



FACULTAD CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**COMERCIALIZACIÓN DE VEHÍCULOS LIVIANOS
IMPORTADOS DE ESTADOS UNIDOS EN LA EMPRESA RENT
A CAR, CHICLAYO 2021**

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

Autores:

Bach. Soriano Sanchez Cristhian Joel

ORCID: 0000-0002-9230-0427

Asesor:

Mg. Rocero Salazar Cesar Ricardo

ORCID: 0000-0002-1555-7851

Línea de Investigación:

Gestión empresarial y emprendimiento

Pimentel – Perú

2022

Aprobación de la tesis

Presidente: Mg. Reyes Arroyo
Carlos Andre

Secretario: Dr. Espinoza Rodríguez Hugo
Redib

Vocal: Mg. Rocero Salazar Cesar Ricardo

DEDICATORIA

Dedicamos esta investigación a nuestra familia y amigos que han creído en nuestro esfuerzo por concluir nuestra carrera universitaria.

AGRADECIMEINTOS

Agradecemos a nuestros docentes por todo cuanto nos han compartido y enseñado durante estos años de formación y aprendizaje.

Agradecemos a nuestros amigos y compañeros por compartir las alegrías y penas de la vida universitaria.

Agradecemos a la empresa Rent A Car por permitir realizar esta investigación y facilitarnos la información necesaria.

RESUMEN

En esta investigación se busca identificar las oportunidades que se tendría en la comercialización de vehículos livianos importados de Estados Unidos, sean nuevos o usados, todo dependerá de lo que indiquen las normas nacionales y si incurrir en faltas administrativas o legales que encarezcan una operación de importación. Además, el objetivo es comercializar estos vehículos de manera directa con el cliente o con las empresas clientes interesadas en participar de una importación directa. En esta Investigación se ha utilizado en método analítico y es un tipo de estudio descriptivo. El mercado de Estados Unidos, hoy en día tiene sus ventajas y desventajas como todos si se lo quiere elegir como un país proveedor de vehículos, y se realizará el análisis correspondiente para determinar también si cumple con las exigencias de beneficio y rentabilidad de la empresa que realizará la importación directa, en este caso será la empresa Rent a Car.

Palabras claves: Comercialización, vehículos livianos, ventas

ABSTRACT

This research seeks to identify the opportunities that would be had in the commercialization of light vehicles imported from the United States, whether new or used, everything will depend on what the national regulations indicate and whether to incur administrative or legal offenses that make an import operation more expensive. . Furthermore, the objective is to market these vehicles directly with the client or with client companies interested in participating in a direct import. This research has been used in an analytical method and is a type of descriptive study. The United States market, today has its advantages and disadvantages as all if you want to choose it as a vehicle supplier country, and the corresponding analysis will be carried out to also determine if it meets the requirements of profit and profitability of the company that will carry out the direct import, in this case it will be the Rent a Car company.

Keywords:

INDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMEINTOS	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
I. INTRODUCCIÓN	8
1.1. Realidad Problemática	8
1.2. Trabajos previos	12
1.3. Teorías relacionadas al tema	18
1.4. Formulación del Problema	27
1.5. Justificación e importancia del estudio	27
1.6. Hipótesis	28
1.7. Objetivos	28
1.8. Limitaciones	28
II. MATERIAL Y MÉTODO	29
2.1. Tipo y Diseño de Investigación	29
2.2. Población y Muestra	29
2.3. Variables, Operacionalización	31
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	32
2.5. Procedimiento y métodos de análisis de datos	33
2.6. Aspectos éticos	34
III. RESULTADOS	36
3.1. Resultados en tablas y gráficos	36
3.2. Discusión de resultados	48
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	50
4.1. Conclusiones	50
4.2. Recomendaciones	51
REFERENCIAS	52
ANEXOS	55

I. INTRODUCCIÓN.

Hoy en día los efectos del cambio climático son cada vez más palpables o visibles, en este sentido las empresas y las personas que hacen uso de un medio de transporte particular son responsables directa o indirectamente de contribuir a disminuir esta contaminación por medio del mantenimiento de sus vehículos en buen estado o dentro de los parámetros ambientales establecidos por las leyes. Mientras que en países desarrollados donde pueden existir plantas o fábricas de vehículos que les permite renovar sus automóviles sin afectar demasiado el medio ambiente, en países en vías de desarrollo o no desarrollados este problema se agudiza debido al encarecimiento de los vehículos o la falta de propuesta de las empresas para la renovación de los mismos.

En esta investigación se busca identificar las oportunidades que se tendría en la importación directa de vehículos livianos, sean nuevos o usados, todo dependerá de lo que indiquen las normas nacionales y si incurrir en faltas administrativas o legales que encarezcan una operación de importación. Además, el objetivo es comercializar estos vehículos de manera directa con el cliente o con las empresas clientes interesadas en participar de una importación directa. El mercado de Estados Unidos, hoy en día tiene sus ventajas y desventajas como todos si se lo quiere elegir como un país proveedor de vehículos, y se realizará el análisis correspondiente para determinar también si cumple con las exigencias de beneficio y rentabilidad de la empresa que realizará la importación directa, en este caso será la empresa Rent a Car.

1.1. Realidad Problemática

A Nivel Internacional.

En el mundo la compra de vehículos livianos, pesados o superpesados es un negocio rentable y hoy en día debería enfocarse también en ser sustentables, es decir, que también contribuyan al medio ambiente, sin embargo, muchas veces no es así y siempre se presentan problemas o distorsiones en las operaciones que terminan por afectar a los

consumidores finales. A continuación se verá cómo se desarrolla esta problemática en otros países.

Brasil ha sido uno de los países que mejor avanzó en la renovación vehicular en la región sudamericana, que en 2 años logró renovar un parque automotor con 7 años de antigüedad y ello significó aumentar en más de 3 millones de unidades vendidas, lo que ha México le ha tomado cerca de 22 años y aún no llega a esos niveles. Entre las políticas de éxito en dicho país se tiene que, en Brasil se prohíbe la importación de autos usados y los vehículos nuevos originarios de Alemania, Francia, Italia, Japón, Corea y China pagan un impuesto adicional de 35%. Actualmente las ventas de autos en Brasil tienen una tasa de crecimiento entre el 9 y 14% anual, el total de vehículos comercializados en el 2018 fue de 2.47 millones y representó un crecimiento del 13.74% respecto al año anterior. En Brasil las principales marcas comercializadas son Chevrolet, Hyundai, Ford y Volkswagen. (Palomino, 2019)

Por otra parte, según la empresa asesora de compras de vehículos Opcionis CL (2018), en Chile, existen dos modalidades de importación de vehículos. Una es para importar autos con fines comerciales, como la reventa al por mayor, en estos casos el régimen tributario es distinto y ahí la empresa importadora no puede eludir los impuestos de internación correspondientes, y la otra es importar el vehículo directamente, siempre y cuando cumplas con ciertos requisitos como son: “Haber vivido por 18 meses o más de modo ininterrumpido en el extranjero” (párr.. 6). Según Opcionis Cl, aun así, el importador debe pagar un arancel del 6%, más otro del 19%, sin embargo, con todo y esto, al final el costo de vehículo le resultaría menos costoso que importarlo mediante un concesionario.

Según Comercio y Aduanas (2020), en México, a finales de diciembre del 2019, se publicó un decreto que ampliaba la importación de vehículos usados hasta 9 años de antigüedad. Según el sitio Web, para este año 2020, en México se pueden importar vehículos de a 8 o 9 años de antigüedad, es decir, cuyo modelo sea del año 2011. En este sentido, el sitio indica que se debe entender por año/modelo, el año de fabricación que comprende el periodo entre el 1 de noviembre – 31 de octubre del siguiente año. Y las

categorías que podrían importarse son: Para transporte de 15 pasajeros, para transporte de mercancías, y para el transporte de 16 a más pasajeros. Además, todos estos vehículos no debieron tener restricciones o prohibiciones para que cuando circularon en su país de origen, estas medidas son aplicadas para todos los vehículos usados indicaron los autores de este artículo.

En los países de China y Estados Unidos de América, en el 2019, quienes son los principales mercados para automóviles más grandes del mundo, optaron por los autos a gasolina. Pese, a qué en ambos países la novedad y la expectativa por los vehículos eléctricos está en aumento, aun así, prefieren vehículos a gasolina. De ello se puede percibir que los vehículos a gasolina siguen siendo populares o en demanda todavía. Debido a ello, entre los meses de enero y junio el 92% de las ventas correspondieron a automóviles de gasolina. (Fernández, 2019)

A Nivel Nacional.

En el Perú, la antigüedad promedio del parque automotor lleva varios años sin una renovación adecuada. Según la Asociación Automotriz del Perú (AAP), desde hace unos 15 años que la tasa de crecimiento es lenta debería renovarse un 10 % anual, sin embargo, se renueva solamente en un 6%. Según la asociación, de llegar a tal tasa de renovación en el parque local, es decir renovarse un 10%, unos 2.7 millones de vehículos, la venta anual podría aumentar de 175,000 (2018) a 270,000 unidades al año. En relación a esta situación, el presidente de AAP, citado por Córdor (2019), manifestó que, en mientras que en Chile Argentina, Brasil y México en promedio existe 3.7 vehículos por persona, mientras que en el Perú son 12. Esto quiere decir, que no es correcto indicar que estamos saturados, sino mal organizados, porque deberíamos tener más buses que taxis, por ejemplo, deberíamos tener 75 unidades de taxis en lima y hay 200 mil.

Para el Ministerios de Transportes y Comunicaciones - MTC (2019), actualmente existe una necesidad de renovar de manera adecuada y ordenada los vehículos antiguos y obsoletos en el país. Según el MTC, se tiene la necesidad de reemplazar unidades antiguas

y superiores a las establecidas por ley. Actualmente, para ellos, el problema se encuentra en que la velocidad de renovación no va a la misma velocidad que los vehículos obsoletos retirados, proliferan los últimos más que los primeros. Para el MTC, el parque automotor peruano es de aproximadamente uno dos y medio millones de vehículos de los cuales el 85% son vehículos de tipo livianos y el resto, un 15%, son pesados. Asimismo, se mencionó que la mayor concentración esta en los vehículos livianos con una antigüedad mayor a 15 años, que es una proporción de 3 a 1.

En el año 2015, el país del Perú formó parte de un acuerdo ofrecido por las Naciones unidas sobre el Cambio Climático COP21, que se llevó a cabo en Francia, en París, este acuerdo obligaría a los países miembros a esforzarse por reducir la temperatura media en 2 grados centígrados, para ello cada país debe establecer las medidas necesarias que contribuyan al logro de dicho objetivo. En ese contexto, en el Perú se aprobó la ley 30536, en el año 2017, con esta ley, se busca reforzar el combate contra el calentamiento global, contribuir a mantener la salud de las personas en buen estado y crear un parque automotor más seguro y eficiente en nuestras ciudades.

Además, según el diario de circulación nacional, El Peruano (2019), renovar los vehículos viejos y obsoletos por otros nuevos ayuda a la población a reducir los niveles de contaminación y combatir enfermedades respiratorias y cardiovasculares causas por la intoxicación del humo de vehículos viejos, además, al utilizar combustibles limpios y modernos en los vehículos va ayudar a que los danos y accidentes de los antiguos vehículos ya no existan y en general va mejorar la seguridad vial y de contaminación y ello será mejor para toda la población indicaron desde el poder ejecutivo en el anterior decreto mencionado.

Aunque hoy en día las leyes nacionales solamente permitan la importación de vehículos no mayor de 2 años de antigüedad, según el año y modelo, aun así, la importación asesorada de manera directa es una opción que podría contribuir a mejorar la situación actual de los vehículos obsoletos, y mejorar la salud general de la población. (SUNAT, 2020, párr. 5)

A Nivel Local.

Según, RPP Noticias (2016). En la ciudad de Chiclayo circulan aproximadamente 300 mil vehículos, sin embargo, muchos de ellos deberían ser renovados, pero los dueños muchas veces encuentran costoso este proceso. Normalmente los vehículos que se compran a través de concesionarios tienen las características de que son productos para un mercado latinoamericano, es decir, vehículos de alto precio y de calidad media a baja, sin embargo, Los estándares de calidad para otros países como Estados Unidos y Europa, son mucho más elevados.

En la ciudad de Chiclayo, la empresa Rent a Car, es un negocio que recién lleva en el mercado 18 meses, está constituida como persona natural y actualmente se dedica principalmente al alquiler de vehículos para diferentes tipos de clientes como familias, empresas o particulares. Ha realizado la venta de algunas unidades a través de intermediarios. Entre los vehículos que más demandan sus clientes son vehículos modernos que den la sensación de confort y seguridad a la vez. En promedio 6 de cada 10 clientes desean adquirir un nuevo vehículo, sin embargo, no pueden elegir libremente el auto que desean de un concesionario local porque los diseños y modelos son estandarizados o los costos son muy elevados para ellos. Debido a las elevadas solicitudes de intermediación para la compra de vehículos importados a empresa ha visto conveniente analizar este mercado, evaluando sus opciones de importaciones. La empresa tiene la ventaja de tener contacto directo con los usuarios de vehículos y el conocimiento del rendimiento de los vehículos que usan, sin embargo, desconoce los procesos de importación y el impacto que tendría en su empresa.

