



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**Plan estratégico para mejorar las Importaciones de
vehículos desde China en la empresa Premier
Motors S.A. Lambayeque, 2023**

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

Autoras

**Bach. Jimenez Urcia, Lohana Elizabeth
ORCID <https://orcid.org/0000-0003-3288-9943>**

**Bach. Herrera Diaz, Cyntia Magaly
ORCID <https://orcid.org/0009-0002-1382-5768>**

Asesora

**Dra. Calanchez Urribarri, África Del Valle
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-9246-9927>**

Línea de Investigación

**Gestión, Innovación, Emprendimiento y Competitividad que
Promueve el Crecimiento Económico Inclusivo y Sostenido**

Sublínea de Investigación

Investigación de Mercados y de las Necesidades del Cliente

Pimentel – Perú

2023

**Plan Estratégico Para Mejorar Las Importaciones De Vehículos Desde China
En La Empresa Premier Motors S.A. Lambayeque, 2023**

Aprobación del jurado

MG. MILKEN RICARTE CHAVARRY BECERRA

Presidente del Jurado de Tesis

DR. HUGO REBIB ESPINOZA RODRIGUEZ

Secretario del Jurado de Tesis

MG. CESAR RICARDO ROCERO SALAZAR

Vocal del Jurado de Tesis

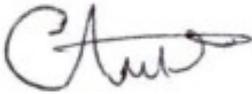
DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quien(es) suscribe(n) la DECLARACIÓN JURADA, somos **egresada (s)** del Programa de Estudios de **Negocios Internacionales** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaramos bajo juramento que somos autores del trabajo titulado:

PLAN ESTRATEGICO PARA MEJORAR LAS IMPORTACIONES DE VEHICULOS DESDE CHINA EN LA EMPRESA PREMIER MOTORS.S. A LAMABAYEQUE,2023

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán, conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación con las citas y referencias bibliográficas, respetando el derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

Jimenez Urcia, Lohana Elizabeth	DNI: 73907874	
Herrera Diaz, Cyntia Magaly	DNI: 71116984	

Pimentel, 14 de noviembre de 2024

NOMBRE DEL TRABAJO

**JIMENEZ URCIA LOHANA ELIZABETH _H
ERRERA DIAZ CYNTIA MAGALY.docx**

AUTOR

LOHANA ELIZABETH JIMENEZ URCIA

RECuento DE PALABRAS

13806 Words

RECuento DE CARACTERES

77389 Characters

RECuento DE PÁGINAS

42 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

645.2KB

FECHA DE ENTREGA

Aug 20, 2024 12:33 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Aug 20, 2024 12:34 PM GMT-5

● **11% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 9% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 5% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado

INDICE DE CONTENIDO

Resumen	3
I. INTRODUCCIÓN	4
II. MATERIALES Y MÉTODO	5
III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	6
3.1 Resultados	6
3.2 Discusión	6
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	7
4.1 Conclusiones	7
4.2 Recomendaciones	7
REFERENCIAS	8
ANEXOS	9

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Criterio Etico.....	19
Tabla 2. Herramientas para analizar el mercado de importaciones de autos en el Perú.	20
Tabla 3. Beneficios de la segmentación de mercado para una empresa.	21
Tabla 4. Determinación de la oferta y demanda de un producto o servicio.	22
Tabla 5. Estrategias para aprovechar el crecimiento de las importaciones y expandir el negocio.	23
Tabla 6. Elaboración de planes estratégicos en la empresa.	25
Tabla 7. Implementación efectiva de un plan estratégico en la empresa.	26
Tabla 8. Importancia de un plan de marketing para una empresa.	28
Tabla 9. Adaptación de un plan de marketing a los cambios de mercado.	29
Tabla 10. Determinación de los costos de importación de un producto o servicio. ..	30

Tabla 11. Asegurando la transparencia y documentación de los costos de importación para fines contables y financieros.....	32
Tabla 12. Factores a considerar al elegir un método de transporte para un producto o servicio.....	33
Tabla 13. Factores que influyen en el costo del transporte y estrategias para optimizarlos.....	35
Tabla 14. El régimen arancelario y su importancia en el comercio internacional.	36
Tabla 15. Estrategias para reducir costos en procesos de importación.....	37
Tabla 16. Principales impuestos empresariales y su cálculo.....	39
Tabla 17. Impacto de los impuestos en la rentabilidad al comercializar un producto.....	40

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	16
Figura 2.	20
Figura 3.	22
Figura 4.	23
Figura 5.	24
Figura 6.	26
Figura 7.	27
Figura 8.	28
Figura 9.	30
Figura 10.	31
Figura 11.	33

Figura 12.	34
Figura 13.	36
Figura 14.	37
Figura 15.	38
Figura 16.	40
Figura 17.	41

Resumen

La presente investigación se enfoca en desarrollar un plan estratégico para mejorar las importaciones de vehículos livianos desde China. Se seleccionó China como país de procedencia debido a la gran variedad de mercadería, bajos costos y excelente calidad. PREMIER MOTORS S.A ya ha importado vehículos con intermediarios, pero no de manera correcta, por lo cual, con esta investigación, la empresa tendrá más herramientas para efectuarla de manera correcta. Lo más importante de los resultados es el análisis del mercado local y de la empresa para saber su posicionamiento y sus factores negativos, positivos. Después de todo, se seleccionaron los vehículos a ser importados, determinando las características para satisfacer a la población. También se realizó una selección de proveedor acorde a las necesidades de la empresa. Para finalizar, se elaboró el plan de estrategias para mejorar las importaciones de vehículos livianos en la empresa Premier Motors S.A, en el mercado peruano.

Palabras clave: Plan estratégico de importación, china, vehículos.

ABSTRACT

This research focuses on developing a strategic plan to improve imports of light vehicles from China. China was selected as the country of origin due to the wide variety of merchandise, low costs and excellent quality. PREMIER MOTORS S.A has already imported vehicles through intermediaries, but not correctly, so, with this investigation, the company will have more tools to do it correctly. The most important of the results is the analysis of the local market and the company to know its positioning and its negative and positive factors. After all, the vehicles to be imported were selected, determining the characteristics to satisfy the population. A supplier selection was also made according to the company's needs. Finally, the strategy plan was developed to improve imports of light vehicles in the company Premier Motors S.A, in the Peruvian market.

Keywords: Strategic import plan, China, vehicles.

I. INTRODUCCIÓN

Cuando se habla de un plan estratégico, se hace referencia a una planificación, objetivos necesarios de la organización. El propósito del plan es alcanzar dichos objetivos, lo cual nos brinda una visión clara de dónde queremos llegar y nos permite definir estrategias a lograrlo a largo plazo. Es fundamental que este plan sea medible y alcanzable, involucrando a los miembros de la organización. Para que funcione adecuadamente, se requiere una comunicación clara entre ambas partes y un compromiso con los objetivos establecidos. Además, es importante dar seguimiento y asegurarse el camino correcto al plantear nuestros objetivos y de esta manera, podemos identificar oportunidades de mejora y hacer ajustes necesarios para lograr el éxito en nuestra empresa.

En efecto, en la actualidad, ser competitivo no es solo una obsesión, sino una obligación para poder destacar en el mercado. Para lograrlo, se emplean estrategias como disminuir sobre costos relacionados con importación de vehículos nuevos y minimizar el impacto en los procesos aduaneros. Por ello, es muy importante plantear un plan de estrategias que relacione la productividad con la mejora de los procesos de despacho aduanero, para estar a la par con las propuestas de las principales organizaciones internacionales y ajustarse a las transformaciones de la actualidad. Mejorar como empresa requiere cambios para ser más competitivos.

Según Zhong (2022), es clave contar con un plan estratégico bien definido para construir una buena imagen. En el caso de China, durante la pandemia del 2019, se estableció un plan estratégico para mejorar su imagen, teniendo en cuenta que España es uno de sus socios estratégicos en la construcción de la Franja y la Ruta. Por lo tanto, es importante conocer la imagen china en los medios españoles durante este periodo especial, explorando los factores políticos, económicos y sociales que están en juego en este proceso.

Ahumada & Milena (2019), el objetivo del plan estratégico de Mazars Colombia SAS

en el año 2019, después de la fusión con una de las firmas más importantes a nivel global en enero de 2018, es mejorar los procesos de planificación de la empresa. Para ello, se realizó un diagnóstico inicial mediante modelos de análisis como el análisis PESTEL, análisis de 5 fuerzas de Porter y análisis del modelo de Kast & Rosenzweig. Se seleccionó la matriz DOFA como herramienta esencial para el análisis del diagnóstico, y se implementó un Balance Score Card con el fin de alcanzar las metas establecidas.

Murcia & Steven (2019) se enfoca en la empresa Old Mutual Colombia, que se ha consolidado como líder en el sector financiero gracias a su transparencia y solidez para sus clientes. Sin embargo, su principal debilidad es su baja participación en el mercado nacional de inversiones financieras y pensiones, ya que su enfoque se centra en mercados externos. A pesar de ofrecer mejores tasas de rendimiento, su competencia lidera en la captación del mercado nacional. Old Mutual debe tomar posesión en el mercado colombiano para no quedarse atrás de sus rivales, Porvenir y Protección, que lideran en inversión con menores índices de desempeño.

Arroyave (2020) comenta sobre el proceso de distribución y entrega de envíos a través de servicios postales nacionales en Colombia. Con el objetivo de optimizar este proceso, es necesario desarrollar un plan estratégico de mejora continua que brinde una comprensión profunda del funcionamiento del proceso. Además, se busca identificar modelos de referencia para orientación, así como facilitar la creación de rutas de distribución y recolección que consideren las restricciones de capacidad de los vehículos. Según los datos proporcionados, solo el 27.3% de las entregas encomendadas se realizan puntualmente, lo que sitúa a la empresa en el penúltimo lugar de las nueve empresas revisadas en Colombia. Por lo tanto, se aplican diferentes acciones de mejora para la empresa importadora, utilizando el desarrollo heurístico seleccionado.

Esquivel (2021) menciona que Colombia se encuentra en un contexto geopolítico dominado por seis grandes potencias y Brasil como potencia regional. Aunque no tiene amenazas tradicionales evidentes, enfrenta amenazas híbridas intensificadas debido a su

vecindad con once países que presentan dinámicas de inseguridad transnacional. En este sentido, el artículo sugiere que Colombia debe asumir un papel de liderazgo en la subregión y contribuir al equilibrio del sistema de importancia y multipolar global.

Por último, Fernández & Gonzáles (2019), se analizó la exposición de importaciones ciertas en industrias bolivianas afectando los ingresos laborales de los trabajadores en esas industrias. Para realizar este análisis, se utilizaron encuestas de hogares entre los años 2005 y 2009, y se estimaron las ecuaciones de Mincer mediante técnicas de pseudo - panel para controlar presencia de variables no observables constantes en el tiempo. En el estudio se discuten los problemas económicos de inconsistencia que sugiere considerar la presencia de estas ecuaciones de mincer. Según los resultados obtenidos a través del análisis de pseudo-panel, se sugiere efectos reducidos estimando un aumento de aproximadamente 1% de importaciones en industrias determinada reduce ingreso laboral real para trabajos en 0,84 %.

