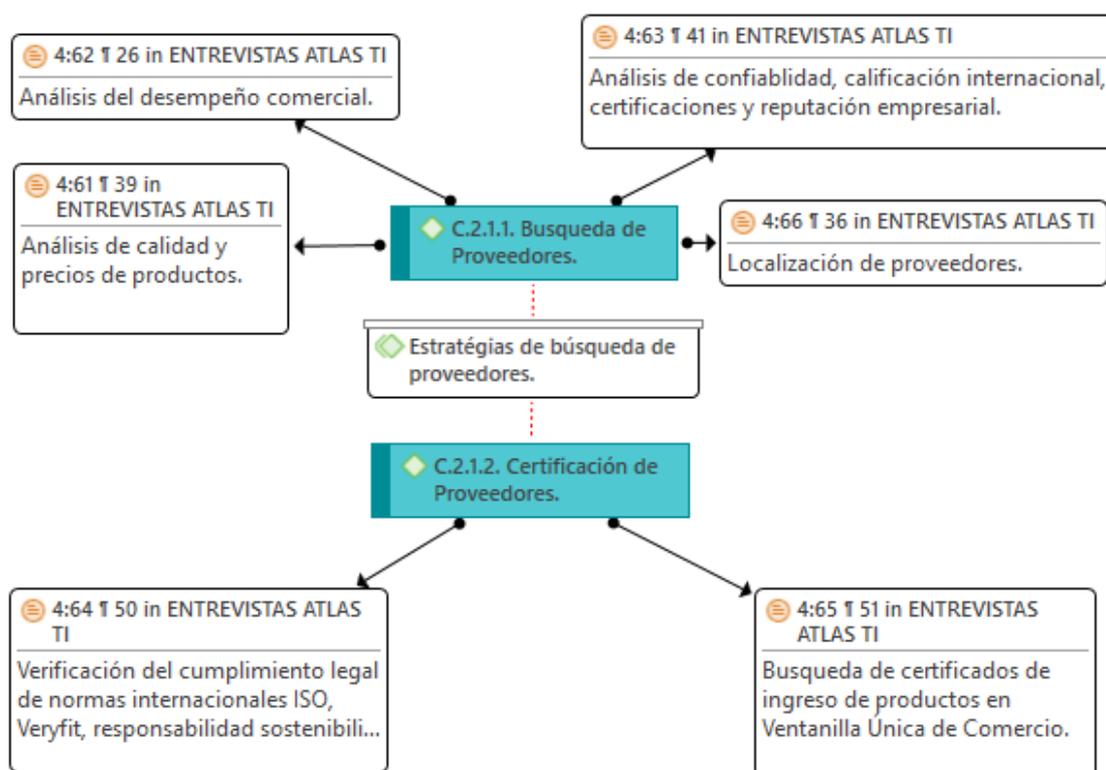
El informe tuvo consistencia ética, ya que los documentos analizados mantuvieron interpretaciones congruentes aportando un enfoque humanístico y ético; a través del consentimiento informado permitió que los participantes dieran autorización para ser sometidos a la entrevista, además fueron tratados en todo momento con respeto en beneficio de ellos, lo que implicó el fin del estudio esté de acuerdo con sus valores y principios sin generar daño moral. La confidencialidad, se refirió a salvaguardar la identidad de los participantes a través del anonimato, con respeto para no generar algún perjuicio. Del mismo modo se guardó estricta confidencialidad con la información que revelaron a través de entrevistas. Por su parte el manejo de riesgos comprometió a los investigadores a velar por las obligaciones y responsabilidades de los participantes durante el proceso. El estudio contó con datos y resultados reales que mantuvieron originalidad para salvaguardar la producción académica, para ello se utilizó el software Turnitin como política establecida por la universidad (Contreras et al., 2020).

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A partir del diseño de investigación se determinaron las categorías, sub categorías y criterios que se establecieron en función de la información obtenida de investigaciones y artículos de revistas indexadas enfocadas en el objetivo: determinar las estrategias logísticas para facilitar la importación de sprayers desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C., Provincia de Chiclayo, 2022. Los resultados se presentaron en base a los objetivos específicos.

Estrategias de búsqueda de proveedores para la importación de sprayers

Figura 2. Estrategias de búsqueda de proveedores



Nota: la figura presenta principales estrategias de búsqueda de proveedores para la importación de Sprayers desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C. Fuente: Entrevista a expertos en Comercio Exterior.

La subcategoría estrategias de búsqueda de proveedores en la importación de sprayers presentó como criterios la búsqueda de proveedores y la certificación de proveedores. Para el criterio identificación de proveedores los expertos en Comercio Exterior recomendaron utilizar como estrategias:

- **Localización de proveedores:** considerado como la estrategia más

importante dentro de comercio internacional permite conocer el lugar del proveedor para prever los costos de transporte y el tiempo de cumplimiento en la entrega.

- **Análisis de calidad y precio:** es una estrategia que permitirá seleccionar al proveedor de acuerdo al tipo de producto que se necesita importar. A través del análisis se puede constatar toda la información relacionada al producto y calificaciones por medio de la web empresarial que indague, de esta manera se pueden tener confiabilidad y reducir el riesgo de estafa que se presentan en la actualidad. Por otra parte permite analizar de acuerdo a las posibilidades del importador conocer el precio, los costos y tarifas que incurre la empresa.
- **Análisis de desempeño comercial:** lo que se logra a través de esta estrategia es determinar el cumplimiento y buen comportamiento que tienen las empresas que exportan equipos, es así como se puede tener certeza de la responsabilidad comercial y nivel de cumplimiento de un proveedor.
- **Análisis de confiabilidad:** este tipo de estrategia permite conocer además de información comercial del proveedor, las certificaciones internacionales que ha adquirido y que son importantes para la empresa como para el ingreso de productos a distintas partes del mundo. Asimismo, se pueden conocer a través del análisis con que puertos y operadores logísticos trabajan, para ellos es importante hacer uso de la información publicada en portales institucionales ya que cuentan con secciones acerca del historial y calificación de operaciones.

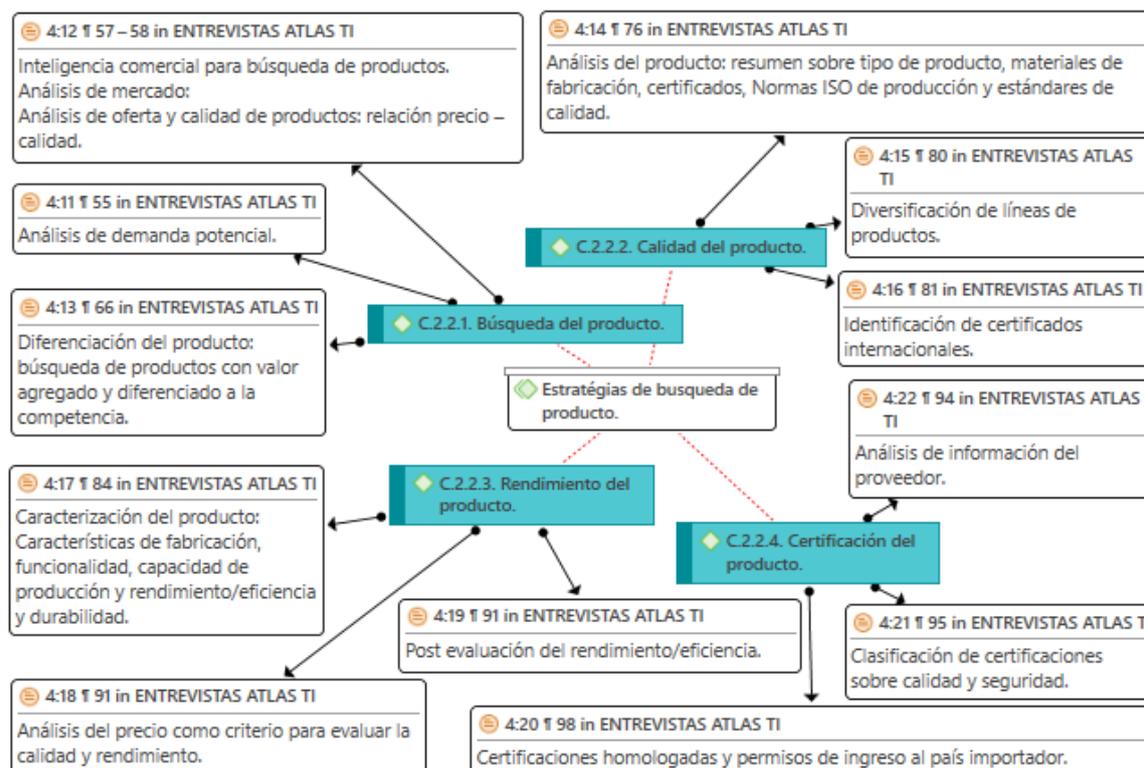
Para el criterio certificación de proveedores se recomendaron como estrategias:

- **Verificación Normas Internacionales y Certificaciones:** a través de esta estrategia se pueden conocer y verificar las acreditaciones con las que cuenta la empresa. Un portal que permite comprobar las certificaciones es GLOBAL G.A.P ya que está asociado a una lista de Organismos Acreditados. Así como GLOBAL existen diferentes portales que permiten comprobar los estándares que presenta cada empresa. Se debe verificar el cumplimiento legal de las normas internacionales ISO, Verifyfit, responsabilidad sostenibilidad corporativa y certificaciones ambientales.

- **Búsqueda en la Ventanilla Única de Comercio (VUC):** por medio de esta estrategia se puede intercambiar información requerida para el ingreso, la salida o el tránsito de las mercancías y de los medios de transporte desde o hacia el territorio nacional. Esta ventanilla permite a los usuarios gestionar la documentación e información respecto a los procedimientos y servicios relacionados al comercio exterior. A través del portal del sistema integrado administrado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, se puede tener conocimiento también de permisos y certificaciones que pide el estado para ingresar productos.

Estrategias de búsqueda de producto para la importación de sprayers

Figura 3. Estrategias de búsqueda de producto.



Nota: la figura presenta principales estrategias de búsqueda de proveedores para la importación de Sprayers desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C. Fuente: Entrevista a expertos en Comercio Exterior.

Por medio de entrevistas se identificaron estrategias para la búsqueda de productos en el proceso de importación, de acuerdo a los criterios establecidos por subcategoría.

Para la búsqueda e identificación de producto se recomendaron como estrategias:

- **Análisis de la demanda potencial:** es importante ya que permite conocer que es lo que requiere nuestro nicho de mercado, determinando que tipo de producto y con qué especificaciones técnicas se debe importar.
- **Uso de Inteligencia comercial:** se analizaran las tendencias y los clientes para una mejor segmentación del mercado y selección del producto. Mediante esta estrategia se debe incluir los sistemas BI o inteligencia de negocios para mejorar las decisiones a la hora de seleccionar la calidad del producto, informarse del operador logístico y los costos de envío.

Para determinar la calidad de producto se debe aplicar como estrategias:

- **Análisis de líneas de producto:** como estrategia permite obtener un resumen detallado sobre tipo de producto, materiales de fabricación, modelo, certificado marca. En algunos casos se solicitan muestras para conocer la funcionalidad del producto. La identificación debe evaluar además los estándares de calidad, las categorías de producto de mediana o alta calidad, diseño, ergonomía, en función de lo que requiere el mercado. A través de la estrategia se logrará conocer cuáles son los criterios del proceso de producción de la empresa para elaborar un producto.
- **Identificación de certificaciones:** la determinar la calidad del producto es importante ya que permite conocer las normas tanto de la empresa como del producto para conocer si cumple con los estándares, que se siguen en el proceso de elaboración, producción y calidad del producto las cuales generan mayor confianza al importador.