1.2. Trabajos previos

Internacionales

Ruiz & Suarez, (2015). El título de la presente investigación es: *Comercialización de accesorios decorativos para autos desde Estados Unidos y la demanda en el mercado de Tulumán*. Que tuvo como objetivo principal determinar el nivel de demanda para accesorios decorativos de vehículos de Tulumán que han sido enviados desde San Diego. California-USA. El tipo de investigación fue descriptiva aplicada debido a que buscaron solucionar problemas reales, también se realizaron análisis cualitativos y cuantitativos de la

información. La investigación esta indirectamente relacionada con la importación de vehículos, debido a que se trata de la comercialización de accesorios para estos vehículos y tiene como país de origen Estados Unidos hacia la ciudad de Tulcán en Ecuador. Según los autores, los consumidores locales prefieren los productos de este país por su calidad y variedad. Entre los factores que consideran importantes para una adecuada gestión en la comercialización de estos productos importados mencionan el abastecimiento constante y una entrega segura y personalizada, además establecer una adecuada gestión logística ayudaría en el ahorro de tiempo y dinero.

Monroy, Rodriguez, & Zaldivar, (2016). En su investigación: *Procedimientos de importación para mejorar la rentabilidad en las empresas dedicadas a la comercialización de vehículos automotores usados del área metropolitana de San Salvador*. El objetivo general de la investigación fue determinar la rentabilidad de las empresas salvadoreñas dedicadas a la comercialización de vehículos de automotor. El tipo y diseño de la investigación fue hipotético deductivo, dado que, observaron la realidad de estas empresas dedicadas a la comercialización de vehículos usados que se importan según la normativa 383 del Salvador. Según la investigación existe una demanda creciente de vehículos importados en el Salvador. Similar al Perú en El Salvador, también existe un proceso de nacionalización de vehículos usados. En la investigación también se menciona los diferentes métodos de valoración por el cuál pasan la importación de vehículos, desde el método de valoración según el precio pagado y del ultimo recurso.

Aguilar & Mancera, (2015). El título de la investigación ha sido: *Diagnóstico del impacto de las restricciones a las importaciones de vehículos en la economía ecuatoriana*. El objetivo general de la investigación ha sido Analizar el impacto de la restricción a la importación de vehículos en la economía ecuatoriana, durante el período 2012 -2014. El tipo de investigación y diseño fue exploratorio-descriptivo, fue método de aplicación de instrumentos fue la observación directa y las entrevistas. Entre sus conclusiones y resultados más importantes se tuvo que; la medida impositiva del gobierno hace que los ciudadanos se desanimen de la importación porque les resulta demasiado elevados los costos y gastos y comparando los beneficios con las pérdidas estas son mayores. Según el

estudio, el gobierno debe modificar los decretos emitidos que afectan la renovación de los vehículos en el Salvador y con el tiempo puede traer consecuencias de salud a la población y al medioambiente.

Lascano, (2017). En su investigación titulada: *Estrategia para establecer un sistema de comercialización directa en red en PYMES ecuatorianas del sector automotriz de la industria de repuestos de Quito*. El principal objetivo de esta investigación es establecer las estrategias adecuadas que permitan una comercialización eficaz para las Mypes del Ecuador en Quito. La metodología de investigación aplicada en esta investigación fue descriptiva y propositivo con un diseño no experimental. Se aplicaron como instrumentos tanto encuestas como entrevistas. Las entrevistas se aplicaron a los representantes de las diferentes empresas, y los cuestionarios se aplicaron al público para determinar las partes y piezas que más se demandan en Quito. Luego de la recolección de información los autores plantearon el uso de nuevos canales de comercialización, y la forma es mediante una Red de abastecimiento que permitan un continuo y fluido stock. La comercialización lo plantearon mediante un sistema de venta directa que beneficia tanto a las empresas como al público en general.

Vargas, (2010). En su investigación titulada: *Modelo de Negocio para la Comercialización de Vehículos Eléctricos*. El principal objetivo de investigación de la tesis ha sido desarrollar un nuevo modelo de negocio que permita comercializar vehículos eléctricos en Chile. El tipo de investigación fue descriptiva propositiva, con análisis de contenido y aplicación de entrevistas. Según los resultados de la investigación existe una alta demanda de este tipo de vehículos que fue impulsado por la expectativa de los clientes y por el masivo de los anuncios publicitarios que han influenciado en las precepciones de compra de los consumidores. En la investigación también se concluyó que la mejor área para la comercialización de este tipo de vehículos es la Capital o la región Metropolitana como le dicen. Ello debido a su densidad vehicular. También se estimó una demanda continua para un horizonte de 10 años. El modelo de negocio planteado busca combinar un precio de penetración de mercado con algunos accesorios como la venta de baterías.

Finalmente, el modelo de negocio planteado presenta un TIR del 13% y una van de 1.57 millones de dólares americanos.

Nacionales

Senador, (2018). En su investigación cuyo título es: *Importación y Canales de Distribución de Autopartes de Vehículos, DIREPSA S.A.C., Lima – 2018*. Esta investigación tuvo como objetivo principal o general determinar la relación que había entre el factor importación y la distribución por medio de la empresa Direpsa SAC. El tipo de investigación fue descriptivo, el diseño ha sido no experimental y transversal o transversal. La investigación también tuvo un enfoque hipotético deductivo que le ha sido útil para el análisis. La población lo conformaron los mismos trabajadores de la empresa y fue un total de 28. El instrumento que utilizaron fue un cuestionario de 17 preguntas y se tabulo según la escala de Likert. Según la investigación en sus conclusiones, luego de aplicar el método de correlación para el alfa de Crombach y Pearson, sí existe una relación directa entre la importación y los canales de distribución utilizados.

Gamarra & Prevost, (2016). En su investigación titulada: *Efecto Del País De Origen Sobre La Intención De Compra De Vehículos Livianos Chinos En Lima Metropolitana, 2016*. Tuvo como objetivo principal analizar el impacto en la percepción de compra de vehículos en Lima metropolitana en relación al origen de los mismos. En esta investigación el tipo de estudio aplicado fue descriptivo causal, su diseño ha sido no experimental, con la aplicación de técnicas de muestreo probabilístico simple y también el método de bola de nieve para muestreo no probabilístico. El instrumento de recolección de datos ha sido un cuestionario de siete dimensiones y 45 ítems, que fue aplicado a 207 participantes de 18 años a más en Lima metropolitana. Para estos participantes se tuvo como factor o criterio de inclusión que sean los dueños de un vehículo chino pero liviano. Para esta investigación se determinó que los vehículos livianos serían; las camionetas, los autos, pick up, stage vagón, furgonetas y todos terrenos. En la investigación se concluyó que los vehículos chinos de marcas no reconocidas tienen una variada oferta en cuanto a

modelos y diseños, además su coste está por debajo del 25% de otros vehículos asiáticos de marcas conocidas.

Canales & Dolorier, (2015). La presente investigación titulada: *Propuesta para reducir el plazo de entrega de vehículos nuevos en una empresa del sector automotriz.* Tuvo como principal objetivo determinar cuál es el mejor plazo para de entrega de vehículos livianos. El tipo de investigación fue descriptivo, el diseño ha sido no experimental. La investigación encontró que existen ciertos factores que entorpecen la comercialización de este tipo de vehículos, como por ejemplo que, en el Perú, el tiempo promedio para los tramites de una placa de rodaje son de 15 días, algo que comparado a otros países de la región es 3 a 4 veces mayor, mientras que es otros países este trámite demora 2 a 4 máximo. Esta investigación base su informe en vehículos comercializados de la marca Hyundai en Lima, Chiclayo, Trujillo y Piura. Según la investigación esta marca es la segunda más comercializada a nivel nacional y la demanda de vehículos livianos se encuentra en aumento, sin embargo, si las empresas no aplican correctos pronósticos de demanda, entonces pueden terminar perdiendo incluso la inversión inicial.

Blume, Cruzado, & Zegarra, (2018). En su investigación titulada: *Análisis de las estrategias de comercialización de vehículos livianos de marcas chinas en el mercado peruano y planteamiento de estrategias para su comercialización.* Tuvieron como principal objetivo de investigación Analizar las diferentes estrategias de comercialización que aplican algunas empresas de marcas chinas en el mercado peruano para la importación de vehículos livianos. La metodología aplicada en esta investigación fue de tipo exploratorio-descriptivo. Entre las principales conclusiones de esta investigación se tuvo que las empresas que comercializan marcas chinas varían sus estrategias de comercialización en función de aspectos como el valor de los vehículos, las normas legales y el financiamiento. También se realizó una encuesta que les permitió medir la percepción de los clientes respecto a las marcas chinas de vehículos livianos. Entre las conclusiones de este aspecto, es que los vehículos de marcas chinas son de baja calidad, aun así, se determinó que las marcas chinas enfocan sus estrategias en clientes

corporativos y particulares. Y el incremento del ISC para ese tipo de bienes ha tenido un impacto en las estrategias del mismo.

Locales

Constantino, (2017). En su tesis: *Plan de Importación de neumáticos radiales desde China para el parque automotor de la ciudad de Chiclayo*. Tuvo como principal objetivo elaborar una propuesta para la importación de neumáticos radiales de China para el parque automotor de Chiclayo en el año 2017. El tipo y diseño de la investigación fue de tipo exploratorio y descriptivo, donde aplicaron técnicas de análisis de contenido y entrevistas. Según las conclusiones del autor, en Lambayeque existe un gran número de unidades móviles; es por ello, que se ven motivados a ofrecer una variedad de calidad en sus productos, el producto a importar y comercializar se refiere a una línea de neumáticos, cuyo proveedor principal sería la empresa HangZou Zhongce TLD. Y aquí en Chiclayo sería la empresa Multillantas Pique SAC. Según el autor en el Perú, el ritmo de crecimiento de llantas es creciente por lo cual también se debe al TLC con China, quien es el principal productor de llantas en el mundo, se esta manera se puede generar una oportunidad de negocio para un mercado dinámico.

Castro, (2014). En su investigación titulada: *Impacto en las ventas de Nor Autos Chiclayo S.A.C. en el periodo 2009-2013, por la financiera Mitsui Auto Finance Perú S.A – Chiclayo*. Cuyo objetivo general fue determinar la relevancia del efecto multiplicador en la industria automotriz en relación a este sector. El tipo de investigación fue analítica, se utilizaron como instrumentos de recojo de datos; el análisis de contenido y otros. Según la investigación la actividad relacionada a esta industria genera indirectamente cinco puestos de trabajo por cada uno de esta industria, es decir, si existe ese efecto multiplicador. Según el autor, en el Perú y en Chiclayo, no existen empresas que fabriquen vehículos livianos o pesados o semipesados, solamente existen distribuidores, puntos de venta, ensambladores. En Chiclayo existe una concesionaria que tiene la mayor participación de mercado y es Nor autos Chiclayo que abarca poco más del 60% del mercado de vehículos en Lambayeque. Según la investigación la empresa Nort Autos de Chiclayo ha tenido un

desempeño positivo en comercialización y venta de vehículos livianos y una de las estrategias ha sido utilizar la financiera Mitsui Auto Finance, como una alternativa de crédito.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Teorías del comercio internacional

Las teorías del comercio internacional están relacionadas a los primeros pasos de intercambio del hombre, desde inicio la división del trabajo entre cazadores y recolectores, ya hubo necesidad de intercambio, sin embargo, en ese entonces no existen en los modelos teóricos que podrían explicar la razón de los diversos fenómenos sociales. Es así, que el llamado padre de la Economía Adam Smith, en 1776, en su libro la riqueza de las naciones empieza a explicar con modelos matemáticos y bajo ciertos supuestos teóricos la razón del intercambio entre las naciones. La primera teoría del comercio internacional que surge como tal es la de la Ventaja Absoluta, la cual menciona que la razón por la cual una nación debe adquirir productos de otra es porque es menos eficiente en la producción del mismo y esto se debe a razones de ciertas condiciones como son los factores de producción. Entonces para Adam Smith, la exportación se explica porque el país es más eficiente produciendo ese bien y debe enfocar todo su esfuerzo en ello y debe comprar o importar aquello para lo cual no tiene suficientes recursos.

Otra teoría igualmente nacida en Inglaterra es la teoría de La Ventaja Comparativa, presentada por David Ricardo hacia 1817. A diferencia de Smith, para Ricardo las naciones si pueden exportar aquello en lo que incluso tienen una desventaja, es decir no debe dejar de producir un bien solamente porque no tiene todo a su favor, sino que debe buscar producir y exportar aquello en lo que tiene la menor desventaja y debe importar aquellos en los que tiene una mayor desventaja.