De acuerdo con el Instituto Nacional Hegel (2020), todos los seres humanos tenemos sueños que queremos cumplir en el futuro, y esto puede manifestarse de diversas maneras. Para alcanzar estos sueños, se establecen objetivos, acciones y metas a través de un Plan Estratégico. Desde la perspectiva del Gobierno del Perú (2023), el desarrollo nacional requiere de la implementación de instrumentos estratégicos fundamentales que permitan orientar la acción del Estado en el marco del desarrollo sostenible. Al elaborar un buen plan, las empresas pueden tener una visión clara del desarrollo empresarial y utilizarla de manera efectiva para alcanzar sus objetivos. (Valdez, 2023).

Según Lorren (2021), las importaciones en el primer semestre cayeron más de un 7,2%. Durante la pandemia, los químicos fueron los menos utilizados, lo que afectó significativamente el uso personal y debilitó el área de logística. Sin embargo, Perú es un país con un gran potencial en el sector automotriz, lo que ha llevado a un aumento del 50% en las importaciones de empresas peruanas para ofrecer equipos diversos y satisfacer las necesidades del cliente (Maguiña, 2020). Por su parte, Alvares (2020) señala que, a pesar

del incremento de las importaciones en los últimos años, el Estado peruano ha reducido su tiempo de procesamiento para reducir costos. Para lograr este objetivo, se ha trabajado con los operadores del comercio, interviniendo en la logística que es un aspecto clave en el proceso de importación.

La empresa Premier Motors fue fundada en 2009 y se dedica a la importación de vehículos, repuestos y juguetes. Con más de 25 años de experiencia en su línea de tiempo, la compañía se ha convertido en un proveedor líder en el mercado y cuenta con un ranking destacado en ventas. Su ubicación se encuentra en la carretera Panamericana rumbo a Lambayeque.

Este plan estratégico consiste en poder aumentar sus ventas de mercancías que ofrece la organización, una de las empresas más importantes del mercado en el rubro automotriz, pero a lo largo del tiempo no se definió un plan para aumentar ventas en el mercado y así pueda seguir manteniendo su ventaja competitiva. Es por ello, que se realiza la siguiente pregunta: ¿De qué manera un plan estratégico para la empresa Premier Motors mejorar sus ventas de vehículos en la ciudad de Lambayeque?

La presente investigación tuvo como objetivo detallar un plan de importación efectivo para vehículos en la empresa Premier Motors S.A. ubicada en la ciudad de Lambayeque, y así brindar una valiosa ayuda y oportunidad a aquellas personas que también deseen emprender negocios similares. Para alcanzar este objetivo, se implementará un plan que se enfoque en las necesidades particulares de la empresa, con el fin de mejorar las importaciones y asegurar un crecimiento sostenible en el mercado. Con este enfoque, se espera no solo aumentar las ventas de la empresa sino también contribuir al desarrollo económico de la región.

En este documento se presenta una justificación teórica y metodológica para mejorar las importaciones de vehículos, así como la justificación social de adquirir vehículos nuevos, asequibles y respetuosos con el medio ambiente. La base teórica se fundamenta en el estudio de las leyes que promueven la restauración de vehículos. En este documento se

proporcionará orientación sobre las diversas teorías que respaldan esta idea, así como los procesos adecuados para mejorar las importaciones. La justificación metodológica se basa en la premisa de que cualquier empresa o individuo que necesite importar de manera rápida tiene el potencial de reducir los costos de importación y mejorar el rendimiento de sus dispositivos. Por último, la justificación social busca ayudar a las empresas y personas a adquirir vehículos nuevos a precios muy asequibles y que no contaminen el medio ambiente, lo cual contribuirá a aumentar la conciencia ambiental y reducir el impacto

Para lograr responder la pregunta planteada se establece la siguiente hipótesis: H1. Un plan estratégico para la empresa mejorará sus ventas de vehículos de China. H0. Un plan estratégico para la empresa no mejorará sus ventas de vehículos de China. Del mismo modo, resulta importante un plan de procedimientos y registros para la importación de vehículos, no solo es por falta de información actualizada si no que esto ayudará y dará un aporte a la persona natural que quiera incursionar en área de importaciones. El desarrollo de esta investigación busca colaborar con conocimientos para mejorar las importaciones y tengan un mayor auge día a día.

El objetivo general de esta investigación es proponer un plan estratégico de vehículos con el fin de mejorar las ventas de la empresa en la ciudad de Lambayeque para el año 2023. Para lograr este objetivo, se establecieron tres objetivos específicos: 1) Realizar un estudio de mercado enfocado en la empresa que se dedica a la importación y comercialización de vehículos en la ciudad de Lambayeque para determinar su demanda, competencia y precios; 2) Describir los procesos de importación junto a sus características, volumen y restricciones de la mercancía ingresada al país; y 3) Diseñar un plan estratégico para mejorar las Importaciones de vehículos desde China en la empresa Premier Motors S.A. Lambayeque, 2023.

En conclusión, el plan estratégico para mejorar las importaciones de vehículos desde China en la empresa Premier Motors S.A. en Lambayeque parece ser una iniciativa

prometedora. La identificación del mercado objetivo y la competencia, la definición de objetivos claros, el desarrollo de estrategias de marketing y la evaluación de los resultados son pasos fundamentales para lograr un aumento en las ventas de vehículos. Sin embargo, será necesario medir y evaluar los resultados del plan para poder determinar su efectividad y realizar ajustes necesarios en el futuro.

II. MATERIALES Y MÉTODO

La presente investigación se fundamentó en un enfoque cualitativo, descriptivo y propositivo porque se enfoca en conocer la perspectiva de los sujetos, analizando sus acciones, reacciones y opiniones. Estos enfoques permiten una investigación rigurosa y completa que puede contribuir significativamente al conocimiento en el área de estudio.

Según valle (2022), la investigación descriptiva con enfoque cualitativo nos muestra que la realidad social no es algo objetivo y abstracto, sino que está formado por los sentimientos, actitudes y perspectivas de las personas que la componen. Entender esto, nos permite darle una solución más significativa y efectiva a los problemas que se presentan en la realidad.

Del mismo modo, la investigación fue de tipo aplicada y busca no solo analizar una situación, sino también generar una respuesta que aporte soluciones o mejoras a un problema. La investigación aplicada es aquella que se centra en resolver un problema real, usando el conocimiento teórico existente y aportando nuevos conocimientos en relación con ese problema (Rus, 2020). El propósito de la investigación fue diseñar un plan estratégico, para mejorar las ventas de la Empresa Premier Motor S.A.

En cuanto al diseño de esta investigación fue transversal y no experimental. Como indica Alvares (2020), el diseño fue transversal, ya que únicamente se midieron las variables una vez, sin considerar cambios futuros en esas variables. La información recopilada se usó para analizar el estado de las unidades en ese momento específico, pero no se hizo un seguimiento a lo largo del tiempo.

Figura 1.
Diseño de Investigación

M: Muestra de colaboradores “Premier Motor S.A”
O: Observación de las variables “Plan estratégico e Importación”
P: Propuesta de plan estratégico

Nota. Elaboración Propia

Las técnicas empleadas en esta investigación fueron: la entrevista y el análisis documental. La entrevista individual y semiestructurada, adquirió información particularizada y detallada sobre el ámbito específico de la empresa PREMIER MOTORS, lo cual permitió el desarrollo del plan estratégico, enmarcado en los objetivos de la investigación. Como señala Arias (2020), la entrevista es una técnica en la que se hacen preguntas abiertas, para que el entrevistado hable con mayor libertad y detalle. Por otro lado, Peña (2022) señala que el análisis documental involucra la interpretación y representación del contenido de un documento, para transformarlo en uno nuevo. La técnica de investigación empleada, proveyó una descripción de las operaciones en la empresa PREMIER MOTORS, con el fin de obtener la información necesaria para el desarrollo del plan estratégico.

La investigación contó con un instrumento basado en una guía de entrevista aplicada al gerente y a 5 expertos, para obtener información sobre las variables e indicadores relacionados con la empresa PREMIER MOTORS. Según Chávez y Sanchez (2021), la guía de la entrevista constituye un instrumento metodológico, que se usa para el proceso de recolección de información, en este caso, a través de entrevistas. La recopilación de datos, mediante el método de análisis documental, permitió una evaluación de la situación financiera de la empresa PREMIER MOTORS y las importaciones del mercado chino. Una guía de documento se trata de una planificación o diseño del proceso de recolección de información, así como una señalización de las principales variables e indicadores del estudio (Ministerio de educación,2023).

Por otro lado, la validación de instrumentos fue a través de 3 juicios de expertos.

Según Mora (2023), la validación de instrumento consiste en demostrar la fiabilidad y validez del instrumento usado, a través de pruebas o validaciones en un contexto real, validando la aplicación del instrumento y sus resultados.

Los expertos validaron los instrumentos en mención, basándose en sus conocimientos y experiencia profesional. A la vez, se resalta que este instrumento no necesita la prueba de confiabilidad, ya que, como es de carácter cualitativo, no requiere un proceso estadístico para la validación de sus resultados

La población seleccionada permitió formar una muestra que es un grupo reducido de personas o elementos de la población, es una parte representativa de toda la población. Según Condori (2020), la población es un elemento accesible donde podemos desarrollar nuestro estudio y pueden ser finitas o infinitas, son características en específico. Se determina lo siguiente:

Población 1. Para la realización de esta investigación, se consideró como población al Gerente General de la empresa “PREMIER MOTORS”, está localizada en la carretera de Lambayeque, donde se realizó esta investigación, está basada en las importaciones de vehículos.

Población 2. Para la realización de esta investigación, también se tuvo contacto a 4 expertos en el tema de plan estratégico e importación.

Los criterios de selección para determinar la población son las condiciones o características que se deben tener para ser incluido o excluido en la población de estudio. Estos criterios son necesarios para asegurar que la población es representativa de la realidad en estudio, lo que posibilita obtener resultados confiables. (Azcona y Navarro, 2021)

Los criterios de inclusión para esta población fueron los siguientes: ser empleado o Gerente de Premier Motors S.A., estar directamente involucrado en el proceso de importaciones de vehículos desde China y tener conocimientos y experiencia en el ámbito de importaciones. Por otro lado, los criterios de exclusión serán: no ser empleado o

Gerente de Premier Motors S.A., no estar involucrado en el proceso de importaciones de vehículos desde China y no tener conocimientos y experiencia en el ámbito de importaciones.

La muestra de la investigación es no probabilística, ya que se seleccionó basada en la conveniencia y disponibilidad de los sujetos. Para Salas (2022), los resultados obtenidos en la investigación se ajustan a las características específicas de la muestra, más no reflejan las características de la población total. Para la muestra 1, el Gerente General – William Genaro Suclupe Cherres, quien es egresado de la carrera profesional de Ingeniería Industrial. Para la muestra 2, contamos con expertos en el tema de Plan Estratégico e Importación.