Para evaluar la certificación de producto se propusieron como estrategias:

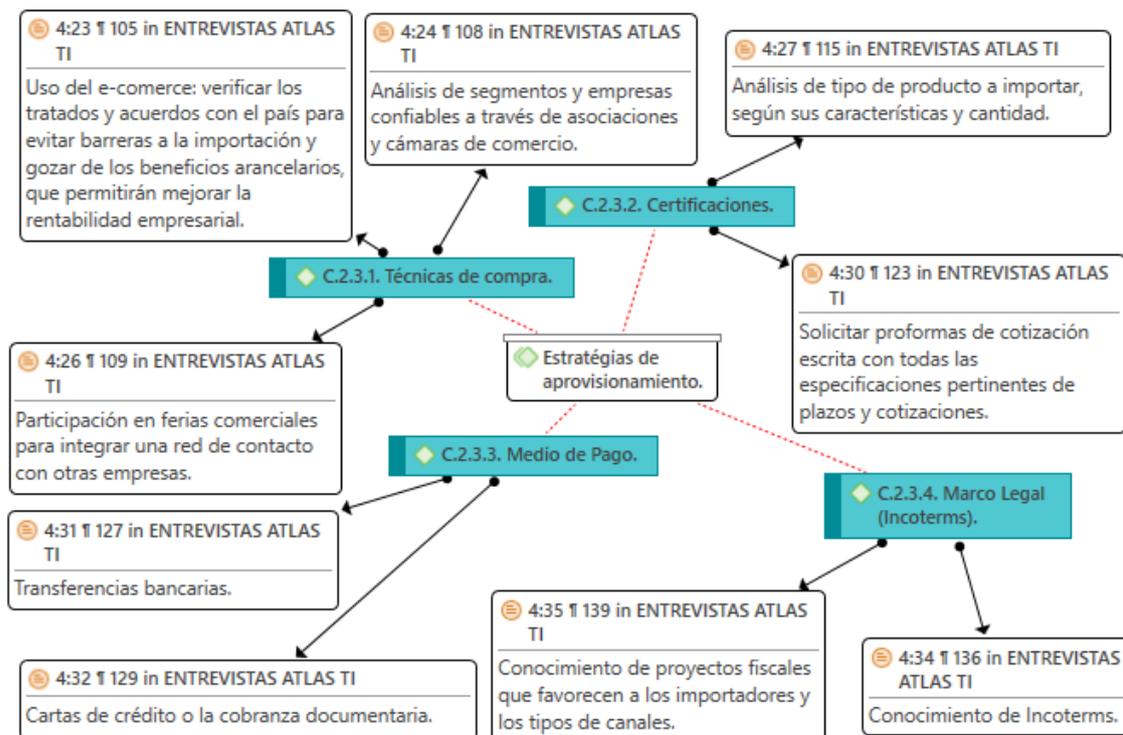
- **Verificación de certificaciones para ingreso al país importador:** esta estrategia es muy importante porque te ofrecen el respaldo con respecto al producto, para su conocimiento se debe conocer el tipo de certificación que se ofrecen y pide ADUANAS.

Para conocer el rendimiento del producto se deben aplicar como estrategias:

- **Identificación de la caracterización del producto**, por medio de esta estrategia se debe conocer las características del producto de fabricación, funcionalidad, capacidad de producción y rendimiento/eficiencia y durabilidad o el uso máximo que se le puede dar. Es importante que estas características estén alineadas al sector y demanda que se quiere llegar a cubrir de acuerdo a las necesidades del mercado.
- **Análisis del precio - rendimiento**: la clave es importar un producto de gama media y no de precio elevado o bajo para evitar los sobre precios o también un producto de mala calidad.
- **Post evaluación del rendimiento/eficiencia**: es una estrategia de diferenciación que muestra el compromiso de la empresa por sus clientes para conocer si el producto ha cumplido con sus expectativas y la demanda ha sido satisfecha.

Estrategias de aprovisionamiento para la importación de Sprayers

Figura 4. Estrategias de aprovisionamiento



Nota: la figura presenta principales estrategias de aprovisionamiento para la importación de Sprayers desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C. Fuente: Entrevista a expertos en Comercio Exterior.

En la subcategoría estrategias de aprovisionamiento se establecieron estrategias relacionadas a la compra de productos de acuerdo a los criterios:

Para las realizar las técnicas de compra se propuso como estrategias:

- **Uso del E-commerce:** es una estrategia que permite ubicar el país importador, así como verificar los tratados y acuerdos con el país para evitar barreras a la importación y gozar de los beneficios arancelarios, que permitirán mejorar la rentabilidad empresarial.
- **Análisis de segmentación:** ofrece conocer antes de realizar una compra electrónica conocer la confiabilidad de la empresa. La información de importadores también se puede conocer por medio de asociaciones y cámaras de comercio. Otra técnica es la búsqueda o filtros de web para conocer la fiabilidad de empresas.

Para las certificaciones de cotizaciones se propusieron como estrategias:

- **Análisis de tipo de producto y certificaciones:** al conocer el tipo de producto es importante reconocer las diversas certificaciones que poseen la empresa y el producto. Se debe también conocer las certificaciones que pide el estado peruano de acuerdo a tipo de producto que ingresa en sitios web de entidades aduaneras como la VENTANILLA ÚNICA DE COMERCIO EXTERIOR, la cual es de fácil acceso con RUC y su respuesta inmediata dentro de los días hábiles a la consulta, y estas deben ser consultadas con el proveedor si las tiene y en él, caso de no tenerlas si se pueden adoptar.
- **Verificación de plataformas de cotización:** la cotización va de la mano con el tipo de producto requerido y la empresa para tener un contacto directo y formal para una comunicación directa entre agentes para conocer los términos de compra y requerimientos. Dentro de la cotización se determinarán los riesgos y costos que asumen comprador y vendedor, algunos de estos son Ex words y Free Carrier. Sin embargo, en el mercado Chino no se maneja esta terminología internacional y no saben qué significado tiene un Incoterm, lo que muchas veces al presentar la documentación olvidan incluir por ejemplo el flete.

Dentro de Marco Legal se consideraron como estrategias:

- **Especialización de Incoterms:** permitirá al importador conocer toda terminología en una compra internacional estas pueden realizarse en precio FOB, CIF, CFR, FAS, así como responsabilidades y obligaciones. No se debe cotizar con una sola empresa, se debe realizar una cotización diversificada.
- **Conocimiento en proyectos fiscales:** permitirá que se determine en qué casos existen beneficios aduaneros o exoneraciones por importación.

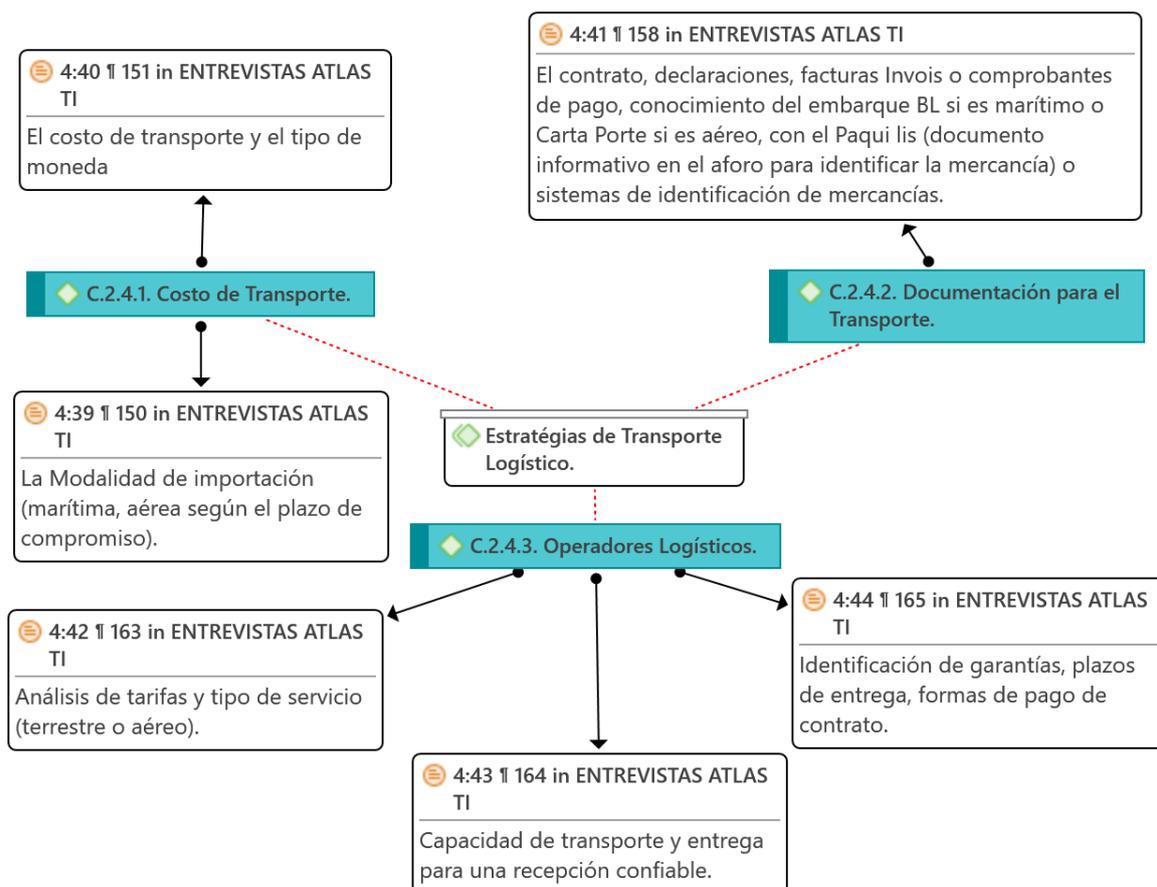
En los medios de pago se consideraron como estrategias:

- **Negociaciones bancarias:** permite pactar acuerdos de compraventa internacional estableciendo el medio y parámetros de pago. Es importante el pago contra documentos en el que se da un % y lo restante se paga cuando el operador de aduana tenga todos los certificados y documentación para

nacionalizar el producto, ya que estos se envían cuando la mercadería ya salió. Algunos medios bancarios que se utilizan son en el Banco de Crédito del Perú (Telecrédito), Scotiabank (Telebanking), BBVA (Continet) estos ayudan a realizar la transferencia de banco nacional a internacional mediante el código Swift del proveedor y no a cualquier persona.

Estrategias de transporte logístico para la importación de sprayers

Figura 5. Estrategias de transporte logístico



Nota: la figura presenta principales estrategias de transporte logístico para la importación de Sprayers desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C. Fuente: Entrevista a expertos en Comercio Exterior.

Para la subcategoría estrategias de transporte logístico se establecieron las siguientes estrategias en función a los siguientes criterios:

Para el costo de transporte se propusieron como estrategias:

- **Análisis logístico:** determina la modalidad de importación ya sea marítima, aérea según el plazo de compromiso. Tener en cuenta si la importación es de un contenedor o carga consolidada lo que influye en el flete. China ha

demostrado tener la mejor logística internacional por ello es muy beneficioso importar desde ese país. Se debe tener en cuenta las reservas de producto para evitar las reservas de la indisposición logística. El costo de transporte está sujeto a distintas variables como la distribución de más productos o la especialización. El costo de transporte varía de acuerdo al medio de transporte ya sea marítimo o aéreo de acuerdo a su nivel de gestión, presencia internacional, seguridad de entrega, condiciones de embalaje.

Dentro de la documentación para el transporte se propuso como estrategia:

- **Especialización en contratos e Incoterms:** a través de esta estrategia se conocerán el procedimiento y que documentos debe tener en una importación. Se debe reconocer la factura (precio, Incoterm, cantidades), con el conocimiento del embarque BL si es marítimo o Carta Porte si es aéreo, con el Paqui lis (documento informativo en el aforo para identificar la mercancía) o sistemas de identificación de mercancías. Para el caso de las mercancías con restricciones es importante el permiso para poder retirarlo.