Y en tiempos recientes, otras teorías que se podría considerar en esta investigación es el de los factores de producción de Heckscher y Ohlin de 1874, ellos mencionan que se debe producir y exportar aquella en lo que se tiene una mayor abundancia de dicho

factor de producción, es decir si existe uso intensivo de mano de obra y además en ese país existe abundancia de mano de obra entonces se debe exportar ese bien. Este es un modelo que han optado algunos países como Tailandia, Taiwán y China. Donde tienen abundancia de mano de obra y calificada para ciertos productos; unos para la industria textil, otros para el calzado y otro para la tecnología.

1.3.2. Importación de vehículos

A. Definición de importación

La definición de importación tiene sus orígenes en los términos económicos que se manejan para mencionar los excedentes o faltantes en la economía. Importar implica traer algo fuera de...para una escasez en el país. Con el tiempo el traer o ingresar productos de otros países u otros territorios ha implicado que se paguen impuestos o tributos. Luego se han ido agregando otras nociones como lo del territorio nacional y territorio aduanero.

El concepto de importación facilita la incorporación a un mercado de aquellos elementos que no pueden producirse en ese lugar o que por precio resultan inaccesibles. (García, 2017)

Para algunas instituciones relacionadas al comercio internacional, mencionan que la importación implica todos los bienes y servicios que compra un país del extranjero y luego son ingresados a su país para su utilización pasen por ciertos controles y pagos. Según esta concepción una importación implica diferenciar a un importador y un exportador, uno es el comprador un bien legítimo para usarlo y el otro es el que vende dicho bien. (Comercio y Aduanas, 2020)

Según algunos autores, las importaciones, se las conoce frecuentemente debido a que son sujeto de regulaciones o restricciones económicas o no económicas, estas regulaciones los aplican los países de entrada. Debido a ello, existen actualmente muchos acuerdos comerciales o convenios que permiten evitar estas restricciones o regulaciones. (Kiziryan, 2020)

Según la Superintendencia de Administración Aduanera del Perú, la importación es un régimen aduanero que hace posible el ingreso de diversas mercancías extranjeras al territorio aduanero, después de haber pagado los derechos arancelarios correspondientes, o de haber dejado una garantía exigida por Estado o por los órganos competentes, luego estos productos podrán ser nacionalizados y consumidos o utilizados a criterio del importador. (Sunat, 2016)

B. Tipos de importación

Importación para el consumo

Es una importación que se realiza para que el bien sea consumido o utilizado definitivamente a su llegada al país de destino. Es la clase de importación más habitual. Para poder disponer de los bienes importados, primero deberá pagar los tributo e impuestos establecidos por ley, caso contrario caerán en un abandono legal y las autoridades del país serán los nuevos propietarios y podrán disponer del bien de acuerdo a los procesos y lineamientos para esos casos.

Importación temporal

Es un proceso de importación que permite devolver el bien importado después de un tiempo establecido por las autoridades competentes en el país de destino. Normalmente en este tipo de importación el bien sufre algún cambio como reparación, ensamble o mejora y luego vuelve a su país de origen. Si se pasa del tiempo establecido, entonces debe pagar los impuestos que debió pagar en una importación para el consumo.

Reimportación

A diferencia del anterior, este producto salió al exterior para sufrir alguna mejora, reparación o transformación por un tiempo establecido por las autoridades de ambos países, origen y destino, y ahora debe volver a ingresar. En este caso también se pide la exoneración del pago de ciertos impuestos, sin embargo, si se pasa del tiempo establecido, tendrá que pagarlos, incluso se le pueden agregar unos intereses.

C. Proceso de Importación

Primer paso: analizar y ver cuáles serían los requisitos mínimos de calidad para realizar una importación de Estados Unidos a Perú, aquí se tendrá que tomar en cuenta el kilometraje, siniestralidad, la antigüedad, la posición del timón, la emisión de gases, etc., Aquello que se menciona en el DL 843-2018 y DS 005-2020-MTC.

Segundo paso: verificar todos los documentos que se necesitan para la importación de dicho vehículo, esto es tener el Código de Identificación vehicular (VIN). Contar con una Ficha técnica de Inspección, un reporte de inspección emitido por una Entidad verificadora autorizada.

Tercer paso: Realizar la operación de compra en origen. Es decir, determinar las condiciones de compra como punto de entrega, costos y gastos en origen y destino, transporte internacional. Pagos de tributos e impuestos en origen y destino. Determinar el medio de pago y el Incoterms según su versión.

Cuarto paso: Realizar el despacho de importación según lo acordado en el punto anterior, considerar si se transportará como carga rodante o como un producto en contenedor.

Quinto paso: Realizar el desaduane en destino y la entrega al cliente final según lo acordado anteriormente. Este paso también implica entregar la mercancía lista para que en cliente puede iniciar los trámites de circulación sin mayores problemas ante el Ministerio de Transporte y comunicaciones-MTC.

(Usapercars, 2020)

1.3.3. Comercialización (Caurin, 2018)

A. Definición de comercialización

Se puede decir que la comercialización es algo inherente al hombre antiguo, moderno y contemporáneo, es una relación entre lo que tiene como excedente y lo que busca para su bienestar y no lo tiene, y de esta forma mantener su supervivencia individual y social, esto es debido a que no somos autosuficientes y no se puede producir lo necesario para serlo entonces debemos adquirir lo que hace falta para completar nuestro ciclo de comercialización, ahí es donde nace el intercambio, debido a la no autosuficiencia. El

intercambio es un origen social para las empresas y para las personas no es un origen de orden natural sino social. (DEFINICIÓN.CO, 2015)

La comercialización es la suma total de las actividades desarrolladas que facilitan que un producto llegue finalmente a las manos del consumidor. (Economipedia, 2020)

La comercialización se originó debido a la necesidad que el ser humano tuvo de hacer intercambios de todo el excedente de su propia producción por otros productos, mercancía, bienes o servicios, con la finalidad de completar sus necesidades para lograr sobrevivir y tener bienestar. Las personas no tenemos tanta capacidad para poder producir todo lo que necesitamos para poder mantenernos, es por eso que el hombre se ve en la necesidad de realizar intercambios para poder tener todos los bienes necesarios para subsistir.

Eso significa, que el intercambio es fundamental para el sostenimiento biológico del ser humano, no se trata de una cuestión de origen natural, sino de un producto social y de las relaciones sociales establecidas con este propósito. (Pacheco, 2019)

B. Estrategias de comercialización

Estrategias de producto

En las estrategias de productos podemos decir que se diferencian las estrategias enfocadas a desarrollar un producto piloto, a lanzar un producto en pequeña escala, o en lanzar un producto a gran escala. En cualquiera de estas estrategias lo importante es tener primero las características finales del producto y luego ir desarrollándolas poco a poco. Antes de lanzar la estrategia hay que tener todo listo, en este proceso también implica ver si se prepara estrategias para productos únicos o para líneas de productos. Es mejor tener claro lo que se prepara para el cliente, un producto o una variedad de productos.

Estrategias de precio

La estrategia de precios, es una de las fáciles de desarrollar, sin embargo, es la más susceptible para el público y el error de plantear inadecuadamente los precios pueden afectar a toda la empresa, incluso a la imagen de otros productos. Entre las estrategias que

se pueden utilizar tenemos 3; la estrategia de fijación de precios bajos para una mayor penetración en el mercado, es buscar una rápida expansión, sin embargo, hay que evaluar si esto se puede mantener en el largo plazo. También está la estrategia de precios alto o de descremado, es decir se busca ser selectivos con el público, es como decir, este producto no es para todos, solamente para aquellos que pueden pagarlo, para esta estrategia hay que acompañar a los productos con elevados estándares de calidad o productos únicos o bien diferenciados. Y la última estrategia es la de precios límites y máximos, es decir ofrece al mercado un producto accesible, pero con una mayor ganancia que en la estrategia de precio bajos.

Estrategias de distribución

Las estrategias de distribución se enfocan en determinar el mejor medio de hacer llegar el producto a manos del cliente de la empresa. El análisis de los canales de distribución está en función de las capacidades de la empresa. Por ejemplo: si la empresa no es capaz de llegar directamente al cliente final entonces ha de trabajar con distribuidores o mayores, Si el cliente es capaz de llegar al cliente final pero no sabe cómo contactarlos o ubicarlos entonces debe contratar un agente o un corredor. Cada canal tiene su alcance y sus ventajas y desventajas, en un se puede tener un contacto directo con el cliente y observar sus reacciones y en función de ello mejorar o desarrollar nuevos productos, mientras que en otro, te compran en grandes volúmenes.

Estrategias de comunicación

Las estrategias de comunicación son necesarias e indispensables para hacer llegar el mensaje correcto al cliente, sin distorsiones y sin engaños. Para ellos se deben desarrollar actividades enfocadas en las diferentes etapas de las estrategias comunicativas. Normalmente estas estrategias implican un análisis del público objetivo y su relación con el producto. Entre las diversas estrategias de comunicación se pueden utilizar medios como puede ser la televisión, las redes sociales, directamente, a terceros. Ahora bien, en toda estrategia de comunicación lo principal es presentar el producto y hacer que eso también se una a la imagen de la empresa. Porque detrás de cada producto hay una empresa y esta empresa también debe ser confiable como el producto.

C. Tipos de intermediarios

1. Distribuidor

Es un intermediario que se caracteriza por tener una estrecha relación con los proveedores y clientes, además maneja una variedad limitada de productos, sin embargo, son complementarios entre sí. Otra característica es que también manejan compras grandes y a veces ellos mismos son los productores y fabricantes. Tienen políticas de ventas para mayoristas y minoristas y son un gran apoyo en aspectos de promoción y comercialización a gran escala.

2. Mayorista

Es un intermediario que compra en grandes volúmenes de productos y los almacena para luego venderlos a los minoristas. Maneja una variedad de productos. Y tiene una cartera definida de clientes que bien pueden ser ubicados o seleccionados por ellos mismos.

3. Minorista

El minorista es un intermediario que tiene contacto directo con los clientes finales o consumidores, compra para vender directamente, sus volúmenes de compra son pequeños pero son los que más pagan por un producto.

4. Corredor

El corredor o también conocido como bróker, su función o característica principal es colocar el producto, pero si estar en posesión del mismo. Actúa como un intermediario en el sentido que, es capaz de reunir o contactar a compradores y vendedores. El también recibe su pago en función de un porcentaje o un monto específico, sin embargo, sus servicios se deben pagar se realice o no la venta.

5. Facilitador o empresa de logística

Las empresas logísticas son un colaborador que provee diversos servicios como transporte, distribución, embalaje, envío y tramites de documentos de la operación logística, más que un intermediario vendedor es un intermediario que ayuda a la venta y es como un aliado que puede agregar valor a la venta si se cumple con las expectativas del cliente.

6. Agentes comerciales

Un agente comercial es un tipo de intermediario que en un inicio hace propia la mercancía y la ofrece como tal, es conocedor del mercado y de los principales compradores, realiza sus esfuerzos basándose en su conocimiento del mismo y de su funcionamiento. A cambio de sus esfuerzos por colocar el bien o la mercancía recibe una comisión, la cual normalmente es un porcentaje de la venta del bien.

D. Plan de comercialización

1.- Visión general

Para un plan de comercialización, el primer aspecto a definir lo aclarar es la visión respecto al público y al producto que se quiere atender. No se podrá tener claro la visión del plan si no se determina adecuadamente las características de tamaño y aspecto del público que se va satisfacer. Y de igual forma se tiene que tener claridad sobre lo que se quiere ofrecer. Adicional a ello se puede enfocar en tener identificada el comportamiento general de la demanda, es decir evaluar si la demanda aumentará o disminuirá con el tiempo.

2.- Objetivos del plan de comercialización

En esta fase o etapa del plan de comercialización e debe definir los objetivos para el corto y mediano plazo, tanto desde un enfoque cualitativo como cuantitativo. Las proyecciones que se realizan deben considerar siempre las capacidades actuales y futuras de la empresa. Para ello se puede estimar tasas de crecimiento en base a datos históricos de ventas de la misma empresa o del promedio del sector. A veces, se tiene productos estacionales, entonces hay que evaluar que las proyecciones no deben ser iguales en los años o periodos. Hay que recordar que toda la empresa y sus esfuerzos se alienan en función de estos objetivos, entonces hay que tener cuidado, al definirlos.

3.- Análisis de los clientes

En todo plan de comercialización los clientes son un aspecto esencial para analizar debido a que son uno de los activos más importantes, en cierto sentido son los que mantiene viva toda empresa. Por tal motivo, toda empresa debe iniciar por clasificar adecuadamente su cliente, segmentarlo y elegir sus nichos adecuados para hacer mejor sus estrategias de mercado. Se recomienda que los grupos se seleccionen teniendo en cuenta algunos

aspectos como sus necesidades, gustos, y capacidad de compra similares. El análisis de los clientes se puede dar por etapas o fases, y en cada una de ellas se tiene que enfocar los mayores esfuerzos en encontrar lo que realmente buscan o necesitan y luego proveer estos productos o servicios, y si no se los tuviera, entonces, habrá que crearlos u obtenerlos, sin embargo, en toda fase se debe evaluar los beneficios o rentabilidad. Existen diferentes formas de segmentar los clientes, puede ser por ubicación geográfica, por aspectos demográficos como edad, sexo, educación, etc., puede ser por hábitos de compra, o psicográficos que son los llamados estilos de vida.