Los métodos de análisis de datos son técnicas y enfoques utilizados para examinar, interpretar y extraer información útil de los datos. Estos métodos permiten descubrir patrones, tendencias, relaciones y conclusiones significativas a partir de conjuntos de datos. (Arteaga,2020), el análisis de datos descriptivo es una técnica que se utiliza para describir y resumir datos numéricos. Esto se logra mediante el uso de medidas de tendencia central (como la media, la mediana y la moda) y medidas de dispersión como la desviación estándar y el rango intercuartil.

Para iniciar el procedimiento de análisis de datos, en primer lugar, se solicitó mediante una carta dirigida al Gerente el permiso para el desarrollo de la investigación. Se utilizaron métodos variados con el fin de llegar a las conclusiones. En este sentido, se emplea una entrevista que está dirigida al Gerente General de la empresa y a 5 expertos en el tema, además de realizar un análisis documental utilizando técnicas de investigación para guiar los procedimientos utilizados, incluyen la aplicación de instrumentos y análisis de los resultados obtenidos, la elaboración de cuadros y tablas para organizar la información recopilada, la formulación de hipótesis y la creación de gráficos para representar visualmente los hallazgos encontrados.

Desde el punto de vista ético, la investigación siempre se realiza respetando a las personas, una búsqueda del bien, justicia para poder lograr los objetivos. En este caso, se establece en el estudio con la Ética de la Universidad Señor de Sipán y así se consultó bajo fuentes de las Normas APA. Es importante asegurarnos de que nuestra investigación se realice de manera ética y profesional. (Mager, 2020).

Tabla 1.
Criterio Ético

Criterios	Significado
Original	La investigación presentada implica citar a todo para así validar que no es copia.
Conformabilidad	En esta investigación se garantiza conformidad mediante el Gerente General y trabajadores de la empresa.
Objetivo	Se elabora un análisis final de la situación encontrada basándose en criterios.

Nota. Elaboración propia

III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, se presenta los resultados de la investigación siguiendo el procedimiento propuesto por Candela (2020), muestra la codificación abierta, axial y selectiva es un procedimiento metodológico que se aplica al análisis de los textos y estudios cualitativos, que se basa en la codificación, la agrupación y la clasificación de las unidades de observación, de forma sistemática y repetible. (P.188)

Objetivo específico 1: Realizar un estudio de mercado enfocado en la empresa que se dedica a la importación y comercialización de vehículos en la ciudad de Lambayeque para determinar su demanda, competencia y precios.

Tabla 2.

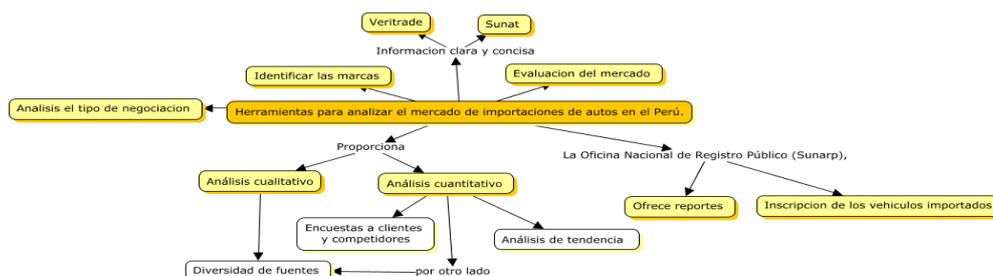
Codificación abierta: Herramientas para analizar el mercado de importaciones de autos en el Perú.

Entrevistados y código emergente	Pregunta y respuesta 1: ¿Qué herramientas utiliza para analizar el mercado de las importaciones de autos en el Perú y por qué?
<p>Entrevista 1: Ing. William Genaro Suclupe Cherres. Código: Oficina Nacional de Registro Público (Sunarp), reportes, analizar cuantos vehículos.</p>	<p>La Asociación Automotriz del Perú (AAP) nos muestra una herramienta útil que nos proporciona conocimiento sobre los tipos de vehículos que están ingresando, así como los modelos que tienen mayor demanda. También, la página web de la Oficina Nacional de Registro Público (Sunarp) nos ofrece reportes que nos permiten analizar cuántos vehículos están siendo registrados y que son importados, pero no vendidos.</p>
<p>Entrevista 2: Lic. Carla Livaque Código: Análisis cualitativo, análisis cuantitativo, análisis de tendencia encuestas a clientes y competidores, y diversidad de fuentes.</p>	<p>Independientemente del producto, utilizamos un enfoque combinado de análisis cualitativo y cuantitativo en lo que se refiere al análisis de tendencias, encuestas a clientes y competidores, análisis de datos, y diversidad de fuentes.</p>
<p>Entrevista 3: Mag. Joselyn Luna Código: Veritrade, Portal público de Sunat aduanas.</p>	<p>Algunas herramientas comunes en el sector de importaciones son el veritrade, portal público de Sunat Aduanas. En general, todas son herramientas útiles y fáciles de usar, y proporcionan información clara y concisa.</p>
<p>Entrevista 4: Mag. Gian Paolo Jursich Pardo Código: evaluación de mercado, identificar las marcas relevantes, analizar el tipo de negociación</p>	<p>Para las importaciones de autos, es fundamental realizar una evaluación de mercado. Esto implica identificar las marcas relevantes y analizar el tipo de negociación que se lleva a cabo entre las empresas involucradas. También es importante conocer quién respalda a cada una de ellas.</p>
<p>Entrevista 5: Mag. Reyes Carlos Arrollo. Código: Evaluación del mercado, objetivos.</p>	<p>Para la importación de vehículos, el primer paso es la evaluación del mercado, en la cual se determina la necesidad de la empresa, los objetivos y la forma de lograr la productividad deseada. La información obtenida permitirá tomar decisiones estratégicas para la empresa y mejorar su posición en el mercado.</p>

Nota. Elaboración propia

Figura 2.

Codificación axial: Herramientas para analizar el mercado de importaciones de autos en el Perú.



Nota. Elaboración propia

Memorándum integrador

Dentro de las principales herramientas utilizadas para analizar el mercado de las importaciones de autos en el Perú, se puede recurrir a la Oficina Nacional de Registro Público (Sunarp) para obtener reportes sobre la cantidad de vehículos importados y analizar cuántos vehículos han sido registrados en el país. Además, es importante llevar a cabo tanto un análisis cualitativo como cuantitativo, que incluye encuestas a clientes y competidores, así como el análisis de tendencia. Para obtener información adicional, se puede consultar Veritrade, que ofrece datos sobre el comercio internacional, y acceder al portal público de Sunat aduanas. De esta manera, se puede realizar una evaluación de mercado completa, identificar las marcas relevantes y analizar el tipo de negociación que se lleva a cabo entre las empresas involucradas.

Tabla 3.

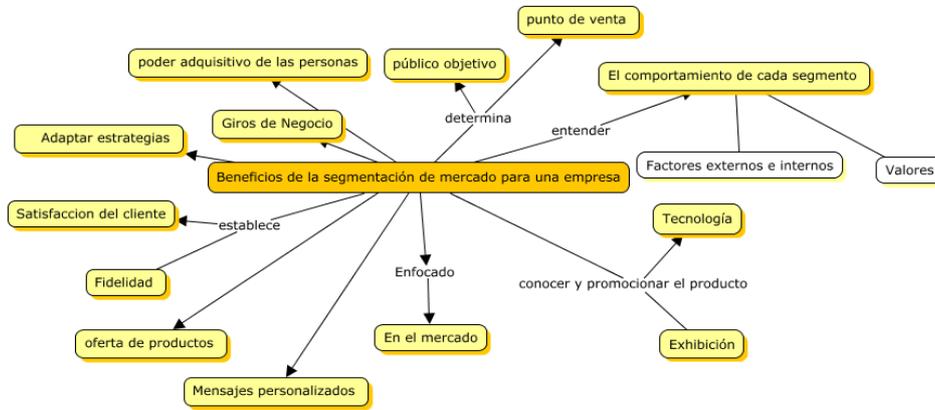
Codificación abierta: Beneficios de la segmentación de mercado para una empresa.

Entrevistados y código emergente	Pregunta y respuesta 2: ¿Qué beneficios puede ofrecer la segmentación de mercado para una empresa?
<p>Entrevista 1: Ing. William Genaro Suclupe Cherres. Código: Punto de venta, público objetivo, tecnología y exhibición, producto y promocionar.</p>	<p>Uno de los factores más importantes a considerar al momento de importar un producto es el segmento al que va dirigido. El mercado de ese segmento determina en qué punto de venta serás más exitoso, y además te ayuda a definir el público objetivo. La tecnología y la exhibición, también te ayudan a dar a conocer el producto y a promocionarlo. Es crucial para el éxito del producto el conocer bien al segmento al que va dirigido</p>
<p>Entrevista 2: Lic. Carla Livaque Código: Adaptar estrategias, satisface a clientes, su fidelidad, oferta de productos, mensajes personalizados, entiende el comportamiento, valores y factores externos e internos.</p>	<p>La segmentación de mercados es fundamental hoy en día, ya que permite adaptar estrategias de forma específica, dependiendo del tipo de consumidor. A su vez, la segmentación determina la satisfacción del cliente, su fidelidad y la oferta de productos y mensajes personalizados, que se enfocan en las necesidades de cada cliente. Se trata de entender el comportamiento de cada segmento, sus valores y los factores externos e internos que influyen en ellos.</p>
<p>Entrevista 3: Mag. Joselyn Luna Código: Enfocarte en el mercado</p>	<p>Algunos beneficios básicos de la segmentación son que puedes enfocarte en el mercado al que estás dirigiendo tus productos y servicios. En el caso de los vehículos, por ejemplo, podrías seleccionar el tipo de vehículo, como sedanes, camionetas, etc.</p>
<p>Entrevista 4: Mag. Gian Paolo Jursich Pardo Código: Giros de negocio, poder adquisitivo de las personas.</p>	<p>La segmentación de mercado varía significativamente según los diferentes giros de negocio y está fuertemente influenciada por el poder adquisitivo de las personas.</p>
<p>Entrevista 5: Mag. Reyes Carlos Arrollo. Código: Demanda existente, plan estratégico.</p>	<p>La segmentación del mercado automotriz en ambos países, el peruano y el chino, permite determinar la demanda existente, los segmentos que son más rentables y las necesidades de los consumidores en cada región. Esto permitirá a la empresa desarrollar un plan estratégico para satisfacer las necesidades de sus clientes, con productos específicos para cada región y con precios ajustados a las características.</p>

Nota. Elaboración propia

Figura 3.

Codificación axial: Beneficios de la segmentación de mercado para una empresa.



Nota. Elaboración propia

Memorándum integrador

Dentro de los beneficios que ofrece la segmentación de mercado a una empresa, se encuentran la determinación del punto de venta y el público objetivo, así como la posibilidad de conocer y promocionar el producto utilizando tecnología y exhibición. La segmentación también permite adaptar estrategias para satisfacer al cliente, así como ofrecer productos y mensajes personalizados para fidelizarlos. Además, ayuda a comprender el comportamiento del mercado, así como los factores externos e internos que influyen en él. Todo esto resulta crucial al explorar nuevos giros de negocio para aprovechar el crecimiento de las importaciones y el aumento en el poder adquisitivo de las personas.