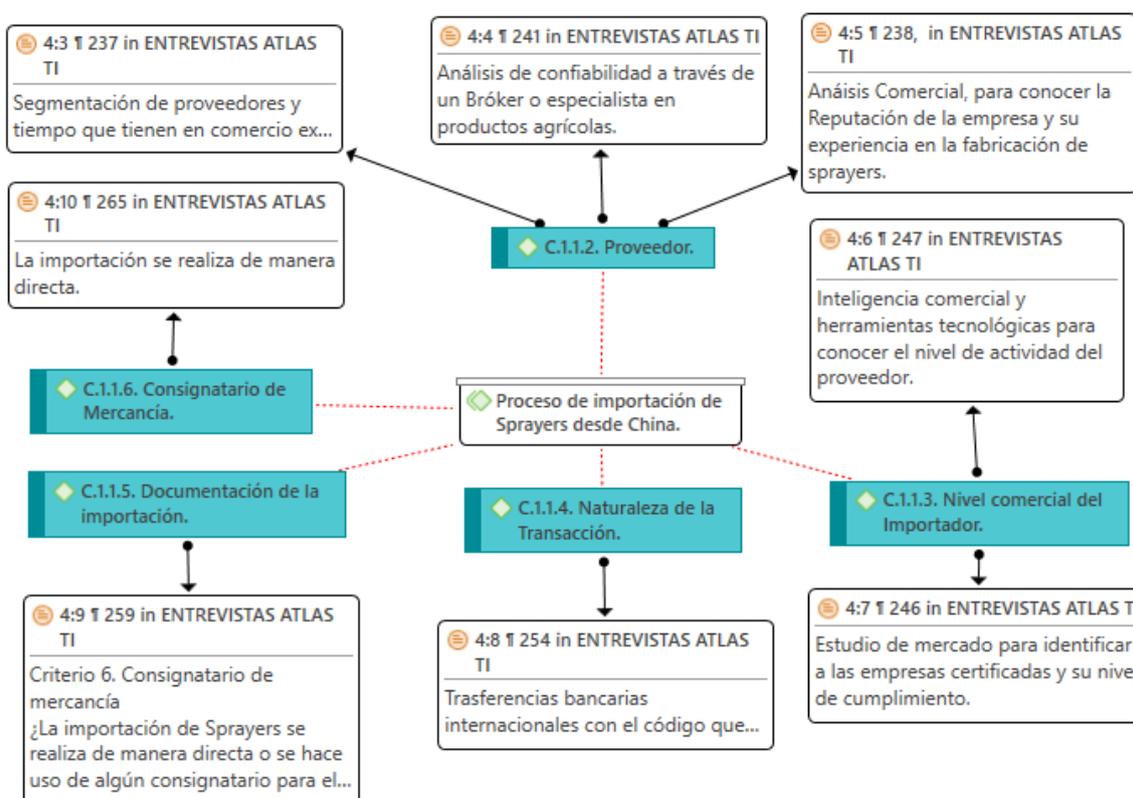
Para la selección de operadores logísticos se propusieron como estrategias:

- **Análisis de tarifas y tipo de servicio,** por medio de esta estrategia se determinarán los agentes de carga o transportistas. En otros casos si se tienen los recursos para pagarlo se debe analizar tarifas y tipo de servicio (terrestre o aéreo). Aquí se determina el costo del agente de carga y aduanas ya que cobran tarifas adicionales por ser agentes privados. Se debe investigar los permisos que cuenta cada uno de ellos.
- **Capacidad de transporte,** los operadores logísticos son varios y abarca el transporte internacional y nacional. Para ello se debe tener una establecer una cadena logística con precaución para evitar sobre costos. Es necesario en otros caso se cuente con un agente aduanero para comparar su cotización ya que ellos trabajan con algunos operadores.
- **Negociación de contratos y acuerdos,** por medio se logrará contactar al proveedor y verificar que operador trabaja en el punto de desembarque, además de conocer su Capacidad de transporte y entrega para una recepción confiable.

Diagnóstico de la situación actual del proceso de importación de sprayers desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C.

Los resultados obtenidos en el diagnóstico de proceso de importación de sprayers estuvieron enfocados en los siguientes criterios: proveedor, nivel comercial del importador, naturaleza de transacción, documentación de importación, consignatario de mercancía y Matriz DAFO.

Figura 6. Proceso de importación de sprayers desde China para la empresa Eddez Maat S.A.C.



Nota: la figura presenta los procesos seguidos durante la importación de Sprayers desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C. Fuente: Entrevista a personal administrativo y trabajadores del área logística en la empresa Eddez Maat S.A.C.

A través del criterio proceso de importación de Sprayers se identificó como criterios la selección de proveedor, el nivel comercial del importador, la naturaleza de transacción, la documentación y el consignatario de la mercancía.

El diagnóstico empresarial permitió además conocer cómo se llevan a cabo los siguientes procesos y que estrategias se utilizan en base a la inteligencia comercial.

Selección de proveedores: para este criterio utilizaron como estrategia la segmentación de proveedores en función de dos criterios el tiempo de producción y los años de experiencia importando estos productos, para ello utilizaron filtros en páginas oficiales y contacto directo para obtener información de proveedores. Se utilizó además como estrategia el análisis de confiabilidad, realizada por un Bróker o especialista en importación de productos y equipos agrícolas. A su vez se hizo uso del análisis comercial para conocer la experiencia de proveedor en producción de Sprayers así como su calificación a nivel de cumplimiento.

Nivel comercial del importador, el primer paso que se realizó es el estudio de mercado el cual ha permitido identificar el tipo de proveedor e información necesaria sobre niveles de venta y calificación empresarial respecto a producción y venta de productos. Asimismo, hicieron uso de la inteligencia comercial para conocer cuál es el nivel actividad importadora a través de herramientas tecnológicas las cuales facilitaron información del nivel comercial.

Naturaleza de transacción, el comercio electrónico actualmente ha permitido a la empresa realizar operaciones en línea, para ello los pagos se realizan por medio de transferencias bancarias internacionales con el código que brinda la empresa proveedora. La empresa realiza las operaciones a través de Banco de Crédito del Perú y estas se han pactado en una ocasión por fases o periodos de pago ser 30% en producción, 40% en empaque y 30% en entrega.

Documentación, la documentación en el proceso de importación ha sido tramitada en momento por personal del área administrativa o logística, los cuales son los responsables de los términos y condiciones para que la operación se realice sin contratiempos ni interrupciones.

Consignatario de la mercancía, respecto a este criterio la empresa por medio del personal ha sido la encargada de llevar a cabo el proceso de importación desde la identificación del proveedor hasta la distribución a los clientes en diferentes puntos de la región Lambayeque.

Diagnóstico de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades, en la empresa Eddez Maat S.A.C.

Al realizar el diagnóstico de la situación problemática se conoció a fondo el estado actual de la empresa Eddez Maat S.A.C. y proceso de importación desde China. A partir de la elaboración de la Matriz DAFO, se identificaron como debilidades el desconocimiento por parte del personal en procedimientos de importación, una de las principales causas se debe al tiempo de la empresa en negociaciones internacionales y a la falta de capacitación de personas en operaciones de comercio exterior. Desconocer algunos procedimientos sobre todo al momento de gestionar la entrega del producto a ocasionado demoras en el transporte, lo que propició incumplimiento de entregas, mayores costos e incomodidad por parte de los clientes. Muchas veces no importar de manera directa a través de un operador logístico generó se importen productos en lotes compartidos, los cuales por su naturaleza de transacción presentaron retrasos en tiempos de llegada. La baja actividad agraria en los últimos meses ocasionó baja participación en la venta productos agrícolas y por ende participación en el mercado. Finalmente la empresa aún no cuenta con un portal web que permite presentarse al mercado y presentar sus productos, lo que es necesario para que gradualmente gane participación.

Dentro de las amenazas que presentó la empresa Eddez Maat S.A.C., en el proceso de importación desde China, la competencia es un elemento importante ya que en el mercado nacional y regional existen empresas con muchos años de experiencia las cuales están consolidadas en el sector. Por otra parte, la incursión de productos sustitutos como aerosoles o rociadores manuales es la actual competencia de Sprayers. Otra de las amenazas es la inestabilidad política que azota al país ocasionó repercusiones en la volatilidad del tipo de cambio afectó las negociaciones y los costos de empresa lo que encarece los costos de Sprayers y de transporte. A su vez, el incumplimiento del gobierno en la adquisición de fertilizantes ocasionó se suspendan las cosechas lo que afecta la demanda de Sprayers. Los desastres naturales y el cambio climático, aunque no se produjeron en este año, son un factor importante por dos razones: afectan la producción agrícola y también pueden retrasar el tránsito de mercancías.

Eddez Maat S.A.C., al ser una empresa nueva con crecimiento en el mercado

presentó como fortalezas la diferenciación de la competencia a través de un producto innovador a bajo costo, a comparación de la competencia los equipos que se ofrecen poseen motores eléctricos, lo que eleva la calidad del producto, asimismo, cuentan con certificaciones que avalan su calidad lo que da respaldo a que los clientes se sientan seguros de adquirir un producto a su medida ergonómico que cumpla con todas las características que solicitan. Esta aceptación día a día ha ofrecido mayor aceptación de los clientes, lo que visiona a la empresa a ser líder en importaciones de equipos agrícolas en la región Lambayeque.

Se determinó como oportunidades gracias a la globalización el E-Commerce (comercio electrónico), también conocido como la compra y venta de productos en línea permitió a la empresa poder buscar proveedores desde cualquier parte del mundo que ofrecen diversidad de productos a diferentes precios lo que beneficia la rentabilidad de la empresa. Ante ello encontraron en el mercado chino una oportunidad para importar debido a la diversidad de proveedores, las garantías y certificaciones y el bajo costo de equipos. Otra de oportunidad fue las nuevas tecnologías en equipos que ofrece el mercado, donde los antiguos Sprayers manuales han pasado a ser reemplazados por equipos con motores eléctricos o baterías recargables que elevan la calidad del producto, lo que permite sean más atractivos y disminuyan el esfuerzo y trabajo en el campo. Otra oportunidad ha sido la demanda por parte de agricultores a nivel regional, debido a que es muy utilizado como pulverizador de sustancias en las cosechas. Otra oportunidad fue las diversas asistencias a ferias regionales sobre Comercio Exterior realizadas por la Cámara de Comercio de Lambayeque.

Tabla 2 Matriz DAFO

	INTERNO	EXTERNO
NEGATIVO	DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none"> Desconocimiento del personal en procedimientos de importación. Demoras en el transporte e incumplimiento de entregas. Importación en lotes compartidos y retrasos en tiempos de llegada. No contar con página Web. Poca participación en el mercado de productos agrícolas. 	AMENAZAS <ul style="list-style-type: none"> Competencia. Productos sustitutos. Inestabilidad política y la volatilidad del tipo de cambio. Desastres naturales que afectan la producción agrícola. Cambio climático.
	FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none"> Diferenciación frente a la competencia con productos innovadores. Productos con mayor tecnología. Precio competitivo y un equipo de calidad. Participación en ferias regionales sobre Comercio Exterior. 	OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none"> E-commerce Diversidad de proveedores en el mercado chino. Nuevas tecnologías que ofrece el mercado. Mayor demanda de sprayers por parte de agricultores. Diversidad de productos (calidad - precio)

Nota: la figura muestra el análisis de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades para la empresa Eddez Maat S.A.C.

Objetivo específico 6: Tendencia del producto a importar desde China

Esta subcategoría evaluó como criterios a los principales proveedores y la evolución de importaciones por parte de la empresa.

Los principales proveedores de la empresa son contactados a través de Alibaba, consorcio privado chino que posee 18 subsidiarias con sede en Hangzhou dedicado al comercio electrónico en Internet. El principal proveedor de Sprayers es Shixia Holding CO., LTD., consorcio especializado con 27 años de experiencia en importación de Sprayers y equipos para la agricultura, el cual cuenta con certificaciones de gestión y de producto, además de personal calificado en Innovación y Desarrollo (I+D). Otro de los factores para su elección fue la rápida respuesta y envío de muestra para comprobar características, calidad, rendimiento y eficiencia del producto, lo que se puede constatar en <https://chinaseesa.en.alibaba.com/index.html?spm=a2700.icbuShop.88.16.6572d58pd58pCs>

Tabla 3 *Volumen de importación de Sprayers por la empresa*

Mes/volumen - precio	10 – Enero 2022	02-junio 2022
Cantidad (Unidades)	100	50
Costo (Unitario – FOB)	2 470	1 249
Flete US\$	1 211.943	272.144
Seguro US\$	12.87	12.363
Valor Aduana (US\$)	3 649.73**	1 533.507**
Tipo de cambio*	3.858	3.883
Costo total (Moneda nacional)	14 080.65834	5 954.607

Nota: la tabla 1 se muestra el volumen total de importación de Sprayers por la empresa *Eddez Maat S.A.C.*, durante los meses enero y junio, 2022.