4.- El producto o servicio

Respecto a los productos o servicios todo plan de comercialización debe analizar las diferentes fuerzas o factores que los afectan, en este caso, es fundamente realizar un análisis FODA para determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tienen los productos frente a la competencia, esto sería en un contexto externo o de mercado, y también debe realizarse en un contexto interno en relación a las posibles ventajas y carencias de los productos. En este sentido, también resulta favorable si se realiza un análisis del sector en el que se participa y sobre todo enfocarse en lo que el cliente busca o desea, porque es más provechoso para la empresa identificar aquello que valora el cliente más en un producto y de aquí pueden surgir las oportunidades de valor, el cliente valora más a veces la utilidad que la calidad o el servicio adicional que el producto en sí. Entonces hacer este análisis es indispensable.

5.- La Competencia

Como parte de todo plan de comercialización se ha de prestar especial atención la competencia, el cual es uno de factores determinantes al momento de enfocar los esfuerzos de la empresa. Muchas veces el no hacer un verdadero análisis de la competencia implica llevar al fracaso a los productos o servicios que en un inicio si tenían un futuro provechoso. Primero se debe entender que la competencia en un enfoco natural en todo desarrollo y por lo tanto es algo con lo que tarde o temprano toda empresa se encuentra. Es necesario hacer un análisis de este factor recabando la información necesaria de quienes son sus proveedores, clientes y medios de comercialización. A veces se piensa que esta tarea de analizar la competencia es sencilla, sin embargo, es todo lo contrario, puesto que

se debe recurrir a diversas fuentes de información y muchas veces estas fuentes hay que evaluar su valor en relación a lo que se busca. En todo plan de comercialización el análisis de la competencia es crucial pues debe compararse los indicadores propios con los de ellos y ver la capacidad que tiene la empresa para aprovechar las oportunidades y evitar las diversas amenazas, sean de amenazas locales, nacionales o internacionales.

1.4. Formulación del Problema

¿De qué manera la importación directa para la empresa Rent A Car puede mejorar su comercialización de vehículos livianos en la ciudad de Chiclayo?

1.5. Justificación e importancia del estudio

El por qué y para qué de esta investigación se basa en la necesidad de brindar opciones de mejorar la salud ambiental debido a la elevada contaminación producida por vehículos livianos que transitan sin cumplir las normas de antigüedad o de mantenimiento, además debido a un deficiente manejo de parte del Estado de mejores políticas medioambientales en este sector es necesario que los empresarios de venta de vehículos ayuden a renovar el parque automotor nacional.

La justificación teórica se basa en que esta investigación recoge leyes y decretos que promueven la renovación de vehículos y esta investigación al concluir será un documento de consulta sobre las diferentes teorías que la sustentan y procesos adecuados para la importación directa.

En la justificación práctica, tenemos que las empresas y personas que desean realizar una importación directa tendrán a su alcance la posibilidad de reducir sus costos de importación y a la vez mejorar el rendimiento de sus unidades antiguas.

En la justificación social, pensamos que al ayudar a las empresas y personas a adquirir nuevos vehículos que no contaminen en medio ambiente a precios accesibles y donde ello

contribuye también a mejorar la conciencia de reducir el impacto ambiental cuando se utilizan vehículos nuevos y más amigables con el medio ambiente.

1.6. Hipótesis

Si se desarrolla una propuesta de comercialización para la empresa Rent A Car, entonces podrá mejorar su venta de vehículos livianos de Estados Unidos.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Desarrollar una propuesta de importación de vehículos livianos de estados unidos para mejorar el nivel de comercialización de la empresa Rent A Car, en Chiclayo.

1.7.2. Objetivos específicos

- a. Describir la situación actual de la empresa Rent A Car, analizando los factores internos y externos respecto a la importación de vehículos de Estados Unidos.
- b. Determinar la modalidad de importación más adecuada para vehículos livianos, sean nuevos o usados, de Estados Unidos para el año 2020.
- c. Analizar el proceso de importación de vehículos livianos importados para la empresa Rent A Car, en la ciudad de Chiclayo.

1.8. Limitaciones

En la presente investigación con las limitaciones que hemos encontrado han sido en relación al limitado contacto con las personas responsables del proceso de importación.

Otra limitación ha sido la búsqueda de fuentes de información, debido a la situación de la pandemia, existen algunas instituciones y empresas del que aún no ha iniciado sus operaciones y ello dificulta el recabar la información oportunamente.

El tiempo también ha sido un limitación para esta investigación dado que los plazos de entrega de los trabajos para el informe final se ha reducido y ello limita que se pueda hacer una trabajo más amplio.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y Diseño de Investigación

2.1.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación es la investigación exploratoria y descriptiva propositiva. Es exploratoria dado que se investigará más sobre la importación de vehículos livianos de conociendo los documentos, operadores de comercio exterior, y los elementos logísticos que mejoraron la rentabilidad en este proceso. Por otra parte, se le considerará descriptiva porque se va determinar las características de la estrategia logística que más se adecuará a la importación de vehículos livianos.

2.1.2. Diseño de investigación

El diseño es no experimental y transeccional. Es no experimental porque se observó los hechos, la realidad y sus variables (La importación de vehículos livianos y la comercialización) de tal manera que no serán manipuladas, sino tal y como actualmente se encuentran (Bernal, 2010). Por otra parte, es transeccional debido a que se hará la recolección de datos en un momento específico y una sólo vez, esto será para el periodo 2019-2020.

2.2. Población y Muestra

2.2.1. Población

La población estuvo conformada por las diferentes personas que trabajan en la empresa Rent A Car, entre los que se encontraron: 1 gerente, 1 administrador, 20 operarios, 1 supervisor, 1 jefe de compras. En total fueron 2 personas a quienes se preguntará sobre el proceso de importación. Así mismo se creyó conveniente considerar la información de 5 especialistas o expertos en la importación de vehículos livianos.

Tabla 1. Población estudio de la empresa

Descripción	Cantidad
Empresa	2
Especialistas	5
Total	7

Fuente: Empresa Rent A Car, 2020

Formula:

Margen de error: 10%

Nivel de confianza: 95%

Tamaño de Población: 7

Tamaño de muestra: 7

Ecuacion Estadistica para Proporciones poblacionales

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza deseado

p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e= Nivel de error dispuesto a cometer

N= Tamaño de la población

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

2.2.2. Muestra

El tipo de muestreo que se utilizó para seleccionar la muestra es el no probabilístico por conveniencia debido a que dependió del acceso a los individuos que puedan brindarnos información, además se consideró que es necesario trabajar con toda la población debido que es pequeña, menor a 30 individuos. (Sampieri, 2009)

Criterio de inclusión

- Gerente de la empresa Rent A Car
- Coordinador de importación y logística
- Especialistas en la importación de vehículos

Criterio de exclusión

- Que no cumplan los requisitos anteriores

2.3. Variables, Operacionalización

Variables	Dimensiones	Indicadores	Técnicas E Instrumentos
V1 Importación de vehículos livianos Es el régimen aduanero que luego de pagar los tributos e impuestos correspondientes se nacionaliza la nacionalización de las mercancías que hayan ingresado al territorio aduanero nacional, estas mercancías luego pueden ser usadas o consumidas. (Sunat, 2016)	D1: Funciones y políticas.	Tipo de normas de importación	Entrevistas y análisis de contenido
		Vigencia de políticas de importación	
	D2: Régimen de importación	Tipo de régimen	Entrevistas y análisis de contenido
		Tiempos y plazos de importación	
		Sanciones e infracciones relacionadas	Entrevistas y análisis de contenido
	D3: Proceso de importación	Tipo de vehículo a importar	Entrevistas y análisis de contenido
		Tipo de transporte internacional	
		Permisos y trámites en Aduanas de origen y destino	Entrevistas y análisis de contenido
		Documentos aduaneros	
		Documentos de transporte local e internacional	
V2 Comercialización	D1: Forma de comercialización	Comercialización directa	Entrevistas y análisis de contenido

La comercialización es el conjunto de actividades desarrolladas para facilitar la venta y/o conseguir que el producto llegue finalmente al consumidor. (Economipedia, 2020)		Comercialización indirecta	Entrevistas y análisis de contenido
	D2: Tipos de distribuidor	Concesionario	Entrevistas y análisis de contenido
		Mayorista	Entrevistas y análisis de contenido
	D3: Estrategias de comercialización	Estrategias de precios	Entrevistas y análisis de contenido
		Estrategias de distribución	Entrevistas y análisis de contenido
	D4: Plan de comercialización	Tipos de clientes	Entrevistas y análisis de contenido
Análisis de la competencia		Entrevistas y análisis de contenido	

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Durante el proceso de investigación, en el afán de la recolección de la información procesarla, organizarla y presentarla; teniendo en cuenta el logro de los objetivos de la investigación, se utilizó de acuerdo a las características de las variables las siguientes técnicas e instrumentos.

Técnica	instrumento	finalidad	acciones
Entrevista	Guía de entrevista	Obtener información de parte del área de gerencia y especialistas sobre el proceso logístico y de importación.	Este instrumento servirá para recabar información de gerencia y aplicar a la

			estrategia logística.
Análisis de contenidos	Guía de análisis de datos	Recabar datos sobre la variable importación de vehículos livianos y la comercialización.	Este instrumento se usará para documentos y páginas Web relacionados al tema.

2.5.Procedimiento y métodos de análisis de datos

- Se determinaron las fuentes de donde recabar la información para la investigación
- Se contactó con las fuentes de información primaria y se revisó las fuentes de información secundaria.
- Se definió las técnicas e instrumentos para recabar la información.
- Se analizó y comparó la información para clasificarla según los objetivos planteados.
- Se procesó la información y se elaboraron tablas y figuras que ayudaron a su presentación.

Métodos de análisis de datos

La observación: mediante este método el investigador observará los sucesos y hechos tal como suceden en la realidad, el investigador aplicara un instrumento que es la entrevista también que le ayude a recabar información para este método de análisis y así determinar el mejor proceso de importación para los vehículos livianos procedentes de Estados Unidos.

El análisis de contenido: Este método es útil cuando se trabaja con fuentes de información secundaria procedentes de reportes oficiales que permiten compara y analizar datos para luego tabularlos y así obtener un mejor diagnóstico de la importación de vehículos livianos y

luego ver en función de los indicadores de rentabilidad de la empresa como elaborar estrategias que ayuden a comercializar estos vehículos.

Primero se identificó a los sujetos a entrevistar y recabar datos de fuentes secundarias, luego se aplicó los instrumentos, posteriormente se agrupó la información recopilada por objetivos y se tabuló en cuadros Excel 2016, para las encuestas se utilizó el software SPSS 22, al final se utilizaron tablas y figuras para expresar mejor los resultados, finalmente para una mejor presentación de los resultados y de la investigación se utilizó el formato PDF.

2.6.Aspectos éticos

Para una mejor presentación coherente y de forma del trabajo se utilizó como referencia las normas APA en su sexta edición. Entre los aspectos de ética en esta investigación se utilizó el criterio de la *objetividad*, es decir se analizó la información sin distorsionar los datos o información recolectada, sin influir por intereses personales del investigador.

Otro criterio que se consideró es la *confidencialidad*, es decir, la información sensible de la empresa fue utilizada solamente para fines académicos y no se hizo pública sin autorización de la empresa.

2.7.Criterios de rigor científico

Los criterios de rigor científico tenidos en cuenta para esta investigación fueron los siguientes:

Credibilidad

la investigación se desarrollará mediante la aplicación de los instrumentos o técnicas de estudio, la cual determinará los datos verdaderos a través de los gráficos.

Validez

en la investigación, para la recopilación de datos a través de los instrumentos se validarán por los especialistas del tema y un profesional de metodología en investigación científica para la recopilación de datos.

Confiabilidad

Se describirán con la mayor confiabilidad, los resultados que se obtendrán de la empresa Agroindustrias Salas.

III. RESULTADOS

3.1. Resultados en tablas y gráficos

A. Situación actual de la empresa Rent A Car según los factores internos y externos para la importación de vehículos de Estados Unidos

La empresa Rent a Car, es un negocio que recién lleva en el mercado 18 meses, está constituida como persona natural y actualmente se dedica principalmente al alquiler de vehículos para diferentes tipos de clientes como familias, empresas o particulares. Ha realizado la venta de algunas unidades a través de intermediarios. Entre los vehículos que más demandan sus clientes son vehículos modernos que den la sensación de confort y seguridad a la vez. En promedio 6 de cada 10 clientes desean adquirir un nuevo vehículo.