Tabla 4.

Codificación abierta: Determinación de la oferta y demanda de un producto o servicio.

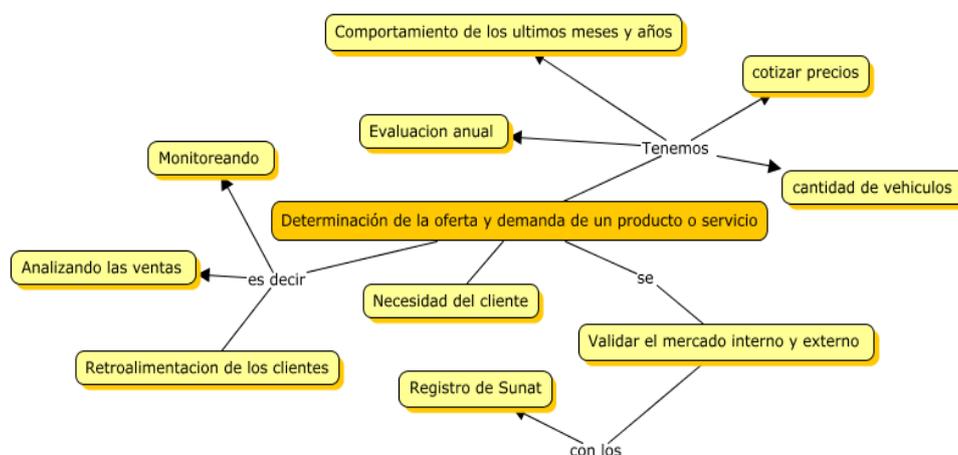
Entrevistados y código emergente	Pregunta y respuesta 3: ¿Cómo se determina la oferta y demanda de un producto o servicio?
<p>Entrevista 1: Ing. William Genaro Suclupe Cherres. Código: Evaluación anual, comportamiento en los últimos meses y años, cotizar precios y cantidades de vehículos</p>	<p>Como importadores, tenemos una evaluación anual de la historia de ventas y el comportamiento en los últimos meses y años. De esta manera, podemos terminar de determinar las tendencias en cuanto a qué tipo de vehículo está siendo popular y también podemos predecir lo que se necesitará en un futuro, así como cotizar precios y cantidades de vehículos.</p>
<p>Entrevista 2: Lic. Carla Livaque Código: Monitorear, analizando las ventas, retroalimentación de los clientes.</p>	<p>Es importante monitorear constantemente la demanda de mercado, analizando las ventas y la retroalimentación de los clientes, para poder adaptarse rápidamente a las tendencias y necesidades de los consumidores</p>
<p>Entrevista 3: Mag. Joselyn Luna Código: Validar el mercado interno y</p>	<p>A nivel de análisis, se busca validar el mercado interno y externo. Por ejemplo, en el caso de Perú, se puede analizar la demanda a través de los registros de Sunat. Si eres un exportador, puedes ver la oferta por la</p>

externo, registro de Sunat.	información que proporciona Sunat.
Entrevista 4: Mag. Gian Paolo Jursich Pardo Código: Necesidad del cliente	En el tema automotriz no es como una empresa de consumo, varía dependiendo de la necesidad de los clientes .
Entrevista 5: Mag. Reyes Carlos Arrollo. Código: Seguimiento evaluación	Se evalúa el mercado por ambas partes se hace también seguimiento evaluación de ventas de la empresa en los últimos meses para así poder detectar nuevas tendencias que se da en el mercado

Nota. Elaboración propia

Figura 4.

Codificación axial: Determinación de la oferta y demanda de un producto o servicio.



Nota. Elaboración propia

Memorándum integrador

Para determinar la oferta y demanda de un producto o servicio, es importante realizar una evaluación anual y estudiar el comportamiento de las ventas en los últimos meses y años. También es importante cotizar precios y cantidades de vehículos, así como monitorear y analizar las ventas y la retroalimentación de los clientes, para validar la demanda interna y externa, es importante considerar las registraciones de la Sunat y realizar un análisis de los mercados. Las necesidades del cliente son el motor que impulsa la mejora continua y la excelencia en el servicio.

Tabla 5.

Codificación abierta: Estrategias para aprovechar el crecimiento de las importaciones y expandir el negocio.

Entrevistados y código emergente	Pregunta y respuesta 4: ¿Cómo puede la empresa aprovechar el crecimiento de las importaciones para expandir su negocio?
Entrevista 1: Ing. William Genaro Suclupe Cherres. Código: El tratado libre comercio	Es cierto que, a partir de la década del 2000, hubo un importante aumento en las importaciones, muchas de ellas gracias a los tratados de libre comercio y las facilidades que ofrecían para importar en la forma más fácil y sencilla posible. Las importaciones han aprovechado para posicionar productos a nivel

	internacional, principalmente en el ámbito de los vehículos livianos y pesados. Actualmente, el mercado está orientado hacia estos modelos, ya que son los que más se comercializan en el país.
Entrevista 2: Lic. Carla Livaque Código: Alianzas estratégicas, proveedores extranjeros, estrategias de marketing.	Creo que el crecimiento de las importaciones viene conlleva la oportunidad de establecer alianzas estratégicas con proveedores extranjeros y ayuda a diversificar la oferta de productos. Este crecimiento también te permite adaptar estrategias de marketing para satisfacer las necesidades cambiantes del mercado
Entrevista 3: Mag. Joselyn Luna Código: Expandir el negocio, precios de la producción, distribución, los aranceles y costos de transporte y logística, monitorear, estudiar los nuevos acuerdos comerciales, análisis de la oferta y demanda.	Para aprovechar el crecimiento de las importaciones y expandir el negocio , la empresa debe analizar los factores que afectan esta actividad, como los precios de la producción y distribución, los aranceles y los costos de transporte y logística . Además, es importante monitorear las nuevas oportunidades de inversión, estudiar los nuevos acuerdos comerciales , y mantener un constante análisis de la oferta y la demanda .
Entrevista 4: Mag. Gian Paolo Jursich Pardo Código: Analizar los productos, ofrecer un producto, nuevos clientes, proveedores.	Podría analizar los productos que se están importando, y ofrecer un producto que complemente esos productos. También podría buscar formas de entrar en la cadena de suministro de los productos importados, y encontrar nuevos clientes o proveedores .
Entrevista 5: Mag. Reyes Carlos Arrollo. Código: Mercados, estrategias de marketing	Para la empresa, la segmentación del mercado automotriz brinda alternativas distintas para encontrar oportunidades de importación, al mismo tiempo que permite identificar los mercados objetivo para aplicar estrategias efectivas de marketing .

Nota. Elaboración propia

Figura 5.

Codificación axial: Estrategias para aprovechar el crecimiento de las importaciones y expandir el negocio.



Nota. Elaboración propia

Memorándum integrador

Para que la empresa aproveche el crecimiento de las importaciones para expandir su negocio, el tratado libre comercio facilita las alianzas estratégicas con proveedores extranjeros y las estrategias de marketing que se emplean para expandir el negocio. La variación de los precios de la producción, distribución y los aranceles influyen en los costos de transporte y logística, lo que hace necesario monitorear y estudiar los nuevos acuerdos comerciales, junto con la oferta y la demanda. Analizar los productos, ofrecer nuevos productos, buscar nuevos clientes y nuevos proveedores es importante para abordar la evolución del mercado y con ello maximizar los beneficios.

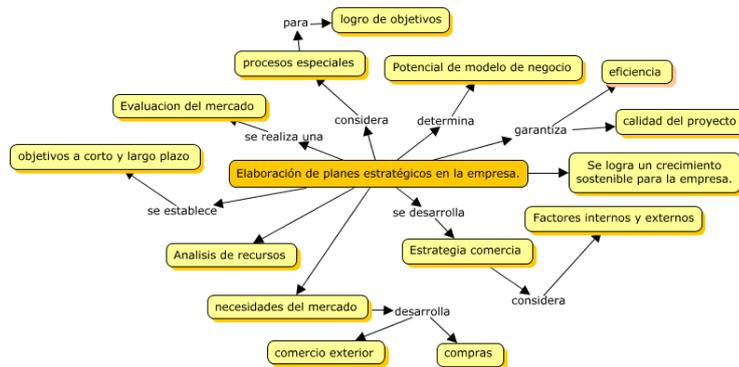
Tabla 6.

Codificación abierta: Elaboración de planes estratégicos en la empresa.

Entrevistados y código emergente	Pregunta y respuesta 5: ¿Cuál es su experiencia elaborando planes estratégicos en la empresa?
<p>Entrevista 1: Ing. William Genaro Suclupe Cherres. Código: Evaluación del mercado, determina el potencial del modelo, estrategia comercial.</p>	<p>En Premier Motors hemos iniciado el proceso de expandir nuestro negocio en el norte del país, principalmente en Trujillo y Chiclayo. Este mes, abrimos en Huancayo. Esto se debe a una evaluación del mercado, en donde se determina el potencial del modelo. El estudio nos dice que debemos invertir en mejorar nuestra estrategia comercial.</p>
<p>Entrevista 2: Lic. Carla Livaque Código: Análisis de mercado, evaluación de recursos internos, factores externos, establecimiento de objetivos a corto y largo plazo, crecimiento sostenible de la empresa.</p>	<p>Hoy en día, he liderado la creación de planes estratégicos integrando análisis de mercado, evaluación de recursos internos, consideración de factores externos, establecimiento de objetivos a corto y largo plazo y esto garantiza el crecimiento sostenible de la empresa.</p>
<p>Entrevista 3: Mag. Joselyn Luna Código: Desarrollar planes para las compras, procesos de comercio exterior y exportación, y procesos especiales, garantizar la eficiencia.</p>	<p>Mi experiencia de más de cinco años en posiciones estratégicas me ha permitido entender y desarrollar planes para las compras, procesos de comercio exterior y exportación, y procesos especiales como las admisiones y exportaciones temporales. En este ámbito, mi trabajo ha sido vital para garantizar la eficiencia en la operación de la empresa.</p>
<p>Entrevista 4: Mg. Gian Paolo Jursich Pardo Código: Recepción de un cliente.</p>	<p>Se implementan procesos completos, que abarcan desde la recepción de un cliente hasta la entrega de la unidad, tanto en el taller como en la venta.</p>
<p>Entrevista 5: Mag. Reyes Carlos Arrollo. Código: Crecimiento y competitividad, análisis exhaustivo.</p>	<p>He trabajado con diversas organizaciones para desarrollar estrategias efectivas que impulsen el crecimiento y la competitividad. Mi enfoque se basa en el análisis exhaustivo del mercado, la evaluación de las capacidades internas de la empresa y la identificación de oportunidades clave.</p>

Nota. Elaboración propia

Figura 6.
Codificación axial: Elaboración de planes estratégicos en la empresa.