* El costo por unidad importada está en función del tipo de cambio promedio de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.

** Los costos de importación no incluyen los fletes por transporte local.

Fuente: SUNAT, INFOTRADE (2022).

En la tabla 2 se muestra el volumen de importación por la Sprayers a través de comercio electrónico por medio de Alibaba, se apreció que a comparación del primer mes de haber iniciado negociaciones la empresa para junio 2022 redujo el volumen importado, este escenario se produjo por los siguientes factores: Las tensiones políticas e inestabilidad del tipo de cambio, afectó en primer lugar el precio del equipo y elevando los costos de transporte logístico tanto por vía aérea y marítima. Como segundo factor se encontró la baja demanda de Sprayers, por problemas de producción agrícola, debido a la escasez de Urea para los cultivos. A pesar que el gobierno había ampliado los plazos para adquirir fertilizantes en mercado internacional y garantizar su entrega a nivel nacional esta no se dio ya que su importación según autoridades no se concretó por diferentes condiciones en los contratos con el proveedor, ante ello la Contraloría General de la República mencionó la cancelación de contratos de compra e importación se debieron a irregularidades y al desconocimiento del personal para concretar el proceso de compra e importación.

V. CONCLUSIONES

A partir de los resultados obtenidos en las entrevistas en base a las categorías, sub categorías y criterios se concluyó:

1. Como estrategias de búsqueda de proveedores en la importación de sprayers se propusieron la localización de proveedores, el análisis de calidad y precio de productos, el análisis de desempeño comercial, el análisis de confiabilidad, la verificación del cumplimiento legal de normas internacionales y certificaciones, la búsqueda de certificados para productos a través de la Ventanilla Única de Comercio.
2. Como estrategias de búsqueda de producto en la importación de sprayers se propusieron el análisis de la demanda potencial, uso de la inteligencia comercial, el análisis del producto y diversificación de líneas de producto, la identificación de certificaciones, la verificación los tipos de certificaciones e identificación de certificaciones para ingreso al país importador, la identificación de la caracterización del producto, el análisis del precio como criterio de rendimiento, y la Post evaluación del rendimiento/eficiencia.
3. Como estrategias de aprovisionamiento en la importación de sprayers se propusieron el uso del E-commerce, el análisis de segmentación, el análisis del tipo de producto a importar y certificaciones, el análisis de plataformas de cotización, el conocimiento de Incoterms, el conocimiento en proyectos fiscales, estrategias de contratación con entidades bancarias.
4. Como estrategias transporte logístico en la importación de sprayers se propusieron como estrategias el análisis del tipo de transporte, el costo y cotización, el conocimiento en contratos e Incoterms, el análisis de tarifas y tipo de servicio, análisis de capacidad de transporte, conocimiento de pactos de contratos y garantías.
5. La empresa presentó el siguiente diagnóstico dentro del proceso de importación de Sprayers, a través de la matriz DAFO se identificaron como debilidades el desconocimiento del personal en procedimientos de importación, demoras en el transporte e incumplimiento de entregas, importación en lotes compartidos y retrasos en tiempos de llegada, no tener página Web, poca participación en el mercado de productos agrícolas. Las

principales amenazas fueron la competencia, productos sustitutos, inestabilidad política, inestabilidad cambiaria y desastres naturales. Sus fortalezas fueron la diferenciación a través de un producto innovador con precio competitivo y tecnología. Las oportunidades con las que cuenta la empresa fueron el comercio electrónico, la diversidad de proveedores, las nuevas tecnologías y el aumento de la demanda.

6. La empresa presentó como principal proveedor a la empresa Shixia Holding CO., LTD. Las tendencias de importación de la empresa estuvieron influenciadas por las tensiones políticas e inestabilidad del tipo de cambio, que afectó en primer lugar el precio del equipo y elevando los costos de transporte logístico tanto por vía aérea y marítima.

VI. RECOMENDACIONES

En base a los resultados obtenidos y las conclusiones establecidas se recomendó:

1. Se debe utilizar la inteligencia comercial para la búsqueda de proveedores como la localización ya que es importante determinar desde qué punto y a quienes se va a importar. Es importante además contratar a un bróker en importación para tener información específica y mayor confiabilidad de la empresa. Asimismo, es importante generar una relación comercial duradera con proveedores para poder realizar operaciones sin riesgos.
2. Se recomienda diversificar la línea de productos importados con otros equipos agrícolas que tengan mayor margen de ganancia y no especificarse sólo en uno. Se recomienda analizar en toda importación la relación precio – calidad – rendimiento, ya que estos factores son importantes para cubrir las necesidades del mercado.
3. Se recomienda utilizar E-commerce ya que permite ubicar el país importador, así como verificar los tratados y acuerdos con el país para evitar barreras a la importación y gozar de los beneficios arancelarios, que permitirán mejorar la rentabilidad empresarial. También se debe tener un área especializada en contratos de importación para cumplir con la documentación y no tener dificultad al momento de retirar los productos. Se deben solicitar plataformas de cotización productos lo que ayudará a gestionar los costos de la empresa.
4. Se deben utilizar plataformas de cotización de transporte como Maersk Line para facilitar el traslado de mercadería, a su vez es importante aplicar análisis de transporte logístico ya que este determinará las tarifas y tipo de servicio, así como la capacidad de transporte. A su vez, establecer relación con operadores logísticos para realizar un análisis de costos permitirá determinar cuál es el más beneficioso para la empresa.
5. Realizar se manera constante un diagnóstico de la empresa, acompañado de otros análisis como análisis BCG y de Matriz EFI y EFE para conocer cómo evoluciona la gestión de importación dentro de la empresa. Se debe capacitar al personal en temas logísticos para que desempeñen una labor eficiente y la empresa no incurra en sobre costos por fallas en los procesos.

6. Para mejorar las tendencias de importación de sprayers se debe mitigar los riesgos de tipo de cambio a través de la utilización de instrumentos financieros con tipo de cambio fijo a futuro. Para importación de otros productos se debe utilizar el leasing de importación para tener mayor seguridad de los bienes y no correr riesgos.

REFERENCIAS

- Agencia Agraria de Noticias (AGRARIA). (2022). *Importación peruana de tractores y maquinaria agrícola creció 40% en 2021*. Agraria.pe Agencia Agraria de Noticias. <https://www.agraria.pe/noticias/importacion-peruana-de-tractores-y-maquinaria-agricola-creci-26995>
- Aguilar, G., Cali, C., & Oleas, C. (2021). Análisis del transporte y proceso logístico caso "Importadora Allauca" Chile –Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 6(8), 527. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2954>
- Agurto, L. (2021). Plan de importación de caldera de vapor para mejorar el proceso productivo de postes de concreto en tpch. *Horizonte empresarial*, 8(2), 564-575. <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/2010>
- Alemán, L., Padilla, D., & Cuevas, C. (2019). Diagnóstico del proceso logístico para la toma de decisiones en empresas de biotecnología. *Retos de la Dirección*, 13(2), 182-202. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552019000200182
- Ayala, L. (2017). Manual de compras internacionales para mercancía de importación de la empresa Fábrica de Implementos Mineros, S.C. de R.L. de C.V. | Memorias del Concurso Lasallista de Investigación, Desarrollo e innovación. *Rev. Ciencias Sociales, Administrativas y Derecho*, 3(1), 69-73. <https://revistasinvestigacion.lasalle.mx/index.php/mclidi/article/view/989>
- Balza, V., & Cardona, D. (2020). La relación entre logística, cadena de suministro y competitividad: Una revisión de literatura. *Revista Espacios*, 41(19), 18. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n19/20411913.html>
- Barbosa, E., Gómez, D., & Téllez, C. (2021). Logística e internacionalización de las empresas antes y durante la pandemia del Covid-19. Breve revisión de literatura especializada. *Ciencia, Economía y Negocios*, 5(1), Art. 1. <https://doi.org/10.22206/ceyn.2021.v5i1.pp71-96>
- Calderón, E. (2019). Los Incoterms a través de la Autonomía Conflictual. *Derecho global. Estudios sobre derecho y justicia*, 5(13), 87-114. <https://doi.org/10.32870/dgedj.v0i13.245>

- Calderón, M., Roark, G., Urrutia, S., Paravié, D., & Rohvein, C. (2017). Metodología para la clasificación y diagnóstico de cadenas de suministro. *Revista Ciencias Estratégicas*, 25(38), 279-298. redalyc.org/articulo.oa?id=151354939002
- Cano, D., Picó, M. J., Dimuro, G., Rodrigo. (2019). Los Objetivos de Desarrollo Sostenible como marco para la acción y la intervención social y ambiental. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17), 25-36. <https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.02>
- Cano, V., & Quero, M. (2018). Acuerdo UE-MERCOSUR: ¿posibles cambios de origen de las importaciones del Paraguay? *Ciencia, Economía y Negocios*, 2(1), Art. 1. <https://doi.org/10.22206/ceyn.2018.v2i1.pp11-36>
- Ceballos, D., & Ronquillo, F. (2022). Factores limitantes en la negociación internacional de productos farmacéuticos de las PYMES: Importadora JORUA CIA LTDA. *Revista Científica Ciencia y Tecnología*, 22(33), Art. 33. <https://doi.org/10.47189/rcct.v22i33.510>
- Chiluisa, M., Chaluisa, S., & Mancheno, M. (2020). Gestión de proveedores un ramal de conocimiento de la logística moderna. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*. ISSN: 2588-090X . *Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP)*, 5(5), 83-104. <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/186>
- Chirino, R., Urdaneta, G., & Mejías, M. (2020). E-logistic: Herramienta en la cadena de suministro para el manejo del comercio electrónico. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(3), Art. 3. <https://doi.org/10.35381/r.k.v5i3.915>
- ComexPerú. (2020). *Los costos logísticos de las empresas en el país son del 16% en promedio, pero un 21.1% para las microempresas*. Comex - Sociedad de Comercio Exterior Del Perú. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/los-costos-logisticos-de-las-empresas-en-el-pais-son-del-16-en-promedio-pero-un-211-para-las-microempresas>
- Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica. (2020). *Manual del Reglamento de Calificación, Clasificación y Registro de los Investigadores del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnolo.*

https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:22oNfd4mw0QJ:https://portal.concytec.gob.pe/images/noticias/Manual_del_Reglamento_RENACYT_1.pdf+&cd=11&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe

Contreras, A., Galindo, A., García, N., Villalpando, E., Godínez, M., & Regalado, L. A. (2020). Construction of the professional identity in the students of the degree in nursing. *CuidArte*, 8(15), 80-95. Construction of the professional identity in the students of the degree in nursing. *CuidArte*

Diario El Comercio. (2022). *Importación de maquinaria agrícola creció aproximadamente en un 40% durante el 2021*. El Comercio Perú. <https://elcomercio.pe/economia/importacion-de-maquinaria-agricola-crecio-aproximadamente-en-un-40-durante-el-2021-rmmn-noticia/>

Diario Gestión. (2022). CCL: Importaciones de maquinarias caerían hasta 15% este año. <https://gestion.pe/economia/ccl-importaciones-de-maquinarias-caerian-hasta-15-este-ano-rmmn-noticia/>

Flores, A. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), 102-122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>

Fontalvo, T., De la Hoz, E., & Mendoza, A. (2019). Los Procesos Logísticos y La Administración de la Cadena de Suministro. *Saber, Ciencia y Libertad*, 14(2), Art. 2. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2019v14n2.5880>

Freites, J. (2020, agosto 7). ¿Qué dificultades existen para importar máquinas agrícolas? *Maquinac*. <https://maquinac.com/2020/08/que-dificultades-existen-para-importar-maquinas-agricolas/>

Fuentes, D., Toscano, A., Malvaceda, E., Díaz, J., & Díaz, L. (2020). *Metodología de la investigación: Conceptos, herramientas y ejercicios prácticos en las ciencias administrativas y contables*. Universidad Pontificia Bolivariana.