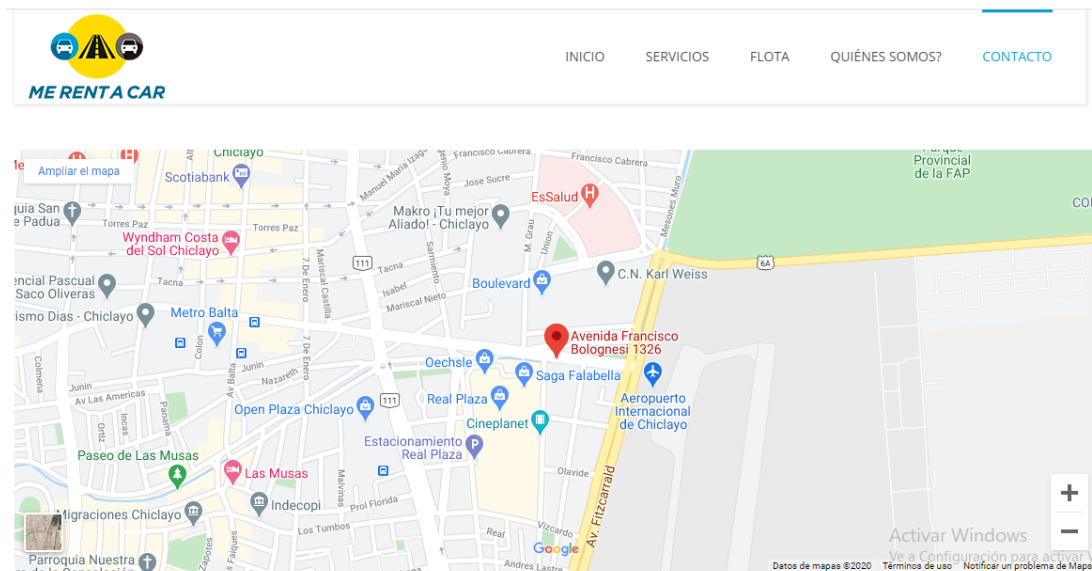


Figura 1. Mapa De Sitio De La Empresa Rent A Car – Chiclayo

QUIÉNES SOMOS?

SOMOS UNA EMPRESA SERIA CON VISIÓN DE NEGOCIO.



Figura 2. Imagen de la visión de la empresa Rent a Car Chiclayo

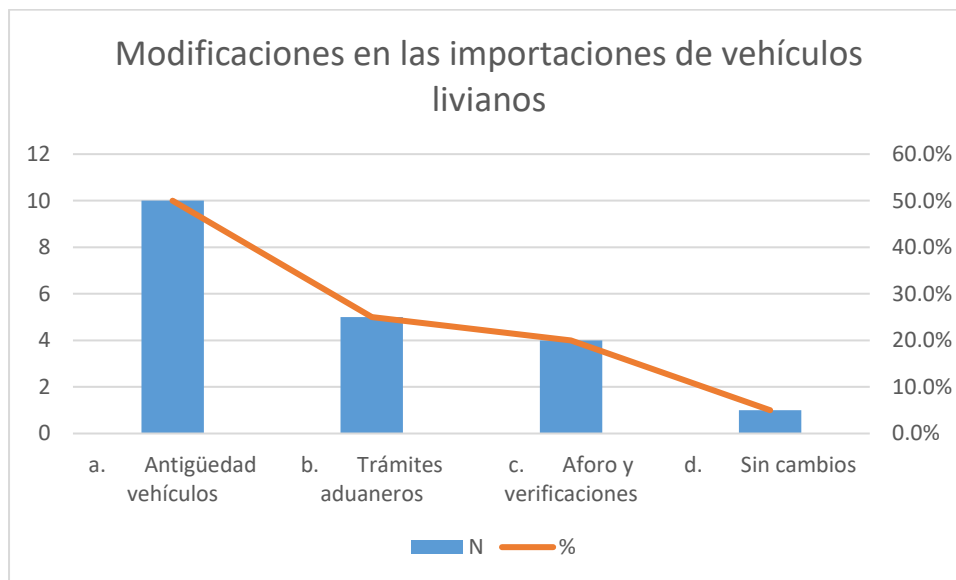
B. La modalidad de importación más conveniente para vehículos livianos de Estados Unidos.

En relación a la modalidad de importación más importante y adecuada para importación de vehículos de estados unidos se tiene 8 preguntas que abarcan diversas características y aspectos relevantes entre ellos se tienen a los siguientes:

En la siguiente tabla se aprecia que normalmente la importación de vehículos livianos está sujeto a diferentes cambios entre ellos se tiene que el 50% se refiere a la antigüedad de vehículos, seguido por los cambios en los tramites aduaneros con el 25%.

Tabla N 1. Modificaciones en las importaciones de vehículos livianos	N	%
a. Antigüedad vehículos	10	50.0%
b. Trámites aduaneros	5	25.0%
c. Aforo y verificaciones	4	20.0%
d. Sin cambios	1	5.0%
Total	20	100.0%

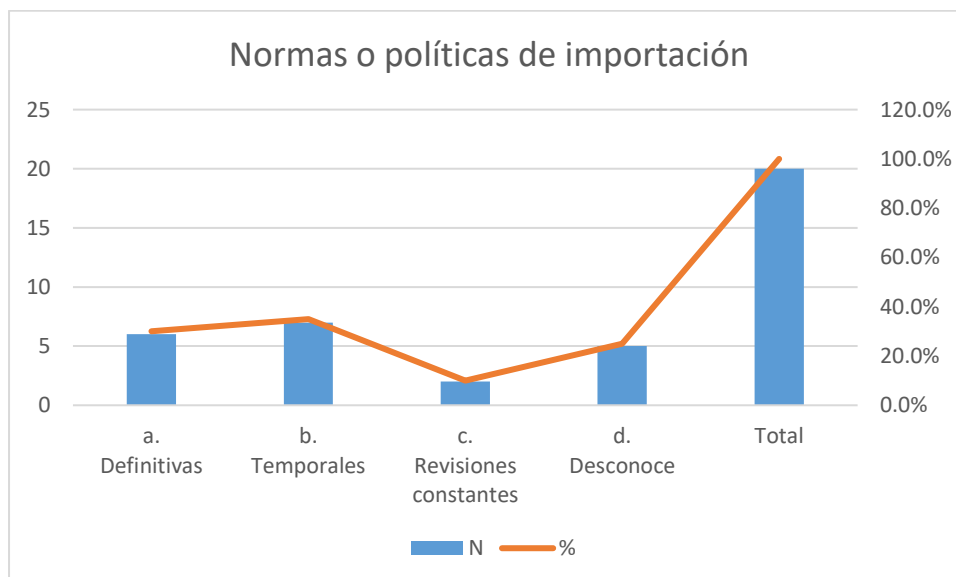
Fuente: Elaboración propia



En la siguiente tabla se aprecia que la duración de las normas y políticas que afecta a la importación de vehículos livianos mayormente son definitivas con el 30% se, seguido por los cambios que son temporales con el 35%.

Tabla N 2. Normas o políticas de importación	N	%
a. Definitivas	6	30.0%
b. Temporales	7	35.0%
c. Revisiones constantes	2	10.0%
d. Desconoce	5	25.0%
Total	20	100.0%

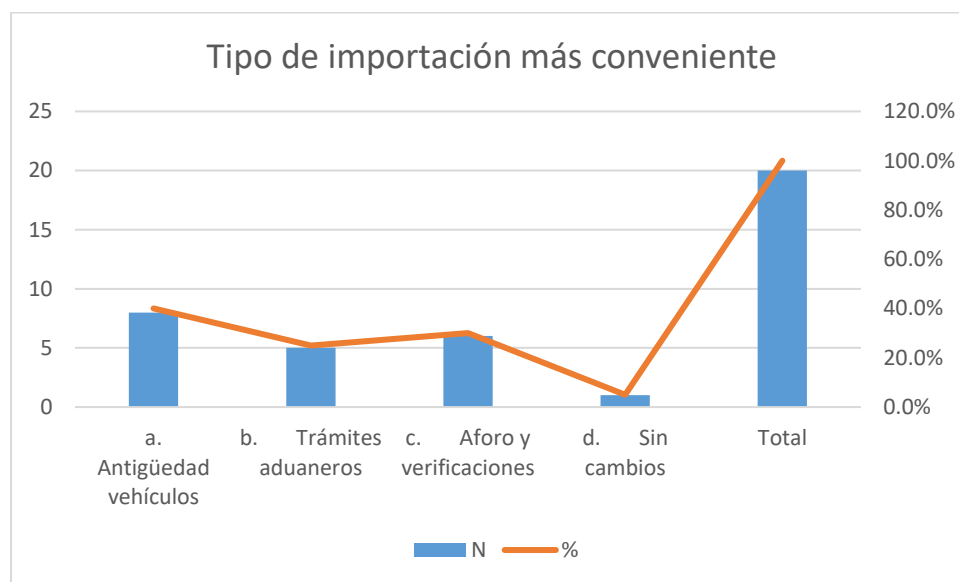
Fuente: Elaboración propia



En la siguiente tabla se aprecia que el tipo de importación se ve afectada afectada por diversos factores, entre ellos se tiene que el 40% se refiere a la antigüedad de vehículos, seguido por los aforos y verificaciones con el 30%.

Tabla N 3. Tipo de importación más conveniente	N	%
a. Antigüedad vehículos	8	40.0%
b. Trámites aduaneros	5	25.0%
c. Aforo y verificaciones	6	30.0%
d. Sin cambios	1	5.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Elaboración propia

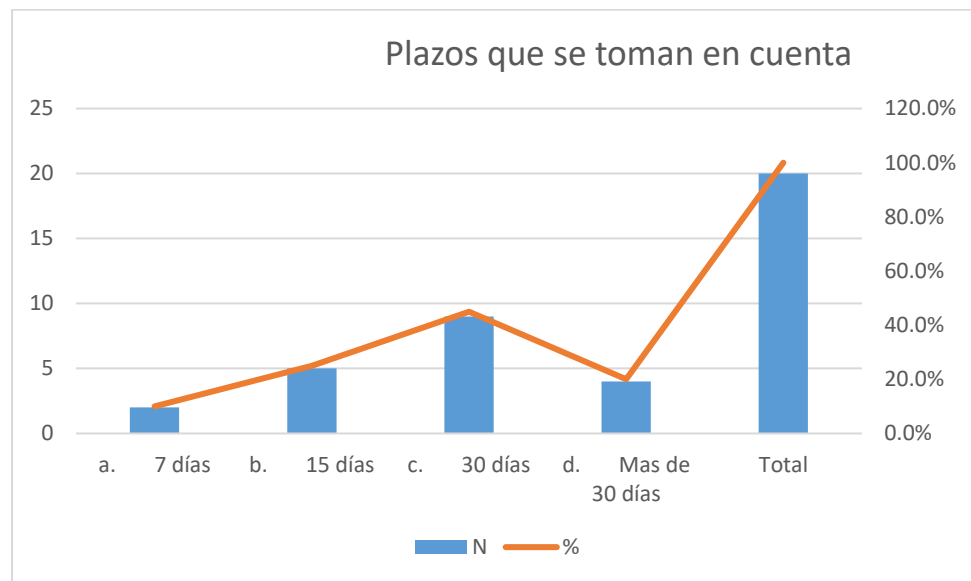


En la siguiente tabla se aprecia que los plazos o tiempos que se toman en cuenta al momento de la importación de vehículos se tiene que el 45% piensa que estos trámites demoran 30 días en promedio, seguido por el 25%, quienes consideran que el tiempo necesario para la importación es de dos semanas, un 20% también considera que la importación de un vehículo leva más de 30 días.