Nota. Elaboración propia

Memorándum integrador

La experiencia que se obtuvo elaborando planes estratégicos en una empresa es que se realizó una evaluación del mercado, la cual permite determinar el potencial del modelo de negocio. A partir de los resultados obtenidos, se desarrolla una estrategia comercial que considera los factores internos y externos, con el objetivo de lograr un crecimiento sostenible de la empresa. En este sentido, se establecen objetivos a corto y largo plazo, en base a las necesidades del mercado y el análisis de recursos. Posteriormente, se procede a desarrollar planes para las compras y procesos de comercio exterior y exportación, con el fin de garantizar la eficiencia y la calidad del proyecto. Seguidamente, se consideran los procesos especiales que se requieren para el logro de los objetivos planteados.

Tabla 7.
Codificación abierta: Implementación efectiva de un plan estratégico en la empresa.

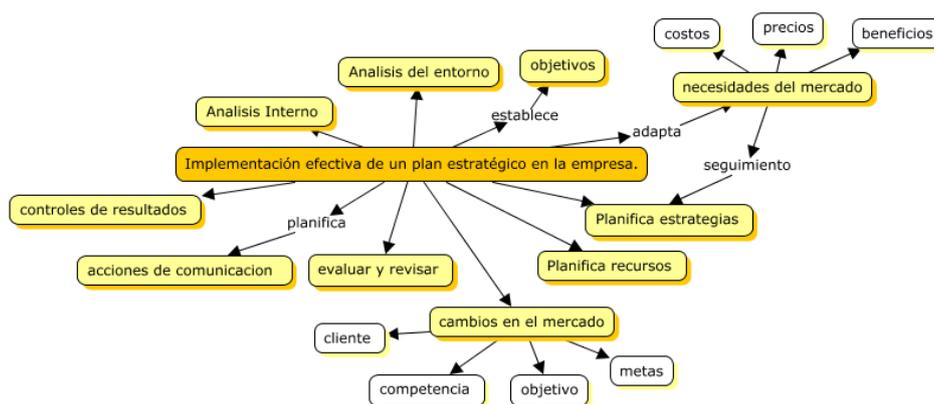
Entrevistados y código emergente	Pregunta y respuesta 6: ¿Cómo implementa usted el plan estratégico de la empresa?
<p>Entrevista 1: Ing. William Genaro Suclupe Cherres. Código: Análisis del entorno, análisis interno de la empresa, la creación de objetivos, la planificación de estrategias, la planeación de recursos, planificación de acciones de comunicación y la evaluación y control de resultados.</p>	<p>La implementación de un plan estratégico tiene varias partes, como el análisis del entorno, el análisis interno de la empresa, la creación de objetivos, la planificación de estrategias, la planeación de recursos, la planificación de acciones de comunicación y la evaluación y control de resultados.</p>
<p>Entrevista 2: Lic. Carla Livaque Código: Evaluar y revisar, cambios en el mercado, los clientes y la competencia, objetivos y metas.</p>	<p>Cuando se implementa un plan estratégico, es importante evaluar y revisarlo constantemente. Este proceso debe ser ejecutado teniendo en cuenta los cambios en el mercado, los clientes y la competencia. Además, se debe coordinar y monitorear el cumplimiento de los objetivos y metas, con el objetivo.</p>
<p>Entrevista 3: Mag. Joselyn Luna Código:</p>	<p>El diseño de un plan estratégico se basa en la evaluación de la necesidad y las posibilidades de la empresa. En este caso, se establece la necesidad de</p>

Evaluación de la necesidad, posibilidad de la empresa, análisis de las condiciones del mercado, costos, precios y beneficios, seguimiento estratégico.	expandir el mercado en Ecuador. Para esto, se planifica un análisis de las condiciones del mercado , visitando el país y evaluando las oportunidades y riesgos. Posteriormente, se desarrolla una estrategia de abastecimiento y negociación, teniendo en cuenta los costos, precios y beneficios . En la fase de implementación, se mantiene un seguimiento estratégico de los avances y resultados obtenidos
Entrevista 4: Mag. Gian Paolo Jursich Pardo Código: Análisis de nuestros objetivos, actividades, recursos y responsabilidades, desarrollo de una planificación	Implemento el plan estratégico de la empresa mediante el análisis de nuestros objetivos, actividades, recursos y responsabilidades , así como mediante el desarrollo de una planificación ajustada a nuestros recursos y habilidades.
Entrevista 5: Mag. Reyes Carlos Arrollo. Código: Misión, visión, objetivos.	Un plan estratégico hace mención de la visión, misión , los objetivos que le empresa quiere lograr es por ello muy importante llevar a cabo un plan para así logara los objetivos y seguir avanzado de le manera correcta.

Nota. Elaboración propia

Figura 7.

Codificación axial: Implementación efectiva de un plan estratégico en la empresa.



0

Memorándum integrador

Para implementa un plan estratégico en la empresa, se determina la factibilidad de un proyecto, se deben realizar un análisis del entorno y del propio negocio. De esta manera, se pueden establecer objetivos claros y concretos. A continuación, se planea estrategias enfocadas a la consecución de esos objetivos, valorando los recursos existentes y las necesidades que se requieren. Posteriormente, se diseñan acciones de comunicación y se planifica su seguimiento. Durante la ejecución del proyecto, se evalúan los resultados, así como las condiciones del mercado, los clientes y la competencia. Esto permitirá modificar el proyecto de manera estratégica, con el fin de adaptarlo a las necesidades del mercado. Finalmente, se evalúa la factibilidad del proyecto, tomando en cuenta las condiciones económicas, los costos de producción, los precios y los beneficios obtenidos. Al implementar el plan estratégico de la empresa, se lleva a cabo un análisis de nuestros objetivos, actividades, recursos y responsabilidades, así como de la planificación de cómo se van a alcanzar esos objetivos.

Tabla 8.

Codificación abierta: Importancia de un plan de marketing para una empresa.

Entrevistados y código emergente	Pregunta y respuesta 7: ¿Qué es un plan de marketing y por qué es importante para una empresa?
Entrevista 1: Ing. William Genaro Suclupe Cherres. Código: Estudio previo, publico objetivo, cliente específico, satisfacer sus necesidades.	El plan de marketing se desarrolla a partir de estudios previos , y es una herramienta muy importante para llegar al público objetivo . El plan está dirigido a un tipo de clientes específico , con el objetivo de satisfacer sus necesidades
Entrevista 2: Lic. Carla Livaque Código: Documento, estrategias, posicionarse, necesidades del consumidor, revisado, cambios del mercado, clientes, competencia, condiciones económicas.	El plan de marketing es un documento escrito que incluye las estrategias que una empresa usará para posicionarse en el mercado y atender a las necesidades del consumidor . Este plan debe ser revisado y adaptarse según los cambios del mercado , los clientes , la competencia y las condiciones económicas
Entrevista 3: Mag. Joselyn Luna Código: Documento, estrategias y acciones, objetivos estratégicos, organizar la empresa, planear recursos, medir el éxito, evita la descoordinación.	El plan de marketing es un documento que detalla las estrategias y acciones que una empresa tomará para alcanzar objetivos estratégicos relacionados con el marketing. Es importante porque permite a la empresa organizarse, planear los recursos que necesita y medir el éxito de las iniciativas. Además, le permite alinearse el marketing con las metas corporativas, evitando la descoordinación .
Entrevista 4: Mg. Gian Paolo Jursich Pardo Código: Objetivos, estrategias, acciones, lograr una posición.	Un plan de marketing es un documento que define los objetivos, estrategias y acciones que una empresa va a llevar a cabo en un periodo determinado, con el fin de lograr una posición favorable en el mercado y mejorar su posición competitiva.
Entrevista 5: Mag. Reyes Carlos Arrollo. Código: Estrategias	Un plan de marketing es el documento que resume las estrategias para un periodo determinado aquí incluye todos los objetivos sus indicadores es por ello muy importante para una empresa un plan de marketing porque nos dirige hacia el objetivo.

Nota. Elaboración propia

Figura 8.

Codificación axial: Importancia de un plan de marketing para una empresa.



Nota. Elaboración propia

Memorándum integrador

El plan de marketing es importante para una empresa porque antes de desarrollar un proyecto empresarial, es necesario realizar un estudio previo en el cual se analizan los objetivos, el público objetivo, la competencia, el entorno externo, las condiciones económicas, así como las necesidades del consumidor. En un documento se establecen las estrategias a implementar, para posicionarse en el mercado de manera efectiva y rentable, utilizando las herramientas necesarias, estableciendo objetivos específicos, y planificando los recursos que se necesitan. En función de las condiciones del mercado, las estrategias y acciones se deberán revisar constantemente, para ajustar la propuesta de negocio a las necesidades del mercado.

Tabla 9.

Codificación abierta: Adaptación de un plan de marketing a los cambios de mercado.

Entrevistados y código emergente	Pregunta y respuesta 8: ¿Cómo se adapta un plan de marketing a los cambios de mercado?
<p>Entrevista 1: Ing. William Genaro Suclupe Cherres. Código: Monitorear, estrategia en consecuencia, ofrece un producto, necesidades del público objetivo</p>	<p>Una de las claves del plan de marketing es estar abierto a los cambios del mercado, monitorearlos y reajustar la estrategia en consecuencia. Esto permite adaptarse al mercado y ofrecer un producto que satisfaga las necesidades del público objetivo.</p>
<p>Entrevista 2: Lic. Carla Livaque Código: Actualizarse, comportamiento del consumidor, estrategia de marketing, necesidades del consumidor y tendencias del mercado.</p>	<p>Parte de la adaptación del plan de marketing al mercado es actualizarse sobre los cambios que ocurren en el comportamiento del consumidor. Hoy en día, este es más exigente, por lo que las marcas deben tener cada vez más influencia en su entorno y en el medio ambiente. Por lo tanto, las marcas necesitan tener una estrategia de marketing flexible y adaptable, que pueda ser modificada según las necesidades del consumidor y las tendencias del mercado.</p>
<p>Entrevista 3: Mag. Joselyn Luna Código: Evaluar recursos, el tiempo, plazo de entrega, costos, evaluar proveedores y desarrollaremos planes para mejorar la calidad del servicio.</p>	<p>Nuestra área de abastecimiento planifica la adquisición de insumos y mercancías a lo largo del año, teniendo en cuenta las necesidades del negocio y cumpliendo los requerimientos legales. Para lograr esto, evaluamos los recursos necesarios, el tiempo y los plazos de entrega, medimos los costos, evaluamos los proveedores y desarrollamos planes para mejorar la calidad del servicio. Asimismo, controlamos el desempeño mensual de cada área, detectando y corrigiendo cualquier problema para garantizar la satisfacción de los clientes.</p>
<p>Entrevista 4: Mg. Gian Paolo Jursich Pardo Código: Situación del mercado, ajustes en la estrategia.</p>	<p>Para que un plan de marketing sea flexible y responda a los cambios en el mercado, se debe analizar continuamente la situación del mercado y realizar ajustes en la estrategia cuando sea necesario.</p>
<p>Entrevista 5: Mag. Reyes Carlos Arrollo. Código: Comportamiento del consumidor.</p>	<p>Hablamos de cambios, esto siempre se va dar casi muy seguido es por ello tenemos que estar actualizados en el comportamiento del consumidor y eso nos ayuda a llegar a clientes potenciales</p>

Nota. Elaboración propia

Figura 9.

Codificación axial: Adaptación de un plan de marketing a los cambios de mercado.