Fuster, D. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Propósitos y Representaciones*, 7(1), 201-229. <https://doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>

Giesecke, M. (2020). Elaboración y pertinencia de la matriz de consistencia

cualitativa para las investigaciones en ciencias sociales. *Desde el Sur*, 12(2), 397-417. <https://doi.org/10.21142/DES-1202-2020-0023>

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. RUDICS. http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf

Hidalgo, R. (2018). Tendencias del comercio internacional de bienes, políticas comerciales y negociaciones multilaterales. *Economía y Desarrollo*, 159(1), 135-153. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Cuba/cieiu/20181015120511/comerciointernacional.pdf>

Izquierdo, L., & Rodriguez, J. (2021). *Plan de negocios para la importación de maquinaria trilladora de arroz de China marca World, para la empresa Molino Don Julio SAC Lambayeque-2018* [Tesis de pre grado, Universidad Señor de Sipán].

López, D., Melo, G., & Mendoza, D. (2021). Gestión logística en la industria salinera del departamento de La Guajira, Colombia. *Información tecnológica*, 32(1), 39-46. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642021000100039>

López, E., Fuentes, Y., Méndez, A., & Domínguez, R. (2019). Implementación del modelo de gestión estratégico para la mejora de la calidad en la cadena de suministros. *Revista de Desarrollo Económico*, 6(9), 18-23. <https://doi.org/10.35429/jed.2019.19.6.18.23>

Navarro, S. (2018). Importación de bienes de capital en el sector agrario tras el TLC entre Perú – Estados Unidos en el periodo 2007 – 2017. [Tesis de pre grado, Universidad César Vallejo].

Norman, E., & Mora, Á. (2017). Los modelos logísticos como herramientas para la construcción de la eficiencia empresarial. *Punto de Vista*, 8(12), 45-54. <https://doi.org/10.15765/pdv.v8i12.1141>

Nugent, M., Quispe, J., Llave, A., & Morales, J. (2019). Gestión de cadena de suministro: Una mirada desde la perspectiva teórica. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(88), 1136-1146. <https://www.redalyc.org/journal/290/29062051009/html/>

- Obregón, M. (2019). *Conocimientos de los procesos de importación y la competitividad de las Mype importadoras de autopartes de los distritos de Lima: Callao, San Miguel, San Martín de Porres y Los Olivos, 2018* [Tesis de pre grado, Universidad San Martín de Porres].
- Palomino, W. (2021). Plan de importación de papel supercalandrado desde Colombia para reducir costos de producción de útiles y papeles universal S.A.C. - Lima. *Horizonte Empresarial*, 8(2), Art. 2. <https://doi.org/10.26495/rce.v8i2.2014>
- Peñafiel, G., Acurio, J., Manosalvas, L., & Burbano, B. (2020). Formulación de estrategias para el desarrollo empresarial de la constructora Emanuel en el cantón La Maná. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 45-55. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2218-36202020000400045
- Pinheiro de Lima, O., Breval, S., Follmann, N., & Rodríguez, C. (2017). Una nueva definición de la logística interna y forma de evaluar la misma. *Ingeniare. Revista Chilena de Ingeniería*, 25(2), 264-276. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052017000200264>
- Pintado, M. (2019). Tips para una logística de importación exitosa. *Revista Digital de la Facultad de Ciencias Administrativas y RRHH*. <https://www.administracion.usmp.edu.pe/revista-digital/numero-3/tips-para-una-logistica-de-importacion-exitosa/>
- Piza, N., Amaiquema, F., & Beltrán, G. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas precisiones necesarias. *Conrado*, 15(70), 455-459. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1990-86442019000500455
- Quiala, L., Fernández, Y., Vallín, A., Lopes, I., Domínguez, F., & Rey, Y. (2018). Una nueva visión en la gestión de la logística de aprovisionamientos en la industria biotecnológica cubana. *Vaccimonitor*, 27(3), 93-101. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1025-028X2018000300003
- Restrepo, L., Estrada, S., & Ballesteros, P. (2020). Planeación Estratégica Logística

- Para Un Holding Empresarial. *Scientia Et Technica*, 16(44), 90-95.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84917316016>
- Romero, J. (2019). Los retos de la economía externa: Importaciones, exportaciones, inversión extranjera, tasa de interés, tipo de cambio. *Economía UNAM*, 16(46), 45-53. <https://doi.org/10.22201/fe.24488143e.2019.46.426>
- Santana, F. (2017). Diseño de la logística en la cadena de suministro agroalimentaria. *Ingenio y Conciencia*, 3(6).
<https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/7232/>
- Santana F. (2017). El desarrollo del comercio internacional del puerto de punta arenas (CHILE), 1905-1914. *Magallania (Punta Arenas)*, 45(1), 35-46.
<https://doi.org/10.4067/S0718-22442017000100035>
- Santome, B. (2019). Los sobrecostos logísticos en la importación de vehículos nuevos de Toyota 2013- 2017. *Quipukamayoc*, 27(55), Art. 55.
<https://doi.org/10.15381/quipu.v27i55.17058>
- Suárez, O., & Albarracín, S. (2021). Estudio de las Importaciones de Productos Naturales Vitamínicos A&E dentro del Mercado Ecuatoriano, Periodo 2013-2016. *Revista Científica Ciencia y Tecnología*, 21(29), Art. 29.
<https://doi.org/10.47189/rcct.v21i29.414>
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y Aduanas (SUNAT) (2022). <https://www.sunat.gob.pe/>
- Tejada, A., Blanco, M., & Guerra, S. (2019). Factores que impulsan las importaciones de las empresas de alimentos procesados, mejorando su competitividad. *Investigación administrativa*, 48(124), 0-0.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782019000200002
- Valencia, J. (2019). Metodología de diagnóstico logístico de almacenes y centros de distribución. *Realidad y Reflexión*, 49, 93-105.
<https://doi.org/10.5377/ryr.v49i49.8067>
- Zamora, A. (2018). International trade logistics of Pacific Region through a Network Data Envelopment Analysis. *Contaduría y Administración*, 63(4), 57.

<https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1359>

Zamora, A., & González, J. (2019). Factores clave de la cadena logística del comercio exterior de un puerto mexicano: Análisis a través de redes neuronales artificiales. *Contaduría y administración*, 64(2), 0-0. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1494>

Zamudio, O., & Izquierdo, A. (2020). Modelo de gestión de riesgo de la cadena de suministro como elemento diferenciador. *Review of Global Management*, 6(1), Art. 1. <https://doi.org/10.19083/rgm.v6i1.1487>

Zurita, J. (2021). Optimización del proceso de importación. *Revista Boliviana de Administración*, 3(1), Art. 1. <https://doi.org/10.33996/reba.v3i1.5>

ANEXOS

Anexo 1

Tabla de categorización apriorística

Tabla 1 *Matriz de categorización apriorística*

Ámbito temático	Problema general	Objetivo general	Categoría	Subcategoría	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4	Criterio 5	Criterio 6
Estrategias logísticas para la importación	¿Cuáles son las estrategias logísticas para facilitar la importación de sprayers desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C, Provincia de Chiclayo, 2022?	Determinar las estrategias logísticas para facilitar la importación de sprayers desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C, Provincia de Chiclayo 2022	Estrategias logísticas (Alemán et al., 2019)	Estrategias de búsqueda de proveedores de (Tejeda et al., 2019).	Búsqueda de proveedores	Certificación de proveedores				
				Estrategias de búsqueda de producto (Chiluisa et al., 2020)	Búsqueda del producto	Calidad del producto	Rendimiento del producto	Certificación del producto		
				Estrategias de aprovisionamiento (Valencia, 2019; Ayala, 2017).	Técnicas de compra	Cotizaciones	Medios de pago	Marco legal (Incoterms)		
				Estrategias de transporte logístico (Zurita, 2021; Aguilar et al., 2021)	Costo de transporte	Documentación para el transporte	Operadores logísticos			
			Importación de Sprayers (Romero, 2019).	Diagnóstico de la empresa importadora (Zamora y González, 2019).	Proveedor	Nivel comercial del importador	Naturaleza de transacción	Documentación de importación	Consignatario de mercancía	Matriz DAFO
				Tendencias del producto a importar (Hidalgo, 2018).	Principales proveedores	Volumen de importación por la empresa				

Anexo 2
Matriz de consistencia

Título: Estrategias logísticas para la importación de sprayers desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C., Provincia de Chiclayo, 2022					
Autor: Escalante Vasquez, Jhonathan Stip; Osorio Flores, Darlene Patricia					
Problemas	Objetivos	Categorías, subcategorías y criterios			
		Categoría 1: Estrategias logísticas			
<p>Problema general</p> <p>¿Cuáles son las estrategias logísticas para facilitar la importación de sprayers desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C., Provincia de Chiclayo, 2022?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿Cuál es el diagnóstico actual del proceso de importación de sprayers desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C.?</p> <p>¿Cuál es la tendencia de importación de sprayers desde China?</p> <p>¿Cuáles son las estrategias de búsqueda de proveedores utilizadas en la importación de sprayers?</p> <p>¿Cuáles son las estrategias de búsqueda de producto utilizadas en la importación de sprayers?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar las estrategias logísticas para facilitar la importación de sprayers desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C., Provincia de Chiclayo, 2022.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Diagnosticar el proceso de importación de sprayers desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C.</p> <p>Analizar la tendencia de importación de sprayers desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C.</p> <p>Identificar las estrategias de búsqueda de proveedores en la</p>	Estrategias de búsqueda de proveedores	Búsqueda de proveedores	1	4 expertos en comercio exterior.
			Certificación de proveedores	2	
		Estrategias de búsqueda de productos	Búsqueda del producto	3	
			Calidad del producto	4	
			Rendimiento del producto	5	
			Certificación del producto	6	
		Estrategias de aprovisionamiento	Técnicas de compra	7	
			Cotizaciones	8	
			Medios de pago	9	
		Estrategias de transporte logístico	Marco legal (Incoterms)	10	
			Costo de transporte	11	
			Documentación para el transporte	12	
			Operadores logísticos	13	
	Subcategorías	Criterios	Ítems	Sujetos de estudio	Empresa
	Diagnóstico de la empresa importadora	Proveedor	1	5 integrantes del personal de área logística y directivos de la empresa encargados del proceso de importación	Eddez Maat S.A.C.
		Nivel comercial del importador	2		
		Naturaleza de transacción	3		
		Documentación de la importación	4		
		Consignatario de mercancía	5		
		Matriz DAFO	6,7,8,9		

<p>¿Cuáles son las estrategias de aprovisionamiento utilizadas en la importación de sprayers?</p> <p>¿Cuáles son las estrategias de transporte logístico utilizadas en la importación de sprayers?</p>	<p>importación de sprayers</p> <p>Determinar las estrategias de búsqueda de producto en la importación de sprayers</p> <p>Especificar las estrategias de aprovisionamiento en la importación de sprayers</p> <p>Detallar las estrategias de transporte logístico en la importación de sprayers</p>	<p>Tendencias del producto a importar</p>	<p>Principales proveedores</p>	<p>10</p> <p>Revisión documentaria</p>	<p>Herramientas de inteligencia comercial</p>
<p>Tipo y diseño de investigación</p>	<p>Sujetos de estudio</p>	<p>Técnicas e instrumentos</p>		<p>Método</p>	
<p>Tipo: Aplicada</p> <p>Alcance: descriptiva</p> <p>Diseño: fenomenológico</p>	<p>Participantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 4 expertos especialistas en logística de comercio exterior. - 5 integrantes del personal de área logística y directivos de la empresa encargados del proceso de importación. 	<p>Categoría 1: Estrategias logísticas</p> <p>Técnica: entrevista</p> <p>Instrumento: guía de entrevista</p> <p>Autor: propia</p> <p>Año: 2022</p> <hr/> <p>Categoría 2: Importación de sprayers</p> <p>Técnica 1: entrevista</p> <p>Instrumento: guía de entrevista</p> <p>Técnica 2: revisión documentaria</p> <p>Instrumento 2: Herramientas de inteligencia comercial (reportes SUNAT, INFOTRADE)</p> <p>Autor: propia</p> <p>Año: 2022</p>		<p>Para la organización, análisis e interpretación de información se hará uso de ATLAS T.I. La transcripción de la información, que consta en registrar o traspasar la información del instrumento aplicado para poder ser analizado e interpretado. Para analizar la información se utilizará la triangulación de datos proveniente de diferentes participantes y fuentes documentarias que permitirán poseer una mayor amplitud y profundidad de información.</p>	