Tabla N 4. Plazos que se toman en cuenta	N	%
a. 7 días	2	10.0%
b. 15 días	5	25.0%
c. 30 días	9	45.0%
d. Mas de 30 días	4	20.0%

Total	20	100.0%
--------------	-----------	---------------

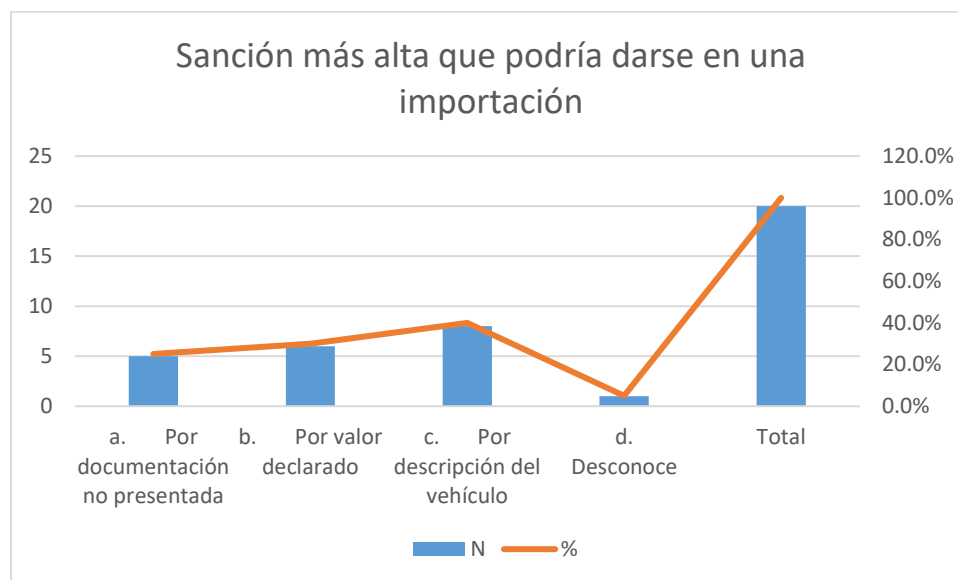
Fuente: Elaboración propia



En la siguiente tabla se aprecia la opinión que tienen los usuarios de vehículos respecto a la sanción más alta en que se pueda incurrir al momento de importar un vehículo; se tiene que el 40% piensa que la sanción más alta sería por la descripción del vehículo, seguido por el 30% quien opina que se subvalora o sobrevalora el valor del vehículo y ello amerita una fuerte sanción por parte de la SUNAT.

Tabla N 5. Sanción más alta que podría darse en una importación	N	%
a. Por documentación no presentada	5	25.0%
b. Por valor declarado	6	30.0%
c. Por descripción del vehículo	8	40.0%
d. Desconoce	1	5.0%
Total	20	100.0%

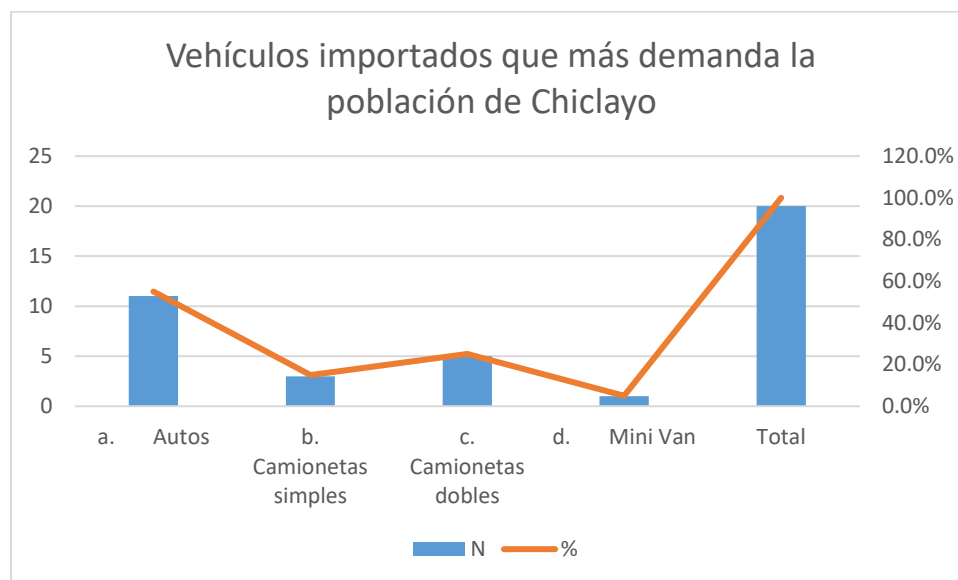
Fuente: Elaboración propia



En la siguiente tabla N° 6 sobre el tipo de vehículos que más demanda la población o los ciudadanos de Chiclayo, se tiene que el 55% considera a los autos en cualquier modelo y marca, seguido por las camionetas de doble cabina con el 25%. Las camionetas simples y las minivans también son consideradas por la demanda de Chiclayo, pero en menor porcentaje.

Tabla N 6. Vehículos importados que más demanda la población de Chiclayo	N	%
a. Autos	11	55.0%
b. Camionetas simples	3	15.0%
c. Camionetas dobles	5	25.0%
d. Mini Van	1	5.0%
Total	20	100.0%

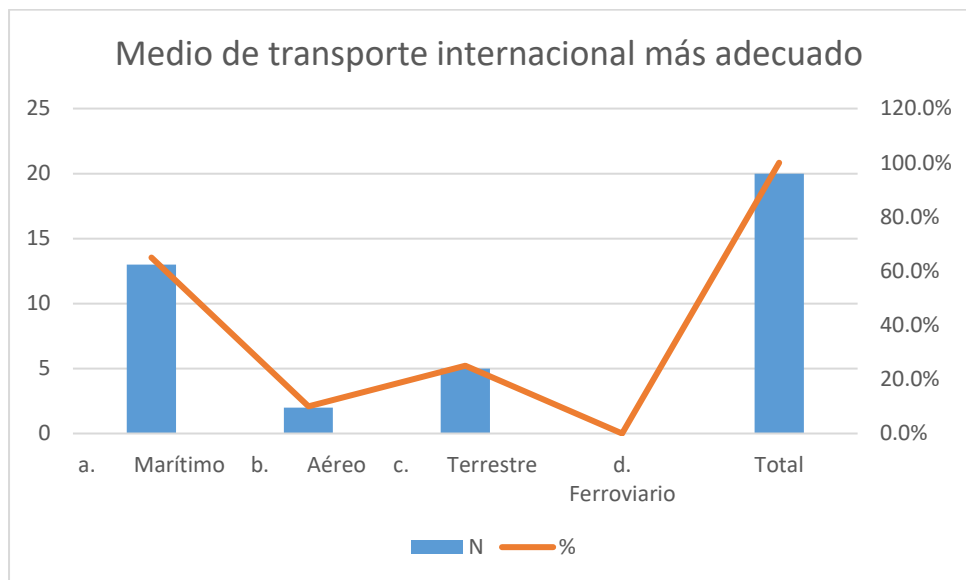
Fuente: Elaboración propia



En la tabla N° 7 sobre el medio de transporte internacional más adecuado para los vehículos livianos se tiene que; el transporte marítimo es el más utilizado con el 65%, seguido por el medio de transporte Terrestre con el 25%. El medio de Transporte aéreo también se utiliza pero en menor porcentaje que los otros.

Tabla N 7. Medio de transporte internacional más adecuado	N	%
a. Marítimo	13	65.0%
b. Aéreo	2	10.0%
c. Terrestre	5	25.0%
d. Ferroviario	0	0.0%
Total	20	100.0%

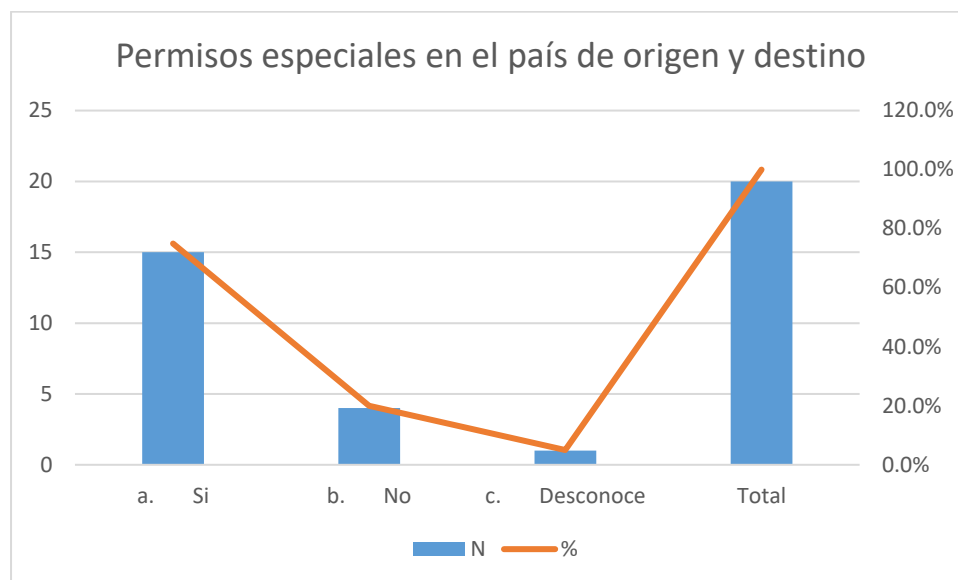
Fuente: Elaboración propia



Por último, en la Tabla N°8 sobre los permisos especiales que los importadores debe saber, se tiene que el 75% tiene algún conocimiento de los mismos, seguido de un 20% que no conoce los permisos y un 5% que no sabe si los tramites que el conoce son los mismos que se requiere por las entidades competentes.

Tabla N 8. Permisos especiales en el país de origen y destino	N	%
a. Si	15	75.0%
b. No	4	20.0%
c. Desconoce	1	5.0%
Total	20	100.0%

Fuente: Elaboración propia



C. Análisis del proceso de importación de vehículos livianos de Estados Unidos.

Respecto a la documentación necesaria para realizar un proceso de importación, se encontró que los documentos y trámites aduaneros están vinculados entre sí, así se tiene que, por cada etapa de proceso se requiere un documento específico.

En la siguiente figura se aprecia un proceso normal de importación de vehículos para el Perú desde Estados Unidos de América.

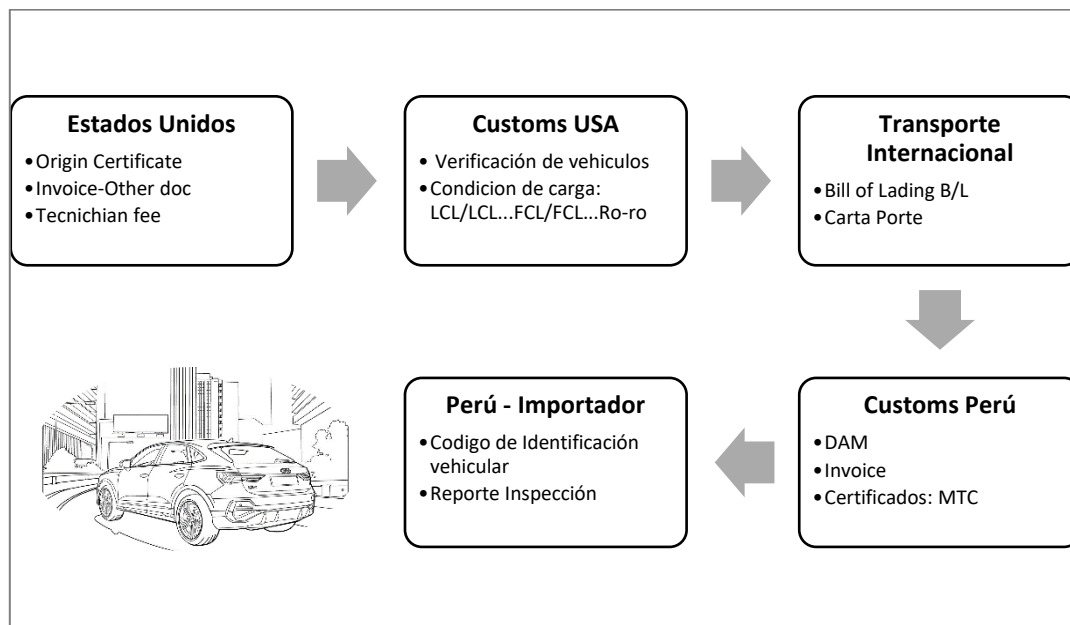


Figura 3. Proceso de importación de vehículos de Estados Unidos (2020)

Elaboración Propia.

Según la figura anterior se aprecia que todo proceso de importación inicia con una formalización de la transacción comercial, es decir, evidenciar la propiedad del vehículo y obtener los permisos necesarios en el país de origen para que no tengan problemas en el país de destino. Hasta la fecha los documentos necesarios a solicitar es una factura comercial y una ficha técnica de vehículo, si los vehículos son nuevos es necesario un certificado de origen para obtener los beneficios del TCL con USA.

Cuando se importa vehículos, en el Perú, la SUNAT-Aduanas va exigir al momento del ingreso a territorio aduanero la Declaración Aduanera de Mercancías, la factura comercial, una póliza de seguro si la tiene, y el documento de transporte respectivo.

Si los vehículos importados son nuevos, el importador o su representante (Agente Aduanas) debe presentar y consignar en la DAM el Código de Identificación Vehicular (VIN), el Registro de Homologación y las características registrables según el Anexo V del Reglamento Nacional de Vehículos; como color, año, marca, motor, timón, etc.

Según SUNAT (2020), cuando la importación es realizada por una persona distinta de quien realiza la Homologación, se debe presentar una Constancia de Fabricante y además es necesario presentar un Certificado de Conformidad de Cumplimiento, que es emitido por el MTC (Ministerio de Transporte y Comunicaciones).



Figura 4. Código de Identificación Vehicular.