Nota. Elaboración propia

Memorándum integrador

Un plan de marketing se adapta a los cambios de mercado porque es fundamental monitorear el comportamiento del consumidor y las tendencias del mercado, para así poder actualizar la estrategia de marketing en consecuencia. Es importante evaluar los recursos disponibles, el tiempo y los costos, así como también evaluar proveedores para garantizar la calidad del servicio. Además, es necesario evaluar las necesidades del público objetivo y del consumidor para desarrollar planes que satisfagan sus necesidades y mejorar así la calidad del servicio en el plazo de entrega establecido.

Tabla 10.

Codificación abierta: Determinación de los costos de importación de un producto o servicio.

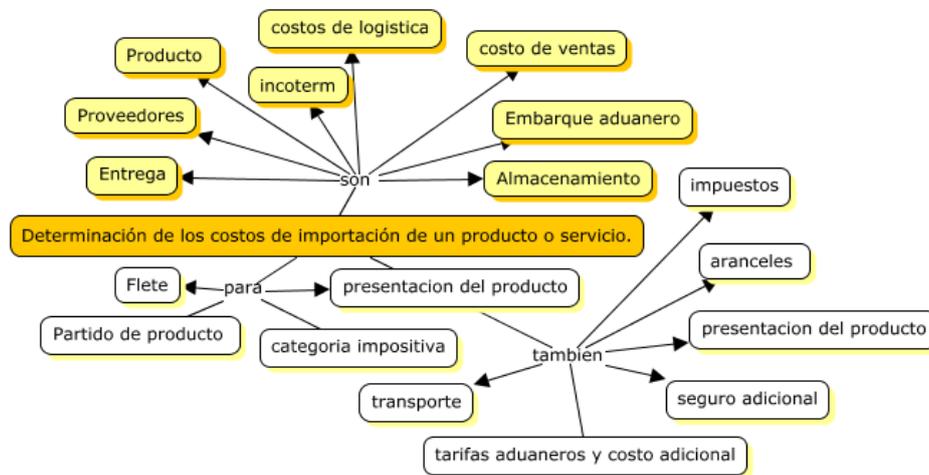
Entrevistados y código emergente	Pregunta y respuesta 9: ¿Cómo se determinan los costos de importación de un producto o servicio?
Entrevista 1: Ing. William Genaro Suclupe Cherres. Código: Proveedores, producto, incoterms, costos de logística, embarque y aduanero, costos de ventas, almacenamiento, entrega.	El proceso de importación comienza con la selección de proveedores , donde se consideran al menos 4 o 5 opciones y se escogen los que ofrecen el mejor producto , con el incoterm indicado. También se consideran costos de logística, embarque y aduanero , así como costos de ventas, almacenamiento, entrega y todo lo demás que afecta al costo final del producto.
Entrevista 2: Lic. Carla Livaque Código: Aranceles, impuestos, tarifas aduaneras y costos adicionales, transporte, el seguro internacional.	Los costos de importación se determinan considerando los aranceles, impuestos, tarifas aduaneras y costos adicionales como el transporte, el seguro internacional y otros gastos asociados .
Entrevista 3: Mag. Joselyn Luna	Dependiendo del principio del producto, existen diferentes impuestos y acuerdos bilaterales que deben

<p>Código: Partida del producto, categoría impositiva, flete, la presentación del producto, costos fijos.</p>	<p>tenerse en cuenta. Es importante validar la partida del producto, verificar las restricciones y la categoría impositiva correspondiente. Una vez hecho esto, se puede cotizar el costo de transporte, considerando las opciones marítimas, aéreas o multimodales. Es necesario seleccionar el flete y la presentación del producto, y luego evaluar los costos fijos en cada puerto de ingreso.</p>
<p>Entrevista 4: Mg. Gian Paolo Jursich Pardo Código: Costo de transporte, Costo aduanero, costo de intermediarios, costo de almacenamiento, costo de marketing, costo operativo.</p>	<p>Se deben considerar varias variables, tales como los costos de transporte, costos aduaneros, costos de intermediarios, costos de almacenamiento, costos de marketing y otros costos operativos.</p>
<p>Entrevista 5: Mag. Reyes Carlos Arrollo. Código: Costo de transporte, distancia, cantidad de mercancía.</p>	<p>El costo de la importación está determinado no solo por los proveedores sino también por el costo de transporte, la distancia, la cantidad de mercancía, los gastos administrativos y los aranceles que se apliquen. Por lo general, cuando las cantidades son mayores, los costos por unidad resultan más bajos, y viceversa.</p>

Nota. Elaboración propia

Figura 10.

Codificación axial: Determinación de los costos de importación de un producto o servicio.



Nota. Elaboración propia

Memorándum integrador

Para determinar los costos de importación de un producto o servicio, al momento de trabajar con proveedores y ofrecer un producto, es importante considerar el incoterm indicado y los costos de logística, embarque y aduanero, así como también los costos de ventas, almacenamiento y entrega. Es fundamental tener en cuenta los aranceles, impuestos, tarifas aduaneras y costos adicionales, así como también el transporte, el seguro internacional y otros gastos asociados. Es necesario verificar las restricciones

en la partida del producto, su categoría impositiva y el flete, así como también la presentación del producto y los costos fijos asociados a su comercialización.

Tabla 11.

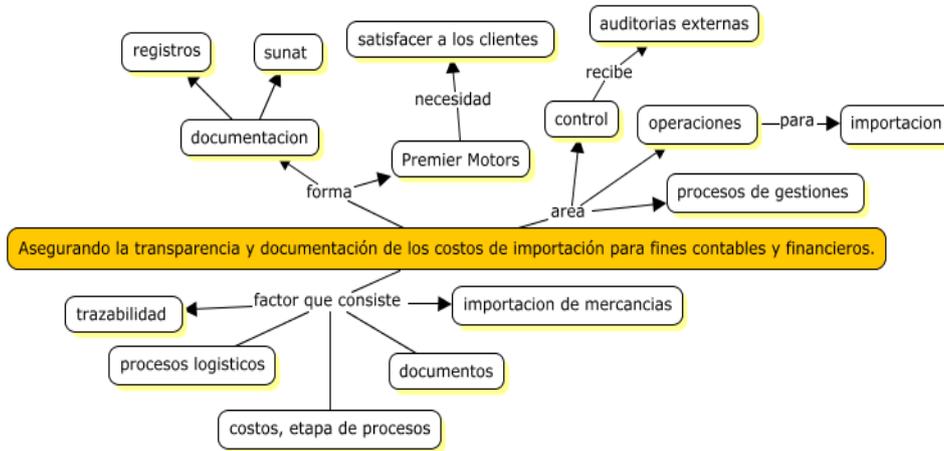
Codificación abierta: Asegurando la transparencia y documentación de los costos de importación para fines contables y financieros.

Entrevistados y código emergente	Pregunta y respuesta 10: ¿Cómo se asegura una empresa de que sus costos de importación sean transparentes y estén bien documentados para fines contables y financieros?
<p>Entrevista 1: Ing. William Genaro Suclupe Cherras. Código: Transparencia, orden en la documentación, forma ordenada, transparente y completa, satisfacer las exigencias de la autoridad.</p>	<p>La transparencia y orden en la documentación contable es lo más importante. La SUNAT evalúa estos registros y es parte de la lista de empresas principales, que se rige por otro tipo de control. Nuestra empresa, Premier Motors, está listada y registrada en esta lista, y toda la documentación de la empresa se debe presentar de forma ordenada, transparente y completa, para satisfacer las exigencias de la autoridad.</p>
<p>Entrevista 2: Lic. Carla Livaque Código: Registros y documentos, boletas, tickets, tickets de embarque.</p>	<p>La trazabilidad debe ser un factor fundamental en todo proceso logístico, especialmente cuando se trata de mantener la transparencia en los costos. Para conseguir esto, es necesario tener registros y documentos de cada etapa de proceso. Estos documentos pueden ser boletas, tickets, tickets de embarque, etc., los cuales garantizan la transparencia total en los costos, para evitar la evasión de cualquier costo asociado a la importación de mercancías.</p>
<p>Entrevista 3: Mag. Joselyn Luna Código: Área de control interno, auditoría, revisan procesos de gestión y operaciones, registro, gastos relacionados, importación, documentación correspondiente, sistema de documentación.</p>	<p>Nuestra empresa cuenta con un área de control interno y a su vez, recibe auditorías por parte de auditoras externas, como losio y otros, en donde se revisan los procesos de gestión y operaciones. Para ello, nuestra área de abastecimiento mantiene un registro detallado de todos los gastos relacionados a cada importación, con documentación correspondiente, con la finalidad de brindar información a la empresa. Estos documentos se mantienen en archivo digital o en un sistema de documentación controlada.</p>
<p>Entrevista 4: Mg. Gian Paolo Jursich Pardo Código: Documentados, procedimiento claro, establece controles de calidad</p>	<p>Para garantizar que los costos sean transparentes y bien documentados. Esto implica establecer procedimientos claros y establecer controles de calidad en cada etapa del proceso de importación, desde la adquisición del producto hasta su distribución final al cliente.</p>
<p>Entrevista 5: Mag. Reyes Carlos Arrollo. Código: Documentación, Agencia Nacional, Sunat.</p>	<p>La transparencia en los procesos de importación es fundamental, ya que debe haber un registro exhaustivo y documentación de todo el proceso. En el caso de vehículos, la Agencia Nacional de Recaudación de Ingresos del Estado (SUNAT) tiene un registro de la nacionalización, que se usa para la evaluación tributaria del vehículo.</p>

Nota. Elaboración propia

Figura 11.

Codificación axial: Asegurando la transparencia y documentación de los costos de importación para fines contables y financieros.



Nota. Elaboración propia

Memorándum integrador

Dentro de los costos de las importaciones transparentes y que estén documentadas para fines contables y financieros para mantener un buen control interno, es necesario la transparencia y la orden en la documentación. Es importante que esta sea ordenada, transparente y completa, para satisfacer las exigencias de la autoridad. Debe tener registros y documentos como boletas, tickets y tickets de embarque, que permitan el control. El área de control interno realiza auditorías que revisan los procesos de gestión y operaciones, y registran los gastos relacionados con la importación, así como la documentación correspondiente. Para esto, es importante tener un sistema de documentación que garantice el cumplimiento de estos procesos.

Tabla 12.

Codificación abierta: Factores a considerar al elegir un método de transporte para un producto o servicio.