Anexo 3

Instrumentos de recolección de datos

Categoría 1: Estrategias Logísticas

Leyenda: MD: Muy Deficiente, D: Deficiente, A: Adecuado, MA: Muy Adecuado

Objetivo: Determinar las estrategias logísticas para facilitar la importación de sprayers desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C., Provincia de Chiclayo, 2022

Técnica: entrevista

Nº	CATEGORÍA/ÍTEMS ESTRATEGIAS LOGÍSTICAS
	SUBCATEGORÍA 1. ESTRATEGIAS DE BÚSQUEDA DE PROVEEDORES
	Criterio 1: Búsqueda de proveedores
1	¿Qué mecanismos debe tener en cuenta toda empresa a la hora de seleccionar proveedores?
	Criterio 2: Certificación de proveedores
2	¿Qué mecanismos de deben evaluar en la certificación de empresas para su selección como proveedor?
	SUBCATEGORÍA 2. ESTRATEGIAS DE BÚSQUEDA DE PRODUCTO
	Criterio 1: Búsqueda del producto
3	¿Según su experiencia, cuales son los criterios que debe tener en cuenta el importador en relación a la búsqueda de productos en el mercado?
	Criterio 2: Calidad del producto
4	¿Qué criterios deben tener en cuenta el importador para seleccionar un producto en relación a su calidad al momento de importar?
	Criterio 3: Rendimiento del producto
5	¿Cuáles son los indicadores que se deben considerar para evaluar el rendimiento y calidad de producto importado?
	Criterio 4: Certificación del producto
6	¿Qué criterios se deben tener en cuenta respecto a la certificación del producto a importar?
	SUBCATEGORÍA 3. ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO

	Criterio 1: Técnicas de compra
7	¿Qué técnicas se deben utilizar para conocer los segmentos del mercado y las empresas a las cuales se desean comprar?
	Criterio 2: Certificaciones
8	¿Qué procedimientos se deben seguir para realizar cotizaciones en mercados internacionales?
	Criterio 3: Medio de pago
9	¿Cuáles son los medios de pago más seguros para realizar una transacción en el proceso de importación?
	Criterio 4: Marco legal (Incoterms)
10	¿Qué conocimientos sobre marco legal de importación debe conocer todo importador a la hora de realizar un contrato de compra?
	SUBCATEGORÍA 4: ESTRATEGIAS DE TRANSPORTE LOGÍSTICO
	Criterio 1: Costo del transporte
11	¿Qué criterios se deben evaluar para seleccionar el costo de transporte más factible para la empresa?
	Criterio 2: Documentación para el transporte
12	¿Cuáles son los principales documentos que debe contar todo importador para poder recibir sus productos?
	Criterio 3: operadores logísticos
13	¿Bajo qué mecanismos se deben seleccionar a los operadores logísticos para una empresa responsable y confiable de mercadería?

Categoría 2: importación de Sprayers

Leyenda: MD: Muy Deficiente, D: Deficiente, A: Adecuado, MA: Muy Adecuado

Objetivo: diagnosticar la situación actual del proceso de importación de sprayers desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C

Nº	CATEGORÍA/Ítems IMPORTACIÓN DE SPRAYERS
	SUBCATEGORÍA 1: DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA IMPORTADORA
	Criterio 1. Matriz DAFO
1	¿Cuáles son las fortalezas que tiene la empresa Eddez Maat S.A.C en relación al proceso de importación Sprayers?
2	¿Cuáles considera son las oportunidades que tiene la empresa Eddez Maat S.A.C en relación proceso compra de Sprayers en mercados internacionales?
3	¿Cuáles considera son las debilidades de la empresa Eddez Maat S.A.C en relación al proceso de importación de Sprayers?
4	¿Cuáles considera son las principales amenazas que presenta la empresa en la compra de Sprayers durante el proceso de importación?
	Criterio 2. Proveedor
5	¿Cuál es el análisis que realizan para la selección de proveedores?
	Criterio 3. Nivel comercial del importador
6	¿Cómo identifica el nivel de comercialización de productos que tienen las empresas a las cuales importa?
	Criterio 4. Naturaleza de la transacción
7	¿Cuál es la naturaleza de la transacción o modo de intercambio que se realiza al importar Sprayers?
	Criterio 5. Documentación de la importación
8	¿Quiénes son los responsables de la documentación en el proceso de importación?
	Criterio 6. Consignatario de mercancía
9	¿La importación de Sprayers se realiza de manera directa o se hace uso de algún consignatario para el proceso de importación?

Categoría 2: Importación de Sprayers

Leyenda: MD: Muy Deficiente, D: Deficiente, A: Adecuado, MA: Muy Adecuado

Objetivo: analizar la tendencia de importación de sprayers desde China

Técnica: revisión documentaria

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA 2	CRITERIO	DOCUMENTOS PARA REVISAR
IMPORTACIÓN DE SPRAYERS	TENDENCIAS DE PRODUCTO A IMPORTAR	Criterio 1: Principales proveedores	Sistemas de inteligencia comercial para obtener datos estadísticos (valor y cantidad) sobre importación de Sprayers: SUNAT, TRADE MAP, INFOTRADE.
		Criterio 2: Volumen de importación por la empresa	Sistemas de inteligencia comercial para obtener datos estadísticos (valor y cantidad) sobre importación de Sprayers: SUNAT, Eddez Maat S.A.C.

Anexo 4

Validez y confiabilidad de los instrumentos

PROTOCOLO DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Mg. Sheyla Chavesta Paico
- I.2. Especialidad del Validador: Comercio y Negocios Internacionales
- I.3. Cargo e Institución donde labora: UCV
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación:
- I.5. Autor del instrumento:

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DEL INFORME

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente e 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				80%	
OBJETIVIDAD	Está expresado de manera coherente y lógica					90%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				80%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					83%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				80%	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					85%
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					82%
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este Instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					85%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				80%	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					85%
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

III. OPINIÓN DE LA APLICACIÓN

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

.....
.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 83%

Chiclayo, 28 de diciembre del 2022



.....

Firma de experto informante: Mg. Sheyla J. Chavesta Paico

DNI: 43922712

Teléfono: 930633173

PROTOCOLO DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: MG. HEREDIA SANCHEZ EDWIN YOLMER
- I.2. Especialidad del Validador: NEGOCIOS INTERNACIONALES
- I.3. Cargo e Institución donde labora: JP – NEGOCIOS INTERNACIONALES – UCV CHICLAYO
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación:
- I.5. Autor del instrumento:

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DEL INFORME

INDICADORES	CRITERIOS	Deficientee 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 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						99%

III. OPINIÓN DE LA APLICACIÓN

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

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

99%

Chiclayo, 16 de Noviembre del 2022



Firma de experto informante:

DNI:73603462

Teléfono:920507202

PROTOCOLO DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: MG. HEREDIA SANCHEZ EDWIN YOLMER
- I.2. Especialidad del Validador: NEGOCIOS INTERNACIONALES
- I.3. Cargo e Institución donde labora: JP – NEGOCIOS INTERNACIONALES – UCV CHICLAYO
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación:
- I.5. Autor del instrumento:

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DEL INFORME

INDICADORES	CRITERIOS	Deficientee 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 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						99%

III. OPINIÓN DE LA APLICACIÓN

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

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

99%

Chiclayo, 16 de Noviembre del 2022



Firma de experto informante:

DNI:73603462

Teléfono:920507202

Anexo 5

Consentimiento informado

AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20607861791
EDDEZ MAAT S.A.C.	
Nombre del Titular o Representante legal:	Diaz Vásquez, Edinson
Nombres y Apellidos	DNI:
Diaz Vásquez, Edinson	47337893

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo [SI], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Estrategias logísticas para la importación de sprayers desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C., Provincia de Chiclayo, 2022.	
Nombre del Programa Académico:	
Informe de Investigación:	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:
Escalante Vasquez Jhonathan Stip	74693405
Osorio Flores Darlene Patricia	73691100

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha:

Firma: _____


EDDEZ MAAT S.A.C.
Edinson Diaz Vásquez
GERENTE GENERAL

EDDEZ MAAT SAC
20607861791

(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal "f" **Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución.** Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

Anexo 6

Resultados entrevistas a trabajadores de la empresa Eddez Maat S.A.C

CATEGORÍA	SUB CATEGORÍA	CRITERIO	PREGUNTA DE LA ENTREVISTA	TRABAJADOR 1 CHRISTIAN CAMPOS DÍAZ ADMINISTRADOR GENERAL DE LA EMPRESA	TRABAJADOR 2 GESTOR DEL ÁREA DE VENTAS	TRABAJADOR 3 JOAQUÍN RAMOS AREA DE MARKETING	TRABAJADOR 4 MERLY DÍAZ RESPONSABLE DE OPERACIONES DE IMPORTACIÓN	TRABAJADOR 5 JHON DIAZ VASQUEZ RESPONSABLE DEL ÁREA COMERCIAL
IMPORTACIÓN DE SPRAYERS	SUBCATEGORÍA 1: DIAGNOSTICO DE LA EMPRESA IMPORTADORA	Criterio 1. Matriz DAFO	¿Cuáles son las fortalezas que tiene la empresa Eddez Maat S.A.C en relación al proceso de importación Sprayers?	La principal fortaleza al momento de importar es ofrecer un producto con mayor tecnología. Estos Sprayers han innovado al poseer motores eléctricos que elevan la calidad del producto. Otra fortaleza es tener participación en el mercado local por medio de un producto con precio competitivo, de calidad y diferenciado.	La principal fortaleza es ser una empresa nueva en crecimiento que importa productos de calidad con tecnología a bajo costo. Los productos cuentan con las certificaciones que exige el mercado nacional.	Dentro de las fortalezas se tiene: Venta de productos con mayor tecnología, lo que hace a la empresa atractiva para el mercado. Producto de calidad con tecnología de primera, al poseer un motor eléctrico que reduce sus gastos. Diferenciación de la competencia con productos innovadores con respaldo de durabilidad	La empresa tiene como fortalezas el crecimiento sólido en el mercado a través de mayor participación cada día. Otra fortaleza es la calidad del producto que ofrece, es decir nos especializamos en buscar y ofrecer productos con mayor tecnología a comparación de la competencia.	La principal fortaleza es ofrecer un producto innovador a comparación de la competencia, estos son automáticos y funcionan a batería recargable y no es necesario las mochilas comunes que dan mayor esfuerzo y trabajo en el campo.