Si el vehículo a importar es usado, este debe cumplir con todos los requisitos para vehículos usados que entraron en vigencia desde el 2-02-2020 según DS 005-2020 MTC, como son:

- Antigüedad no mayor a 2 años a partir del año del modelo
- Recorrido máximo de 20,000 km
- No siniestrado por volcadura, choque, incendio, etc.
- Cumplir con los Límites Máximos de Permisibles de emisiones atmosféricas.

También debe cumplir con presentar los siguientes documentos:

- Ficha Técnica de Importación de Vehículos Usados y Especiales, este documento debe ser llenado por el importador o su representante que puede ser el Agente de Aduanas, o también por un mecánico electricista autorizado por el MTC.

MARCA: _____ Contraseña de homologación: _____
 CATEGORIA: O₁

TIPO	VARIANTE	DENOMINACION COMERCIAL	PARTE FIJA V.I.N.	OBSERVACIONES

ESQUEMA Y DIMENSIONES MAXIMAS

Emplazamiento de la placa del constructor.
 Emplazamiento del número de bastidor.

VARIANTES

A Longitud máxima (1).
 B Voladizo delantero máximo (1).
 C Distancia máxima king-pin a primer eje trasero (1).
 D Distancia primer a segundo eje.
 E Distancia segundo a tercer eje.
 F Voladizo trasero máximo (1).
 G Anchura máxima (1).
 H Altura máxima (1).
 I Vía del eje primero.
 J Vía del eje segundo.
 K Vía del eje tercero.

PESOS MAXIMOS TECNICAMENTE ADMISIBLES/PESOS MAXIMOS AUTORIZADOS

VARIANTES

Peso total máximo:
 En el pivote de acoplamiento (king-pin):
 En el eje primero:
 En el eje segundo:
 En el eje tercero:
 Tara nominal (2):

(1) En vehículos no carrozados, el valor máximo para el vehículo carrozado.
 (2) En vehículos no carrozados, no procede.

(Modelo de ficha para vehículo O)

Figura 5. Ficha técnica para vehículos usados y especiales

– Reporte de inspección emitido por la Entidad Verificadora, este reporte implica que se ha realizado una inspección física y documentaria, además también se verifica que el vehículo cumple con la normativa sobre los Límites Máximos Permisibles de contaminación ambiental



 J-30478086-9		CHEQUEO DEL VEHÍCULO		 <small>Asociación Cooperativa PETROCAT SOPORTE</small>					
FECHA:		SUCURSAL ORIGEN:		MECANICO :					
DESCRIPCIÓN									
MARCA	MODEL O	SERIA L	AÑO	PLACA	KM. SALIDA	KM. ENTRADA			
CARACTERÍSTICAS									
Nota: Tilda el resultado de la inspección realizada, en caso de no aplicar coloca las siglas N/A (No aplica)									
Nivel de combustible: 1/4 <input type="checkbox"/> 1/2 <input type="checkbox"/> 3/4 <input type="checkbox"/> Full <input type="checkbox"/>									
No	REVISIÓN	B	D	F	No	REVISIÓN	B	D	F
1	Herramientas				14	Faro delantero izquierdo			
2	Caucho Repuesto				15	Faro delantero derecho			
3	Gato de Levante				16	Faros antiniebla			
4	Batería				17	Luces intermitentes ó de emergencia delanteras			
5	Triángulo de Seguridad				18	Luces de cruce delanteras			
6	Retrovisor				19	Luces de ubicación delantera			
7	Espejo lateral derecho				20	Luces intermitente ó de emergencia traseras			
8	Espejo lateral izquierdo				21	Luces de cruce traseras			
9	Parabrisas delantero				22	Luces de ubicación traseras			
10	Parabrisas trasero				23	Luces de freno			
11	Cepillos del limpia parabrisas				24	Cauchos en uso			
12	Funcionamiento del limpia parabrisas				25	Latonería y pintura			
13	Tapicería				26	Latonería y pintura Furgones			
14	Reproductor					Alarma			

Figura 5. Reporte de Inspección Vehicular

3.2. Discusión de resultados

Según los resultados obtenidos en la presente investigación se tiene que la empresa Rent a Car es una empresa relativamente nueva que tiene poco menos de un año en el mercado, sin embargo ya cuenta con algunos elementos que le puedan permitir ingresar al mercado internacional como es una ubicación estratégica en el centro de Chiclayo y una fuerza de ventas. Según Senador (2018), indica que sí existe una relación directa entre la importación y los canales de distribución que se utilizan, en este sentido, si la empresa sabe aprovechar las ventanas de importación y los acuerdos de TLC con Estados Unidos, entonces se puede incrementar por un lado las importaciones y por otro lado las ventas locales.

Canales y Dolorier (2015) mencionan que en el Perú un proceso de importación o una de las partes del proceso es obtener las placas de rodaje, las cuales demoran 15 días aproximadamente, en comparación con otros países de la región esto sería alrededor de 3 a 4 veces más que en dicho países. Estos resultados están en concordancia con los resultados obtenidos en esta investigación, donde se indica que 45% considera que todo el proceso de importación demora aproximadamente 30 días, de los cuales podemos inducir que la mitad de esos días se pueden dedicar a formalizar los documentos de circulación vehicular.

En este informe de investigación también se encontró que respecto a las preferencias de los ciudadanos chiclayanos, ellos prefieren en su mayoría vehículos menor como autos y camionetas, si se suman estos resultados se puede obtener un 70%. Aunque también existe la preferencia por otros vehículos, los ciudadanos de Chiclayo optan mayormente por este tipo. Blume (2018), indica que además los vehículos de procedencia China están cada vez más presente en las alternativas de compra de ciudadanos, aunque según el autor mayormente se importan marcas China, que luego tendrán mas en los mercados locales.

Aunque un 50% de los encuestados considera que el mayor peligro en un proceso de importación puede ser la descripción no precisa sobre el vehículo, lo cierto es que para la SUNAT (2020), el aspecto de sanción más grave respecto a la importación de un vehiculo se relaciona con la omisión de la descripción del escenario y el medio de transporte. Muchas veces lo que parece que es importante para los usuarios.

El proceso de importación de vehículos livianos de estados unidos, puede parecer engorroso y a veces es mejor contar con la ayuda de unos especialistas que le permitan al cliente actuar con confianza, aunque el proceso de importación podría reunirse a cinco pasos sencillo se sabe que estos pasos implicarían una serie coordinaciones con el operador logístico, el agente e aduanas el especialista de aduanas y otros como el MTC. Por este motivo también resulta conveniente aprovechar lo indicado por Kiziyan (2020), que manifiesta que aprovechar los Acuerdos Comerciales de Un país, es resolver una parte del proceso de

importación, además la importancia de este TLC radica en disminuir las barreras naturales o en San Agustín.

Para el equipo que investiga sobre el proceso de importación y su posible trámite burocrático, es mejor tenerlo en comunicación con las personas e instituciones capaces.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Según la presente investigación se puede concluir que la empresa Rent A Car, no tiene experiencia en los procesos de importación, aunque su ubicación es estratégica, el desempeño de sus procesos de comercialización aun están enfocados en el mercado local, no tiene las estrategias ni herramientas para profundir en este mercado en el corto plazo.

Sobre la modalidad de importación más conveniente se ha visto que la importación marítima es la más solicitada o esperado por los usuarios, cerca del 70% del público objetivo tiene esta esperanza respecto al envío, aunque algunas veces este proceso también se relaciona con los tipos de vehículos donde el 50% lo ocupan los autos, seguido por las camionetas de doble tracción. Esto también implica que uno de los aspectos más relevantes para estos procesos de importación es la edad o antigüedad vehicular y sus beneficios actuales. También se puede considerar que las unidades de transporte no nos

Para el proceso de importación, se puede concluir que en el mercado internacional cada proceso en cada región del mundo tiene sus propias limitaciones, en el caso de México posiblemente la antigüedad vehicular llega a los 5 años, pero en el Perú esta antigüedad no debe ser mayor a dos años. Por otra parte los procesos de importación implican varios actores como el exportador en Estados Unidos, la Aduanas del país de origen, el transportista internacional, la Aduanas de Perú y el interesado en realizar en proceso de importación. Cuando se trata de vehículos nuevos los requisitos pueden ser entre 3 y 4 documentos, incluidos, también se diferencia cuando estos vehículos a importar son usados, para lo cual debe cumplir los requisitos técnicos ; entre estos

documentos se pueden traer ejemplo; La inspección vehicular, el certificado para vehículos especiales y utilizados.

4.2.Recomendaciones

- Se recomienda a la empresa Rent A Car, elaborar un catalogo en línea de los servicios y fotos de vehículos importados desde Estados Unidos, con la finalidad del incentivar e informar a la población de Chiclayo que existe una empresa comprometida con las importaciones personalizadas.
- Es importante que las autoridades del MTC y las municipales provinciales sean más exigentes con las normas que deben cumplir para lograr la renovación del parque automotor de Chiclayo.
- Las empresas de venta y comercialización de vehículos livianos deben formar una organización que les permita mantener información actualizada sobre los cambios en el proceso de importación.
- Cuando las empresas realizan un proceso de importación estas deben involucrar cada vez mas a sus clientes para que se mantengan el interés y la confianza en este proceso de negociación.

REFERENCIAS

- Aguilar, N., & Mancera, I. (2015). *Diagnóstico del impacto de las restricciones a las importaciones de vehículos en la economía ecuatoriana*. Guayaquil: Universidad Laica Vicente Rocafuerte. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/604>
- Blume, C., Cruzado, S., & Zegarra, C. (2018). *Análisis de las estrategias de comercialización de vehículos livianos de marcas chinas en el mercado peruano y planteamiento de estrategias para su comercialización*. Lima: Universidad ESAN. Obtenido de https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1372/2018_MAM_16-2_03_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Canales, V., & Dolorier, Z. (2015). *Propuesta para reducir el plazo de entrega de vehículos nuevos en una empresa del sector automotriz*. Lima: Universidad Ricardo Palma. Obtenido de <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/2061>
- Castro, M. (2014). *Impacto en las ventas de Nor Autos Chiclayo S.A.C. en el periodo 2009-2013, por la financiera Mitsui Auto Finance Perú S.A – Chiclayo*. Chiclayo: Universidad Señor de Sipan. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/1249?show=full>
- Caurin, J. (21 de febrero de 2018). *Comercialización*. Obtenido de *EmprendePyme*: <https://www.emprendepyme.net/comercializacion>
- Comercio y Aduanas. (2 de Enero de 2020). *Importación de vehículos a México 2020*. Obtenido de Comercio y Aduanas: <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/importaciondevehiculos/importacion-definitiva-vehiculos-mexico/>
- Condor, J. (03 de Marzo de 2019). *Parque automotor se renueva en 6% al año, cuando debería hacerlo en 10%*. Obtenido de Gestión: <https://gestion.pe/economia/parque-automotor-renueva-6-ano-deberia-hacerlo-10-261551-noticia/>
- Constantino, Y. (2017). *Plan de Importación de neumáticos radiales desde China para el parque automotor de la ciudad de Chiclayo*. Chiclayo: USAT. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/359294275/Trabajo-Final-Usat-Importacion-de-Neumaticos-Chiclayo>
- DEFINICIÓN.CO. (26 de Julio de 2015). *DEFINICIÓN.CO*. Obtenido de <https://www.definicion.co/comercializacion/>
- Economipedia. (2020). *Comercialización*. Obtenido de *Economipedia*. haciendo facil La economía: <https://economipedia.com/definiciones/comercializacion.html>
- El Peruano. (13 de Agosto de 2019). *Renovación del parque automotor*. *Diario Oficial del Bicentenario - El Peruano*, pág. Virtual. Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia-renovacion-del-parque-automotor-82422.aspx>