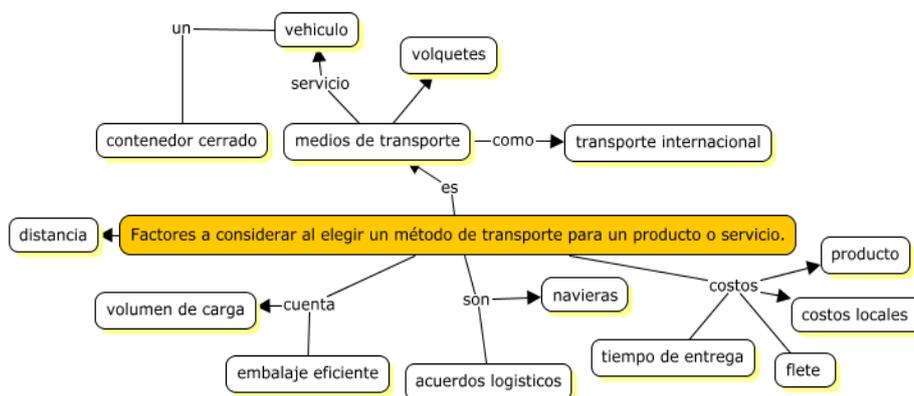
Entrevistados y código emergente	Pregunta y respuesta 11: ¿Cuáles son los principales factores que se deben considerar al elegir un método de transporte para un producto o servicio?
<p>Entrevista 1: Ing. William Genaro Suclupe Cherres. Código: Producto, vehículo, contenedor cerrado de 40 pies, volquete, plataforma con más seguridad, transporte internacional como el nacional, clima y los potenciales daños para la mercancía.</p>	<p>Los medios de transporte se deciden dependiendo del producto, por ejemplo, en el caso de un vehículo se suele elegir un contenedor cerrado de 40 pies. En otras ocasiones, como en el caso de un volquete, se suele optar por una plataforma con más seguridad. Además, es importante considerar tanto el transporte internacional como el nacional y tomar en cuenta aspectos como el clima y los potenciales daños para la mercancía.</p>

<p>Entrevista 2: Lic. Carla Livaque Código: Distancia, el volumen de la carga, el embalaje eficiente, acuerdos logísticos, costos, envíos, rutas, eficientes, navieras, acuerdos logísticos.</p>	<p>Esto depende de varios factores como la distancia, el volumen de la carga, el embalaje eficiente y los acuerdos logísticos que puedan influir en los costos. Todo esto puede ayudarte a optimizar los costos mediante la consolidación de envíos, rutas eficientes, atreverte a negociar tarifas directamente con las navieras y tomar ventajas de los acuerdos logísticos.</p>
<p>Entrevista 3: Mag. Joselyn Luna Código: Tiempo de entrega, costo y el tipo de transporte, gastos relacionados al proceso, incluyendo el flete, las tarifas de aduanas y los costos locales</p>	<p>Antes de decidir cómo transportar un producto se necesita tomar en cuenta varios factores, como el tiempo de entrega, el costo y el tipo de transporte. Aunque la opción más barata puede tomar más tiempo, puede ser una opción conveniente si no se necesita la entrega rápida. Asimismo, al decidir qué línea de transporte utilizar, no sólo debemos considerar el costo, sino todos los gastos relacionados al proceso, incluyendo el flete, las tarifas de aduanas y los costos locales. Es importante considerar todos los costos para determinar cuál es la opción más costo-efectiva.</p>
<p>Entrevista 4: Mag. Gian Paolo Jursich Pardo Código: Distancia, volumen, fragilidad, costo, disponibilidad del transporte, velocidad de entrega</p>	<p>Una empresa debe considerar varios factores, tales como la distancia, el volumen y la fragilidad del producto, el costo, la disponibilidad del transporte y la velocidad de entrega.</p>
<p>Entrevista 5: Mag. Reyes Carlos Arrollo. Código: Tipo de carga, forma de entrega, tipo de material</p>	<p>Algunos aspectos posibles que afectan al costo de transporte son el tipo de carga, la forma de entrega y el tipo de material de transporte.</p>

Nota. Elaboración propia

Figura 12.

Codificación axial: Factores a considerar al elegir un método de transporte para un producto o servicio.



Nota. Elaboración propia

Memorándum integrador

Los factores más importantes a tener en cuenta a la hora de elegir un método de

transporte para un producto o servicio son el volumen de la carga, la distancia, el embalaje eficiente, el clima y los potenciales daños para la mercancía. También es importante analizar la viabilidad de distintos tipos de transporte, como el nacional o internacional, en base a los costos asociados, la logística de cada uno y el tiempo de entrega. También se deben considerar los gastos relacionados al proceso, como los de flete, tarifas de aduanas y los costos locales. Para asegurar un transporte eficiente y seguro, es necesario tener acuerdos logísticos que cubran todas estas áreas.

Tabla 13.

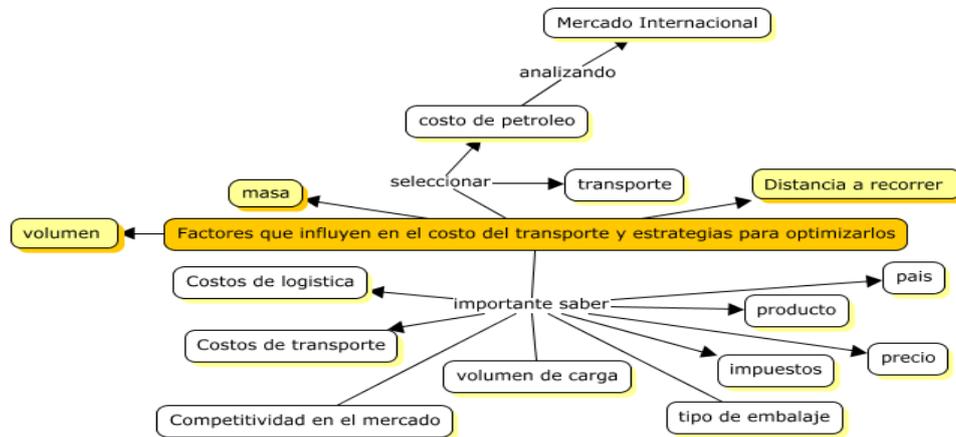
Codificación abierta: Factores que influyen en el costo del transporte y estrategias para optimizarlos.

Entrevistados y código emergente	Pregunta y respuesta 12: ¿Qué factores influyen en el costo del transporte y cómo se pueden optimizar?
Entrevista 1: Ing. William Genaro Suclupe Cherres. Código: Costo de logística, precios, competitividad en el mercado.	Los costos de logística son un factor muy importante para la determinación del precio de un producto. Como ejemplo, durante la pandemia hubo un incremento en los costos de transporte, lo que dificultó mantener los precios y la competitividad en el mercado .
Entrevista 2: Lic. Carla Livaque Código: Distancia, el volumen de la carga, el tipo de embalaje, el tipo de carga, impuestos.	El costo del transporte depende de muchos factores, como la distancia, el volumen de la carga, el tipo de embalaje, el tipo de carga (si es refrigerada o no), y también de los impuestos que puede cobrar el país de destino.
Entrevista 3: Mag. Joselyn Luna Código: Transporte, directo o indirecto, aumento del costo de combustible, precio del flete, el precio del petróleo, mercado internacional, logística	La necesidad y tiempo de entrega son factores clave a considerar al momento de seleccionar el transporte , así como la forma en que se llevará a cabo, ya sea directo o indirecto . Además, las empresas asociadas en origen y destino, así como los posibles imprevistos como las paralizaciones y el aumento del costo de combustible afecta el precio del flete , ya que está basado en un índice que varía con el precio del petróleo en el mercado internacional . Esto significa que el flete sube o baja, dependiendo de los costos de la logística relacionada.
Entrevista 4: Mag. Gian Paolo Jursich Pardo Código: Distancia a recorrer, masa, volumen del producto, planificación, selección de proveedores.	Son el tipo de transporte elegido, la distancia a recorrer, la masa y volumen del producto , el tipo de embalaje. Posiblemente se pueden optimizar los costos del transporte por medio de la planificación y la selección de proveedores de transporte de confianza
Entrevista 5: Mag. Reyes Carlos Arrollo. Código: Tiempo, peso, tamaño, temperatura.	El costo de logística depende de tiempo, peso, tamaño y temperatura , y varía en función del modo de transporte.

Nota. Elaboración propia

Figura 13.

Codificación axial: Factores que influyen en el costo del transporte y estrategias para optimizarlos.



Nota: Este diagrama es una representación simplificada de un modelo de codificación axial más complejo.

Memorándum integrador

Los factores que influyen en el costo del transporte, los cuales pueden ser optimizados, son la distancia a recorrer, el tipo de embalaje, el volumen de la carga, la demanda del mercado, la oferta, el precio del combustible, los impuestos, los precios del flete y la planificación estratégica de la cadena de suministro. Estos factores son afectados por el ciclo económico y las políticas gubernamentales de transporte y logística de cada país.

Tabla 14.

Codificación abierta: El régimen arancelario y su importancia en el comercio internacional.

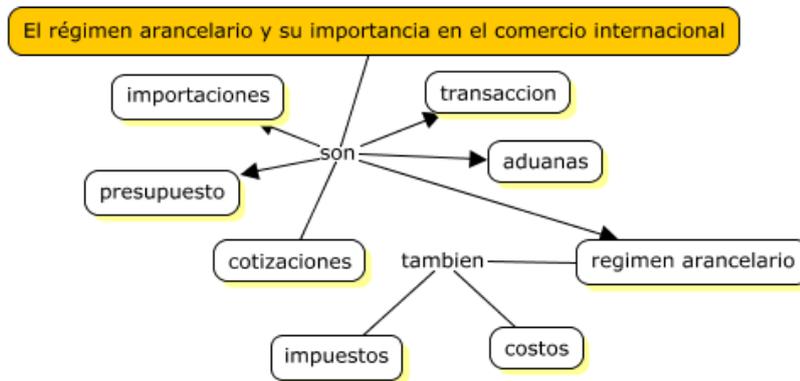
Entrevistados y código emergente	Pregunta y respuesta 13: ¿Qué es el régimen arancelario y por qué es importante para el comercio internacional?
<p>Entrevista 1: Ing. William Genaro Suclupe Cherres. Código: Recaudación de impuestos, vehículos, recaudar impuestos, transacción, presupuesto, cotizaciones de las aduanas.</p>	<p>El régimen arancelario de un país está relacionado con la recaudación de impuestos. Hay un régimen arancelario para cada tipo de producto. En el caso de vehículos, el régimen se ajusta para recaudar impuestos en cada transacción. Para hacer todo esto posible, es necesario tener un presupuesto y cotizaciones de las aduanas. Tanto para las importaciones grandes como pequeñas.</p>
<p>Entrevista 2: Lic. Carla Livaque Código: Costos precisos, sorpresas financieras, arancel aplicable, procedimientos aduaneros.</p>	<p>El régimen arancelario o impositivo es crucial para calcular costos precisos y evitar sorpresas financieras, asegurando la conformidad con la regulación de aduanas. Es importante conocer el tipo de arancel aplicable y los procedimientos aduaneros en el país de destino</p>
<p>Entrevista 3: Mag. Joselyn Luna Código: País un producto, importación</p>	<p>El régimen arancelario determina la forma en que se ingresa y deja el país un producto, existiendo diferentes categorías como importación temporal, admisión temporal, importación definitiva, etc., y</p>

temporal, admisión temporal, importación definitiva, costos y demás variables, eficiente la importación, necesidad y finalidad.	cada una de estas categorías implica una serie de requisitos, costos y demás variables a considerar. El régimen arancelario adecuado permite hacer eficiente la importación de un producto, de acuerdo a su necesidad y finalidad .
Entrevista 4: Mag. Gian Paolo Jursich Pardo Código: Sistema Legal	Es un sistema legal que incluye la colección de impuestos y aranceles que aplican a las importaciones y exportaciones de bienes y servicios de un país.
Entrevista 5 Mag. Reyes Carlos Arrollo. Código: Mercadería, importación.	Es lo que determina la mercadería puede ser importación temporal, reimportación de mercadería

Nota. Elaboración propia

Figura 14.