			<p>¿Cuáles considera son las oportunidades que tiene la empresa Eddez Maat S.A.C en relación proceso compra de Sprayers en mercados internacionales?</p>	<p>Las oportunidades con las que cuenta la empresa a la hora de importar son las nuevas tecnologías que ofrece el mercado en sus productos.</p> <p>Otra oportunidad fue la diversidad de productos en cuanto a calidad y precio.</p>	<p>Una de las oportunidades es la mayor demanda de sprayers por parte de agricultores para su producción.</p> <p>Asimismo, se tiene un mercado con productos innovadores y a bajo precio.</p>	<p>Se tienen como fortalezas: contar con diversos proveedores de diferentes países que ofrecen diversidad de productos a diferentes precios lo que beneficia la rentabilidad de la empresa.</p> <p>Participación en ferias regionales y nacionales sobre comercio exterior.</p>	<p>La mayor oportunidad es encontrar innovaciones en los productos, actualmente los sprayers que se importa reúnen todas las características que necesitan los agricultores.</p>	<p>Las oportunidades son la diversidad de proveedores en el mercado chino, así como las garantías que se ofrecen. Otra oportunidad es la recuperación del sector agrícola y la mayor demanda de sprayers.</p>
			<p>¿Cuáles considera son las debilidades de la empresa Eddez Maat S.A.C en relación al proceso de importación de Sprayers?</p>	<p>La principal debilidad es el desconocimiento del personal en procesos de importación. Lo que origina retrasos en algunos procesos logísticos y no se cumpla con las entregas en los tiempos programados.</p> <p>No contar con página Web, para promocionar sus productos.</p>	<p>Dentro de las debilidades se tiene:</p> <p>Deficiencias en el proceso logístico, lo que se percibe a través de recepciones de mercadería a destiempo y retraso en las entregas a clientes.</p> <p>Otra debilidad es no contar con un operador de</p>	<p>Una de las principales debilidades es ser una nueva empresa en el mercado que inicia en el comercio exterior y puede ser víctima de estafas.</p> <p>Realizar importaciones compartidas con mercancía restringida, lo que afecta el tiempo de entrega.</p>	<p>Entre las debilidades se presentaron:</p> <p>Poco tiempo importando, es por ello la poca participación en el mercado de importación de productos agrícolas.</p>	<p>Para la empresa la mayor debilidad es la falta de conocimiento del personal en procedimientos de importación y también en el tipo de productos a importar.</p>

					transporte, lo que origina importar lotes compartidos y no se cumplan con los plazos.			
			¿Cuáles considera son las principales amenazas que presenta la empresa en la compra de Sprayers durante el proceso de importación?	La competencia a nivel nacional y local. Otra amenaza son los posibles productos sustitutos. Por otra parte el cambio climático es un factor que puede afectar los componentes de los sprayers, sobre todo en la parte eléctrica del producto.	Una de las principales amenazas es la competencia, al ofrecer productos a menor precio. Asimismo, la inestabilidad política afecta el tipo de cambio, lo que origina mayores costos para la empresa.	Dentro de las principales amenazas se tiene: La inestabilidad política y la volatilidad del tipo de cambio. La poca experiencia al ser una empresa nueva puede ser motivo para ser estafados.	Entre las principales amenazas se tuvieron: Fluctuación de tipo de cambio afecta las negociaciones y los costos de la empresa. Los problemas de producción agrícolas y el cambio climático pueden variar la demanda de productos.	Como amenazas se tuvo: El cambio climáticos puede afectar de dos formas: primero dentro de la importación una tormenta en alta mar puede retrasar la llegada de los productos y afectar la fecha de entrega. Segundo las lluvias, sequias pueden afectar la producción y por consecuente la demanda de Sprayers.
		Criterio 2. Proveedor	¿Cuál es el análisis que realizan para la selección de proveedores?	Se utiliza realiza una segmentación de proveedores a través de páginas web, para conocer el tiempo y experiencia que tienen en comercio exterior.	El principal criterio es el análisis comercial de proveedores, donde se busca la reputación de la empresa y su	Se realiza una búsqueda en páginas como Alibaba. También se realizan filtros en páginas oficiales y contacto directo	Se maneja páginas web, y se mantiene una red de contactos se piden recomendaciones a empresas con experiencia en la	En primer lugar se constata el tiempo de experiencia vendiendo productos, así como su confiabilidad a

					experiencia en la fabricación de sprayers.	sobre el historial en el mercado.	importación de productos agrícolas.	través de un Bróker o especialista en productos agrícolas.
		Criterio 3. Nivel comercial del importador	¿Cómo identifica el nivel de comercialización de productos que tienen las empresas a las cuales importa?	Se realiza a través de una búsqueda de historial y record obtenido en comercio exterior lo que se puede verificar en páginas web.	Se consulta a un bróker externo en comercio exterior, el cual ofrece un reporte del nivel de comercialización y ventas del proveedor	Se realiza a través de un estudio de mercado para identificar a las empresas importadoras y su nivel de cumplimiento.	Se utiliza la herramienta de inteligencia comercial a través de ella y uso de herramientas tecnológicas se puede informar sobre el nivel de actividad del proveedor.	Para ello se contrata un Bróker el cual brinda información detallada sobre los niveles de importación o se consulta en páginas como Alibaba
		Criterio 4. Naturaleza de la transacción	¿Cuál es la naturaleza de la transacción o modo de intercambio que se realiza al importar Sprayers?	La negociación se realiza mediante transacciones bancarias a través del Banco de Crédito del Perú.	Las transacciones de pago se realizan a través de operaciones bancarias internacionales en el Banco de Crédito del Perú. El pago se puede realizar en diferentes fases: puede ser 30% en producción, 40% en empaque y 30% en entrega.	La transacción se puede realizar a través de transacciones interbancarias internacionales.	Los pagos se realizan a través de transferencias bancarias internacionales con el código que brinda el proveedor, a su vez el banco se encarga de realizar documentación para efectuar a transferencia.	Las transacciones se realizan a través de pagos a cuentas internacionales. La entrega de la mercancía es de tipo FOB se entregan en el puerto Chino para ser enviada a Perú

		<p>Criterio 5. Documentación de la importación</p> <p>¿Quiénes son los responsables de la documentación en el proceso de importación?</p>	<p>El área administrativa es la responsable de toda la documentación por medio del personal de logística</p>	<p>El área de logística es el responsable de la documentación desde que la mercadería está en el buque de salida.</p>	<p>El área administrativa a través del departamento logístico se encarga de la documentación pertinente.</p>	<p>El área logística es quien tiene a responsabilidad de contactar con el proveedor, operador logístico y aduanero para tratar temas de contratos.</p>	<p>Los responsables es el personal administrativo de la empresa, los cuales son responsable de toda la documentación desde proformas, facturas comerciales y otros documentos requeridos para el tránsito y desenganche en el país de destino</p>
		<p>Criterio 6. Consignatario de mercancía</p> <p>¿La importación de Sprayers se realiza de manera directa o se hace uso de algún consignatario para el proceso de importación?</p>	<p>La importación se realiza de manera directa.</p>	<p>La importación se realiza de manera directa.</p>	<p>Las importaciones se realizan de manera directa ya que se cuenta con la experiencia y el personal necesario.</p>	<p>Por seguridad las importaciones se realizan de manera directa para evitar inconvenientes.</p>	<p>Se realiza de manera directa, sin embargo se prestan servicios de transportes y operador de aduanas.</p>

Anexo 7

Resultados entrevistas a expertos en comercio exterior

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	CRITERIO	PREGUNTA DE LA ENTREVISTA	ESPECIALISTA 1 FIORELLA BARTUREN NUNURA ADUNA MARÍTIMA CALLAO CONSULTAS ADUANERA DOC. CIBERTEC	ESPECIALISTA 2 LUISA SAAVEDRA DOCENTE UNIVERSITARIA – AGENTE IMPORTADOR EN SU PROPIA EMPRESA	ESPECIALISTA 3 HEIDI HALINA RAZURI RUBIO CONSULTORA EN COMERCIO EXTERIOR – DOCENTE UNIVERSITARIA UTP	ESPECIALISTA 4 JOSÉ FERNÁNDEZ BUSTAMANTE EXPERTO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y COMERCIO EXTERIOR – DOCENTE EN LA UTP
ESTRATEGIAS LOGÍSTICAS	SUBCATEGORÍA 1. ESTRATEGIAS DE BÚSQUEDA DE PROVEEDORES	Criterio 1: Búsqueda de proveedores	¿Qué mecanismos debe tener en cuenta toda empresa a la hora de seleccionar proveedores?	En primer lugar se debe tener en cuenta las certificaciones que tiene la empresa para reducir el riesgo de ser estafados a través de información y comentarios en su página web constatando lo que publica para tener mayor confiabilidad.	Se debe realizar una indagación profunda de la información sobre confiabilidad, con que puertos y operadores trabaja. Lo importante es un proveedor certificado con experiencia que se ajuste a nuestras posibilidades.	Se debe considerar el precio de oferta de cada proveedor para analizar los sobre costos que generarían y comprar las tarifas frente a la competencia. Segundo se debe conocer la reputación de la empresa para comprobar su nivel de responsabilidad y compromiso a través de sus certificaciones. La localización es importante para conocer el tiempo de entrega y flexibilidad.	Es una tarea que requiere de un análisis comercial por tener un mercado muy amplio. Por eso se debe ver la reputación y certificación de los proveedores (se debe verificar si está en la lista negra de proveedores que incumplen). Las calificaciones se pueden encontrar además de sitios oficiales en páginas web como

						Se debe conocer también la calidad de los suministrados, sus variaciones, sus niveles de calidad. Asimismo, la capacidad de responsabilidad asumida en eventos.	Alibaba y AliExpress en su sección de calificación e historial.
		Criterio 2: Certificación de proveedores	¿Qué mecanismos de deben evaluar en la certificación de empresas para su selección como proveedor?	Se debe evaluar las certificaciones de normas de producción, para que el producto a importar cumpla con el estándar que el mercado necesita, además de evaluaciones de desempeño, cumplimiento y buen comportamiento ya que es importante el nivel de confianza que otorga la empresa.	Se debe analizar las certificaciones internacionales, como ISO tanto para la empresa como para los productos.	En la certificación de proveedores se deben evaluar: El cumplimiento legal de las normas internacionales. Evaluación comercial: la experiencia que tiene en el mercado. Gestión de calidad de los productos y además las certificaciones ambientales de responsabilidad y sostenibilidad ambiental corporativa.	Se debe realizar un análisis en la Ventanilla Única de Comercio Exterior para conocer permisos, certificaciones que pide el estado para ingresar productos.
	SUBCATEGORÍA 2. ESTRATEGIAS DE BÚSQUEDA DE PRODUCTO	Criterio 1: Búsqueda del producto	¿Según su experiencia, cuales son los criterios que debe tener en cuenta el importador en relación a la búsqueda de productos en el	Se debe realizar una Identificación de demanda y competencia el estándar de demanda según la categoría de cliente, asimismo debes buscar proveedores en la web como Inteligencia comercial	Primero se tiene tener en cuenta la calidad del producto, segundo informarse del operador logístico, costos de envío, impuestos.	Se debe buscar productos con valor agregado que cumplan con todos los criterios para satisfacer la demanda en un nicho de	La principal herramienta debe ser el estudio de mercado para saber el tipo de producto que necesitamos importar. Dos de los

			mercado?	(SUNAT) Wich, Alibaba, Aliexpress que tengan el producto con valor agregado.		mercado. Segundo se debe buscar un producto que no sea similar a la competencia que de un buen margen de ganancia a la empresa. Seleccionar productos de fácil acceso sin restricciones arancelarias como licencias. Se debe especializar en los productos importados conociendo sus características para enfrentar la competencia.	criterios más importante en la búsqueda es la relación precio - calidad.
		Criterio 2: Calidad del producto	¿Qué criterios deben tener en cuenta el importador para seleccionar un producto en relación a su calidad al momento de importar?	Se debe conocer sus restricciones, sus estándares de calidad, las categorías de producto de mediana o alta calidad, diseño, ergonomía, en función de lo que requiere el mercado. Hoy en día se utiliza mucho las Normativa ISO.	Se debe tener un resumen informativo sobre tipo de productos, materiales de fabricación, modelo, certificado marca, si la empresa esta verificada y los comentarios de experiencia de otros compradores en la Web. En algunos casos se pueden pedir muestras para conocer su funcionalidad y pedir la	Se consideran dos criterios: el primero son los criterios del proceso de producción de la empresa para elaborar un producto. El segundo criterio son las normas que se siguen en el proceso de elaboración, producción y calidad del producto las	En el caso de empresas que se inician en la importación se debe conocer que al inicio se la diversificación de productos es amplia. Por eso un primer paso es analizar la calificación de proveedores en la web, de esta