- Fernández, A. (11 de septiembre de 2019). *La gasolina manda en las ventas de coches a nivel mundial en el primer semestre de 2019*. Obtenido de Motor.es: <https://www.motor.es/noticias/ventas-coches-mundo-primer-semester-2019-201960756.html>
- Gamarra, J., & Prevost, D. (2016). *Efecto del país de origen sobre la intención de compra de vehículos livianos chinos en Lima Metropolitana, 2016*. Lima: Universidad San Ignacio De Loyola. Obtenido de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3400/1/2016_Gamarra-Longa.pdf
- García, I. (7 de Noviembre de 2017). *economía simple.net*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/mercado>
- Kiziryan, M. (Enero de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/importacion.html>
- Lascano, R. (2017). *Estrategia para establecer un sistema de comercialización directa en red en PYMES ecuatorianas del sector automotriz de la industria de repuestos de Quito*. Quito: Universidad Andina Simon Bolivar. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6163/1/T2590-MBA-Lascano-Estrategia.pdf>
- Monroy, C., Rodriguez, H., & Zaldivar, K. (2016). *Procedimientos de importación para mejorar la rentabilidad en las empresas dedicadas a la comercialización de vehículos automotores usados del área metropolitana de San Salvador*. El Salvador: Universidad de El Salvador. Obtenido de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:l7BmLe79FgcJ:ri.ues.edu.sv/id/eprint/12863/+&cd=1&hl=en&ct=clnk&gl=pe>
- OPCIONIS. (27 de Abril de 2018). *Importación de autos en Chile. Comercio y Aduanas*. Obtenido de Opcionis.Cl: <https://opcionis.cl/blog/importacion-de-autos/>
- Pacheco, J. (30 de Julio de 2019). *WEB Y EMPRESAS*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/comercializacion/>
- Palomino, M. (11 de Enero de 2019). *Las ventas de autos en Brasil se fortalecen*. Obtenido de Autoscosmos.com: <https://noticias.autocosmos.com.mx/2019/01/11/las-ventas-de-autos-en-brasil-se-fortalecen>
- RPP Noticias. (26 de Enero de 2016). *Parque automotor de Chiclayo creció a 300 mil unidades*. Obtenido de Lambayeque: <https://rpp.pe/peru/lambayeque/parque-automotor-crecio-a-300-mil-unidades-en-chiclayo-noticia-932918>
- Ruiz, G., & Suarez, N. (2015). *Comercialización de accesorios decorativos para autos desde Estados Unidos y la demanda en el mercado de Tulcán*. Tulcan: Universidad Politecnica Estatal de Carchi. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/366>
- Senador, M. (2018). *Importación y Canales de Distribución de Autopartes de Vehículos, DIREPSA S.A.C., Lima - 2018*. Lima: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/31160>
- Sunat. (2016). *Sobre Importación*. Obtenido de Orientacion Aduanera: <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/importacion/index.html>

SUNAT. (2020). *Requisitos mínimos de calidad para importar vehículos usados*. Obtenido de SUNAT-ADUANAS:
http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/importacionvehiculos/requisitos_antiguedad.html

Usapercars. (2020). *Importar vehículos a Perú*. Obtenido de Importa Vehículos Perú:
<https://importarvehiculosperu.home.blog/>

Vargas, C. (2010). *Modelo de Negocio para la Comercialización de Vehículos Eléctricos*. Santiago: Universidad de Chile. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/103921>

ANEXOS

"Año de la Universalización de la Salud"

José Leonardo Ortiz, 15 de SETIEMBRE del 2020

0001-2020-LLLHRC-CH

DRA. CARMEN ROSAS PRADO
Decana, Facultad de Ciencias Empresariales FACEM

Asunto: ACEPTACIÓN PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Es grato dirigirme a Usted para saludarla afectuosamente a nombre de **LUIS LLAGUENTO HEREDIA RENT A CAR** y a la vez manifestarle lo siguiente:

Que, habiendo recibido la Carta de Presentación del (la) Sr. (ta) **CRISTHIAN JOEL SORIANO SANCHEZ**, estudiante del X Ciclo de la Escuela Profesional de **NEGOCIOS INTERNACIONALES**, identificado (a) con DNI N° **72723390**, se aceptó la ejecución del proyecto de investigación, titulada: "**COMERCIALIZACIÓN DE VEHICULOS LIVIANOS IMPORTADOS DE ESTADOS UNIDOS EN LA EMPRESA RENT A CAR, CHICLAYO 2021**",

Sin otro en particular me despido de usted. Atentamente,

Atentamente,

LUIS ANGEL LLAGUENTO HEREDIA
DNE N° 75722734

LUIS ANGEL LLAGUENTO HEREDIA
DNI: 75722734

(POR MOTIVOS DE CUARENTENA Y AISLAMIENTO SOCIAL, DECRETADOS POR EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA, EL ADMINISTRADOR SE ENCUENTRA CUMPLIENDO CON LAS EXIGENCIAS IMPUESTAS POR EL PODER EJECUTIVO EN UNA ZONA DONDE NO HAY ACCESO A MOVILIDAD Y INTERNET (LAQUIPAMPA-INCAHUASI) EN CONSECUENCIA SE RESTRINGE A CUMPLIR PLENAMENTE COMO JEFE DE MI CPPP[no puede firmar ningún tipo de documento que mi persona solicite, por ello brindo y valido mi firma digital])

**INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE
EXPERTOS**

NOMBRE DEL JUEZ		LLATAS GORDILLO, YAMILY
	PROFESIÓN:	Lic. Negocios Internacionales
	ESPECIALIDAD:	Asesora de Comercio Exterior y Especialidad en Despacho Aduanero
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS) :	1 año y medio
	CARGO:	Asistente administrativo
TÍTULO DE LA TESIS :		
DATOS DE LAS TESIS		
NOMBRES:	Soriano Sánchez, Cristhian Joel Pardo Fernández, Deynis Hernán	
ESPECIALIDAD:	Negocios Internacionales	
INSTRUMENTO EVALUADO:	Entrevista aplicada a los especialistas en importación de vehículos livianos	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION:	Desarrollar una propuesta de importación de vehículos livianos de estados unidos para mejorar el nivel de comercialización de la empresa Rent A Car, en Chiclayo.	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS		
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO:	. _____ _____	
PREGUNTAS:		
a) ¿Cuáles son las recientes modificaciones en las importaciones de vehículos livianos?	TA (x) TD ()	SUGERENCIAS: _____ _____
b) ¿Estás normas o políticas de importación, son definitivas o están sujetas a cambios y revisiones?	TA (x) TD ()	SUGERENCIAS: _____ _____

c) ¿Cuál es el tipo de importación más conveniente para los vehículos livianos y por qué?	TA (x) TD () SUGERENCIAS: _____
---	--

<p>d) Cuáles son los plazos que se toman en cuenta en una importación de vehículos livianos</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>e) ¿Cuál es la sanción más alta que podría darse en una importación directa de vehículos de Estados Unidos?</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>f) ¿Cuál son los vehículos importados que más demanda la población de Chiclayo? ¿Cuáles son los vehículos importados con mayor demanda en la ciudad de Chiclayo?</p>	<p>TA () TD (x)</p> <p>SUGERENCIAS: mejorar la redacción _____</p> <p>_____</p>
<p>g) ¿Cuál es el medio de transporte internacional más adecuado para este tipo de mercancía?</p>	<p>TA (x) TD () SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>h) ¿Existen permisos especiales en el país de origen y destino para la importación directa de vehículos livianos de Estados Unidos? ¿Podría mencionarlos?</p>	<p>TA () TD (x)</p> <p>SUGERENCIAS: agregar la pregunta sobre mencionarlos _____</p> <p>_____</p>
<p>i) ¿Cuál es el perfil de cliente que busca vehículos livianos?</p>	<p>TA (x) TD () SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>j) ¿Cuál es el valor diferencial que debe ofrecerse en este tipo de rubro?</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>

1. Promedio obtenido	N°TA: 8 N°TD: 2
2. Comentario general A modo general la redacción de las preguntas están bien formuladas	
3. Observaciones Se sugiere mejorar la redacción en la pregunta f y h. Del mismo modo se sugiere agregar preguntas sobre los principales importadores en la ciudad.	

Chiclayo, 25 de Julio de 2020



DNI: 74374644

Firma y sello del Juez

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		JEAN MICHELL CARRION MEZONES
	PROFESIÓN:	COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
	ESPECIALIDAD:	IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS) :	6 AÑOS
	CARGO:	DOCENTE UNIVERSITARIO
TÍTULO DE LA TESIS :		
DATOS DE LAS TESIS		
NOMBRES:	Soriano Sánchez, Cristhian Joel Pardo Fernández, Deynis Hernán	
ESPECIALIDAD:	Negocios Internacionales	
INSTRUMENTO EVALUADO:	Entrevista aplicada a los especialistas en importación de vehículos livianos	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION:	Desarrollar una propuesta de importación de vehículos livianos de estados unidos para mejorar el nivel de comercialización de la empresa Rent A Car, en Chiclayo.	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS		
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO:	.	
PREGUNTAS:		
a) ¿Cuáles son las recientes modificaciones en las importaciones de vehículos livianos?	_____ TA (x) TD () SUGERENCIAS: _____	
b) ¿Estás normas o políticas de importación, son definitivas o están sujetas a cambios y revisiones?	_____ _____ TA (x) TD () SUGERENCIAS: _____	

c) ¿Cuál es el tipo de importación más conveniente para los vehículos livianos y por qué?	TA (x) TD () SUGERENCIAS:
---	--

	<hr/> <hr/>
d) Cuáles son los plazos que se toman en cuenta en una importación de vehículos livianos	<hr/> <hr/> <hr/> TA () TD (x) SUGERENCIAS: <hr/> <hr/> <hr/>
e) ¿Cuál es la sanción más alta que podría darse en una importación directa de vehículos de Estados Unidos?	TA (x) TD () SUGERENCIAS: <hr/>
f) Cuál son los vehículos importados que más demanda la población de Chiclayo	TA (x) TD () SUGERENCIAS: <hr/>
g) ¿Cuál es el medio de transporte internacional más adecuado para este tipo de mercancía?	TA (x) TD () SUGERENCIAS: <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
h) ¿Existen permisos especiales en el país de origen y destino para la importación directa de vehículos livianos de Estados Unidos?	TA () TD (x) SUGERENCIAS: <hr/> la respuesta sería si o no <hr/> <hr/> <hr/>
i) ¿Cuál el perfil de cliente que busca vehículos livianos?	TA (x) TD () SUGERENCIAS: <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>

j) ¿Cuál es el valor diferencial que debe ofrecerse en este tipo de rubro?	TA (x) TD ()
	SUGERENCIAS: _____

1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA 8 N° TD 2
2. COMENTARIO GENERAL	
3. OBSERVACIONES Debe plantearse una pregunta sobre las estrategias de precios y sobre los canales de comercialización que se debería utilizar.	

Chiclavo. 25 de Julio del 2020


 Jean Michel Carrián Mezones
 Comercio y Negocios Internacionales
 DNI: 41609079

**Firma y sello
del Juez**

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

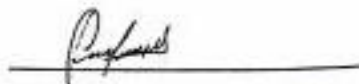
NOMBRE DEL JUEZ		LUIS ANGEL LLAGUENTO HEREDIA
	PROFESIÓN:	BACHILLERATO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
	ESPECIALIDAD:	ADMINISTRACION DE EMPRESAS
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS) :	4 AÑOS
	CARGO:	ADMINISTRADOR
TÍTULO DE LA TESIS :		
DATOS DE LAS TESIS		
NOMBRES:	Soriano Sánchez, Cristhian Joel Pardo Fernández, Deynis Hernán	
ESPECIALIDAD:	Negocios Internacionales	
INSTRUMENTO EVALUADO:	Entrevista aplicada a los especialistas en importación de vehículos livianos	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION:	Desarrollar una propuesta de importación de vehículos livianos de estados unidos para mejorar el nivel de comercialización de la empresa Luis llaguento Rent A Car, en Chiclayo.	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS		
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO:		
PREGUNTAS:		
a) ¿Cuáles son las recientes modificaciones en las importaciones de vehículos livianos?	TA (x) TD ()	SUGERENCIAS: _____ _____
b) ¿Estás normas o políticas de importación, son definitivas o están sujetas a cambios y revisiones?	TA (x) TD ()	SUGERENCIAS: _____ _____
c) ¿Cuál es el tipo de importación más conveniente para los vehículos livianos y por qué?	TA (x) TD ()	

	<p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>d) Cuáles son los plazos que se toman en cuenta en una importación de vehículos livianos</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>TA () TD (x)</p> <p>SUGERENCIAS: _____ No especifica correctamente la pregunta _____</p> <p>_____</p>
<p>e) ¿Cuál es la sanción más alta que podría darse en una importación directa de vehículos de Estados Unidos?</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>f) ¿Cuál son los vehículos importados que más demanda la población de Chiclayo</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>g) ¿Cuál es el medio de transporte internacional más adecuado para este tipo de mercancía?</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>h) ¿Existen permisos especiales en el país de origen y destino para la importación directa de vehículos livianos de Estados Unidos?</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>i) ¿Cuál el perfil de cliente que busca vehículos livianos?</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>j) ¿Cuál es el valor diferencial que</p>	<p>_____</p>

debe ofrecerse en este tipo de rubro?	TA (x) TD () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
---------------------------------------	--

Chiclayo, 25 de Julio de 2020

1. PROMEDIO OBTENIDO:	<table style="margin: auto;"> <tr> <td style="border: 1px solid green; padding: 5px;">9</td> <td style="border: 1px solid green; padding: 5px;">1</td> </tr> <tr> <td>N° TA _____</td> <td>N° TD _____</td> </tr> </table>	9	1	N° TA _____	N° TD _____
9	1				
N° TA _____	N° TD _____				
2. COMENTARIO GENERAL					
3. OBSERVACIONES <div style="border: 1px solid green; padding: 10px; margin-top: 10px;"> Plantear una pregunta , donde especifique , sobre sus estrategias que deben utilizar </div>					



LUIS ANSEL LLAGUENTO HEREDIA
 DNE N° 75722734

Firma y sello del Juez

ANEXO 3: FOTOS