					garantía de respaldo (Reembolso)	cuales generan mayor confianza al importador para importar.	manera se evitaran al momento de pactar ser estafados o recibir un producto distinto al importado. Algunas páginas como Alibaba o AliExpress permiten ver las calificaciones y comentarios de proveedores. Otro criterio son los certificados internacionales tanto de la empresa como del producto para conocer si cumple con los estándares.
		Criterio 3: Rendimiento del producto	¿Cuáles son los indicadores que se deben considerar para evaluar el rendimiento y calidad de producto importado?	Se debe conocer las características del producto así como su funcionalidad, capacidad de producción y rendimiento. Es importante que estas características estén alineadas al sector y demanda que se quiere llegar a cubrir de acuerdo a las necesidades del mercado.	En algunos casos se solicitan muestras. Pero es importante conocer las características sobre rendimiento óptimo de acuerdo al segmento que deseo vender (Conocer el mercado objetivo).	Para su evaluación este criterio está sujeto al uso que se le dará al producto, uno de ellos es evaluar en sus características de fabricación la eficiencia y además la durabilidad o el uso máximo que se le puede dar.	El precio es el principal criterio para evaluar la calidad y rendimiento de un producto. La clave es importar un producto de gama media y no de precio elevado o bajo para evitar los sobre precios o

							también un producto de mala calidad. Otro criterio es realizar una post evaluación del rendimiento o eficiencia que obtienen los clientes para conocer si la demanda ha sido satisfecha.
		Criterio 4: Certificación del producto	¿Qué criterios se deben tener en cuenta respecto a la certificación del producto a importar?	Se debe tener en cuenta información del proveedor sobre su capacidad de venta, certificaciones internacionales, origen de sus productos; toda esta información se puede encontrar en la web a través de páginas como la Cámara de Comercio ya que cuenta con un enlace con una diversidad de empresas.	La información de las certificaciones es muy importante porque te ofrecen el respaldo con respecto al producto, además se deben de clasificar los tipos de certificaciones ya que estas darán los permisos de ingreso al país de importador. Se debe conocer el tipo de certificación que se ofrecen y pide ADUANAS.	Las certificaciones estan relacionadas netamente con la calidad del producto y los procesos productivos. Es importante que las certificaciones estén homologadas en el país para que el producto tenga un libre uso en el país de destino.	Actualmente existe una amplia gama de certificaciones como calidad, seguridad, de producto el cual abarca materiales, empaque. Se debe también conocer las certificaciones que pide el estado peruano de acuerdo a tipo de producto que ingresa en sitios web de entidades aduaneras como la VENTANILLA ÚNICA DE COMERCIO EXTERIOR, la cual es de fácil acceso

							con RUC y su respuesta inmediata dentro de los días hábiles a la consulta, y estas deben ser consultadas con el proveedor si así tiene y en él, caso de no tenerlas si se pueden adoptar.
	<p>SUBCATEGORÍA 3. ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO</p>	<p>Criterio 1: Técnicas de compra</p>	<p>¿Qué técnicas se deben utilizar para conocer los segmentos del mercado y las empresas a las cuales se desean comprar?</p>	<p>En este caso, se debe ubicar el país importador a través del e-commerce, verificar los tratados y acuerdos con el país para evitar barreras a la importación y gozar de los beneficios arancelarios, que permitirán mejorar la rentabilidad empresarial.</p>	<p>Primero identificar el proveedor, el producto y el volumen de importación. Se debe conocer el mercado y el transporte según certificaciones.</p>	<p>Se debe indagar en las asociaciones y cámaras de comercio, ya que se conocerán los segmentos y empresas confiables dispuestas a ofrecer productos, así como que tratados se tienen. Otra técnica la búsqueda o filtros de web para conocer la fiabilidad de empresas. Participación en ferias comerciales para integrar una red de contacto con otras empresas.</p>	<p>La investigación de mercado ayudará al mercado y proveedores, los cuales se buscan en la SUNAT a través de operatividad aduanera y seleccionar regímenes aduaneros – importaciones para hacer consultas internacionales por partida de producto o empresa, para la cual se necesita la DUA o número de manifiesto. Otra estrategia es seleccionar 10 proveedores para</p>

							una comparación comercial.
		Criterio 2: Certificaciones	¿Qué procedimientos se deben seguir para realizar cotizaciones en mercados internacionales?	Este procedimiento se basa en el tipo de producto a importar, según sus características y cantidad y muy importante saber en que Incoterm se va a cotizar, ya que este determina riesgos y costos que asumen comprador y vendedor, algunos de estos son Ex words y Free Carrier. Sin embargo en el mercado Chino no se maneja esta terminología internacional y no saben qué significado tiene un Incoterm, lo que muchas veces al presentar la documentación olvidan incluir por ejemplo el flete. EXW, FCA, CPT, CIP, DAP, DPU y DDP) y para el transporte marítimo y fluvial (FAS, FOB, CFR y CIF).	Se debe utilizar la herramienta inteligencia de mercado, donde se debe de utilizar el TRADE MAP. Un criterio importante es el contrato con el proveedor ya que se fijan los precios de acuerdo a lo que ofrecen y medio de transporte.	La cotización va de la mano con el tipo de producto requerido y la empresa para tener un contacto directo y formal para una comunicación directa entre agentes para conocer los requerimientos y márgenes de volúmenes. Solicitar proformas de cotización escrita con todas las especificaciones pertinentes de plazos y cotizaciones.	Se debe conocer los incoterm ya que las cotizaciones se realizan en precio FOB, CIF, CFR, FAS, así como responsabilidades y obligaciones. No se debe cotizar con una sola empresa, se debe realizar una cotización diversificada.
		Criterio 3: Medio de pago	¿Cuáles son los medios de pago más seguros para realizar una transacción en el proceso de importación?	En su mayoría se utilizan las transferencias bancarias desde cualquier medio de electrónico así como también cartas de crédito emitidas por bancos. El medio de pago va a depender mucho del tamaño de la importación, si es	Los medios seguros son las cuentas bancarias.	Según la experiencia son las cartas de crédito o la cobranza documentaria son documentos de respaldo entre ambas partes para llevar transacciones que	Las transacciones se manejan de manera electrónica; sin embargo es importante que en todo contrato de compra y venta internacional se

				pequeña es bancaria y si es más grande puede intervenir una entidad financiera.		disminuyen riesgos.	deban establecer el medio y parámetros de pago. Es importante el pago contradocumentos en el que se da un % y lo restante se paga cuando el operador de aduana tenga todos los certificados y documentación para nacionalizar e producto, ya que estos se envían cuando la mercadería ya salió. Algunos medios bancarios que se utilizan son en el Banco de Crédito del Perú (Telecrédito), Scotiabnk (Telebanking), BBVA (Continet) estos ayudan a realizar a transferencia de banco nacional a internacional mediante el cogido Swift del proveedor
--	--	--	--	---	--	---------------------	---

							y no a cualquier persona.
		Criterio 4: Marco legal (Incoterms)	¿Qué conocimientos sobre marco legal de importación debe conocer todo importador a la hora de realizar un contrato de compra?	Se debe conocer la normativa respecto al proceso como despachos simplificado o de importación y en el de la firma se deben conocer las cláusulas de importación para delimitar las responsabilidades en cada agente. Se debe conocer el tipo de normativa ya sea importación para el consumo, importación simplificada en operaciones menores a 2 mil dólares.	Es importante conocer los Incoterm para saber el precio FOB y los costos de transporte que ofrecen los proveedores, las tributaciones y legislación aduanera para el ingreso de productos. Es importante saber los proyectos fiscales que favorecen a los importadores y los tipos de canales.	Se tienen que tener muchos puntos de valor legal dentro del contrato, es aquí donde se tienen que conocer la nomenclatura de los incoterms para conocer riesgos, costos y responsabilidades de ambas partes. Se debe conocer la legislación específica en función de la jurisdicción para conocer si existe algún arbitraje. Conocer el tipo de moneda de transacción. Conocer la documentación necesaria para tener garantía legal en ambas partes	Se debe de conocer el contrato de compra-venta internacional, dentro del contrato se deben de conocer todos los criterios tanto del importador como exportador, para ello se debe conocer los Incoterms según la última versión. Se debe establecer una RELACIÓN COMERCIAL para tener una buena relación donde se establezcan los términos de operación.
SUBCATEGORÍA 4: ESTRATEGIAS DE TRANSPORTE		Criterio 1: Costo del transporte	¿Qué criterios se deben evaluar para seleccionar el costo de transporte más factible para la empresa?	Se tienen que evaluar 3 criterios principales: La modalidad de importación ya sea marítima, aérea según el plazo de compromiso. Tener en cuenta si la importación es	Se debe evaluar el costo de transporte terrestre hasta la naviera y luego evaluar el tipo de transporte aéreo o marítimo hasta aduana.	El costo de transporte está sujeto a distintas variables como la distribución de más productos o la especialización. El	El costo de transporte relacionado al flete de traslado debe de analizarse al momento de cotizar

				de un contenedor o carga consolidada lo que influye en el flete. China ha demostrado tener la mejor logística internacional. Se debe tener en cuenta las reservas de producto para evitar las reservas de la indisposición logística.		costo se evaluó de acuerdo al medio de transporte específico ya sea marítimo o aéreo de acuerdo a su nivel de gestión, presencia internacional, seguridad de entrega, condiciones de embalaje.	y se debe de asumir siempre y cuando el incoterm lo amerite. Para ello se debe de conocer qué tipo de transporte es más factible marítimo o aéreo, se debe separar con tiempo el espacio de embarque para que no ruleen la mercancía y cambien fechas.
		Criterio 2: Documentación para el transporte	¿Cuáles son los principales documentos que debe contar todo importador para poder recibir sus productos?	El procedimiento indica se tiene que contar con la factura (precio, Incoterm, cantidades), con el conocimiento del embarque BL si es marítimo o Carta Porte si es aéreo, con el Paqui lis (documento informativo en el aforo para identificar la mercancía) o sistemas de identificación de mercancías. Para el caso de las mercancías con restricciones el importante el permiso para poder retirarlo.	Los principales documentos son el contrato, declaraciones, facturas o comprobantes de pago.	El documento más importante es la carta porte ya sea aérea o marítima; este documento que asegura la titularidad de una mercancía. Este documento está relacionado con la factura comercial y la declaración aduanera de mercancías para acreditar toda la información de la transacción comercial.	Los principales documentos son el CLV (Certificado de libre venta) el cual lo emite el proveedor con traducción. Otro documento es el DL, La factura de Invois que avala la operación comercial, certificaciones de calidad y registros deben ser enviados antes de que llegue el buque.
		Criterio 3: operadores logísticos	¿Bajo qué mecanismos se deben seleccionar a los	Se debe tener en cuenta en los agentes de carga o transportistas son elegidos	Se debe contactar al proveedor y verificar que operador aduanero	Los operadores logísticos brindan distintas	Los operadores logísticos son varios y abarca el

			<p>operadores logísticos para una entrega responsable y confiable de mercadería?</p>	<p>por el vendedor en el exterior. En otros casos si se tienen los recursos para pagarlo se debe analizar las tarifas y el tipo de servicio brinda ya que el almacén, agente de carga y el de aduanas cobran tarifas adicionales ya que los tres son agentes privados independientes. Se debe investigar los permisos que cuenta cada uno de ellos.</p>	<p>trabaja en el punto de desembarque, además de conocer su capacidad de transporte y entrega para una recepción confiable.</p>	<p>características ante ello se debe realizar un cuadro de pros y contras de ventajas y desventajas sobre garantías que ofrece, los plazos de entregas, las formas de pago de contrato. Lo más importante es indagar sobre la reputación para conocer que espertis tiene en la gestión de un producto.</p>	<p>transporte internacional y nacional. Para ello se debe tener una establecida una cadena logística con precaución para evitar sobre costos. Es necesario en otros caso se cuente con un agente aduanero para comparar su cotización ya que ellos trabajan con algunos operadores.</p>
--	--	--	--	---	---	--	---



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ROGGER ORLANDO MORAN SANTAMARIA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, asesor de Tesis titulada: "Estrategias logísticas para la importación de sprayers desde China en la empresa Eddez Maat S.A.C., Provincia de Chiclayo, 2022", cuyos autores son OSORIO FLORES DARLENE PATRICIA, ESCALANTE VASQUEZ JHONATAN STIP, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 7.00%, 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.

CHICLAYO, 12 de Diciembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ROGGER ORLANDO MORAN SANTAMARIA DNI: 44546517 ORCID: 0000-0001-7037-097X	Firmado electrónicamente por: MSANTARO el 12- 12-2022 10:39:56

Código documento Trilce: TRI - 0484141