Codificación axial: El régimen arancelario y su importancia en el comercio internacional.



Nota. Elaboración propia

Memorándum integrador

El régimen arancelario es importante para el comercio internacional por la recaudación de impuestos y aranceles en la importación de vehículos implica seguir los procedimientos aduaneros, costos, precisos y en tiempo y forma para evitar sorpresas financieras y costos adicionales. El país de origen, el destino del producto, el tipo de transporte y la duración de la transacción influyen en el costo total de la importación. Para tener una importación eficiente, se debe evaluar la necesidad del producto, la finalidad y el tiempo de recuperación de la inversión.

Tabla 15.

Codificación abierta: Estrategias para reducir costos en procesos de importación.

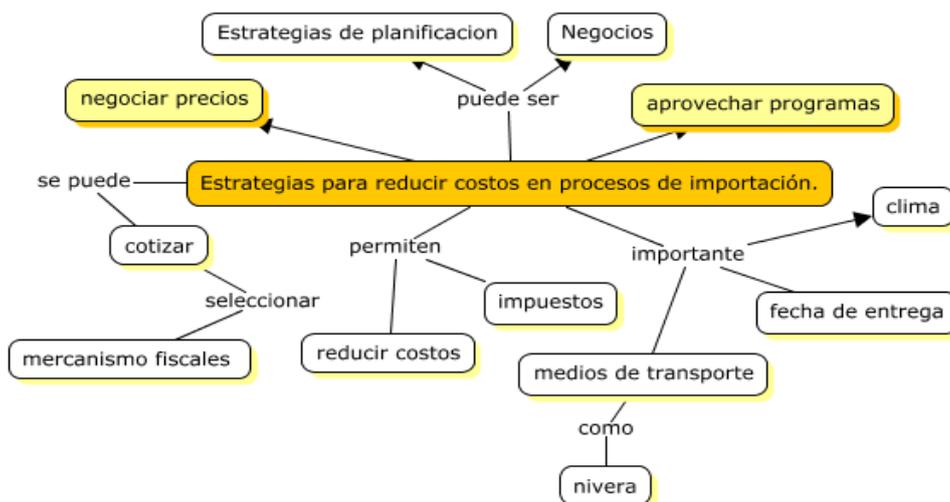
Entrevistados y código emergente	Pregunta y respuesta 14: ¿De qué forma podemos reducir algunos costos de procesos de importaciones?
Entrevista 1: Ing. William Genaro Suclupe Cherres. Código:	Además de las cotizaciones , hay otras maneras legales de reducir los costos, como la selección de la mejor placa o la aplicación de mecanismos fiscales que nos permiten pagar los impuestos

Cotizaciones, mejor placa, aplicación de mecanismos.	progresivamente al momento de cada venta.
Entrevista 2: Lic. Carla Livaque Código: Negociación de precios, negociar directamente, tiempos, fechas, estrategia de planificación.	El costo del transporte depende de muchos factores, como la conciencia que uno tenga del proceso. Desde el origen hasta el destino, es importante tener en cuenta la negociación de precios con los medios de transporte. Por ejemplo, negociar directamente con una naviera puede reducir los costos. También es importante tomar en cuenta los tiempos y fechas , ya que cuando uno pide una carga a último momento termina pagando más por su adelanto. La estrategia de planificación es importante y depende de cada empresa y su forma de hacer negocios.
Entrevista 3: Mag. Joselyn Luna Código: Necesidad, demanda.	La selección del proveedor adecuado depende de la necesidad , ya que, aunque se tenga un proveedor de excelente calidad, si su costo es mayor al presupuesto, o no cuenta con la capacidad de responder a la demanda , la relación no será eficiente.
Entrevista 4: Mag. Gian Paolo Jursich Pardo Código: Aprovechar los programas, planificación adecuada de las compras, reducir el número de proveedores, negociar precios.	Para reducir los costos de importación, te sugiero considerar: aprovechar los programas de mejora continua de los proveedores, una planificación adecuada de las compras, reducir el número de proveedores, negociar precios
Entrevista 5 Mag. Reyes Carlos Arrollo. Código: Documentación, mercadería.	Se puede decir que para toda importación se debe tener en cuenta toda documentación de origen, tipo de mercadería se dice que existen algunos mecanismos para pagar los impuestos al momento de cada venta.

Nota. Elaboración propia

Figura 15.

Codificación axial: Estrategias para reducir costos en procesos de importación.



Nota. Elaboración propia

Memorándum integrador

Para reducir costos de importación, una estrategia de planificación es necesaria. Esta debe tomar en cuenta los tiempos, fechas, la negociación directa con proveedores y la optimización de los gastos, mediante la toma de decisiones adecuada. Es necesario tener en cuenta la demanda y la necesidad de la importación. El precio final del producto, los términos de pago, la factura y el documento aduanero son también elementos importantes en la planificación del proceso

Tabla 16.

Codificación abierta: Principales impuestos empresariales y su cálculo.

Entrevistados y código emergente	Pregunta y respuesta 15: ¿Cuáles son los principales impuestos que deben pagar las empresas y cómo se calculan?
Entrevista 1: Ing. William Genaro Suclupe Cherres. Código: Impuesto a las Ganancias, IVA, Impuesto a la Renta, Impuesto Especial a Movilización de Capitales (IE MCA)	Para las empresas importadoras formales de vehículos, la recarga tributaria principalmente está compuesta por el Impuesto a las Ganancias, IVA, Impuesto a la Renta y, en caso de ser necesario, el Impuesto Especial a Movilización de Capitales (IE MCA)
Entrevista 2: Lic. Carla Livaque Código: Impuesto ad valorem, impuesto anti-dumping, impuesto general a las ventas, impuesto selectivo, consumo y el impuesto municipal.	De acuerdo a la SUNAT, cuando se importa mercadería al Perú, existen diversos tributos que se deben pagar, como el impuesto ad valorem, el impuesto anti-dumping, el impuesto general a las ventas, el impuesto selectivo al consumo y el impuesto municipal . Todo esto depende de la partida nacionalidad del importador, el tipo de mercancía y el origen del producto.
Entrevista 3: Mag. Joselyn Luna Código: Impuesto general 16%, impuesto interno 2%.	Los impuestos principales que pagan las empresas son el impuesto general a la venta y el impuesto interno a las ventas. El primero es calculado como 16% del valor cif del producto, mientras que el segundo es calculado como 2% del valor cif del producto.
Entrevista 4: Mag. Gian Paolo Jursich Pardo Código: Impuesto sobre la renta (Ir), valor agregado (Iva), impuesto sobre plusvalía.	Los impuestos más importantes que deben pagar las empresas son el impuesto sobre la renta (IR), el impuesto al valor agregado (IVA) y el impuesto sobre la plusvalía .
Entrevista 5 Mag. Reyes Carlos Arrollo. Código: Tributos, impuestos	Los impuestos son los tributos de la empresa los tributos se clasifican como impuestos directos indirectos que es según los ingresos y beneficios de la empresa

Nota. Elaboración propia

Figura 16.
Codificación axial: Principales impuestos empresariales y su cálculo.



Nota. Elaboración propia

Memorándum integrador

Los principales impuestos que debe pagar una empresa, es el impuesto a las ganancias, se calcula a partir del total de ingresos netos. El IVA se calcula sobre la base de ventas netas y se aplica en el momento de la venta. El impuesto a la renta se calcula en función de los ingresos tributables. El impuesto especial a movilización de capitales se aplica sobre el flujo de capitales provenientes de o de fuera del país. El impuesto ad valorem se calcula a partir del valor de la mercancía en la aduana. El impuesto anti-dumping se calcula a partir de la diferencia entre el precio de venta en el país receptor y el precio de venta del mismo producto en el país de origen. El impuesto general a las ventas se calcula a partir del valor de la venta. El impuesto selectivo se calcula de acuerdo con un sistema progresivo. El impuesto sobre consumo se calcula sobre el valor agregado del producto. El impuesto municipal se calcula sobre el valor del inmueble, dependiendo de la localidad donde esté inscripto. El impuesto general 16% y el impuesto interno 2% son dos impuestos específicos del país.

Tabla 17.
Codificación abierta: Impacto de los impuestos en la rentabilidad al comercializar un producto.

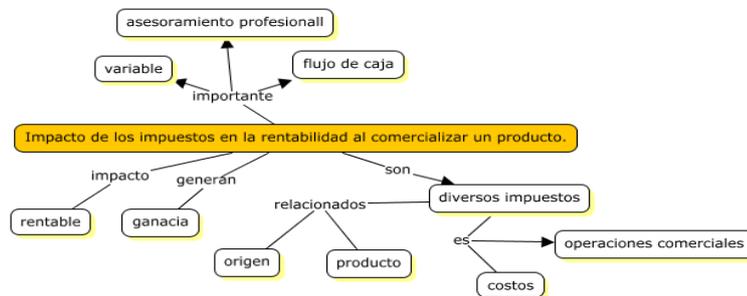
Entrevistados y código emergente	Pregunta y respuesta 16: ¿Cómo impacta los impuestos dentro de la rentabilidad al comercializar el producto?
Entrevista 1: Ing. William Genaro Suclupe Cherras. Código: Costo de operación adicional, la factibilidad.	Los impuestos tienen un impacto en la rentabilidad de la empresa, ya que son un costo de operación adicional . Esto hace que los productos vendidos sean más caros, o bien que la empresa tenga menos margen de ganancia. La forma en que esto se ve reflejado en la rentabilidad depende de la factibilidad .
Entrevista 2: Lic. Carla Livaque Código: Precio del producto, plan.	La consideración de los diversos impuestos y gastos relacionados a la importación impacta directamente en el precio del producto . Por eso, se debe considerar este impacto antes de realizar la importación, a través de un plan que contemple los distintos costos.
Entrevista 3:	Los impuestos impactan la rentabilidad del producto

<p>Mag. Joselyn Luna Código: Tipo de producto, origen, tipo de operación comercial, impuestos, flujo de caja.</p>	<p>en varias formas. Algunos impuestos son recuperables, mientras que otros no lo son. Además, el tipo de producto, su origen y el tipo de operación comercial también pueden afectar su impacto. Por ejemplo, un producto importado puede tener una mayor carga impositiva que uno nacional. los impuestos afectan la rentabilidad del producto, por lo que es importante considerar esta variable en la toma de decisiones, ya que puede afectar sustancialmente el flujo de caja y, en consecuencia, el beneficio. La complejidad de la información impositiva es una de las razones por las que es importante contar con un asesoramiento profesional, que permita entender mejor el impacto de los impuestos en la rentabilidad.</p>
<p>Entrevista 4: Mag. Gian Paolo Jursich Pardo Código: Negocio</p>	<p>Los impuestos pueden tener un gran impacto en la rentabilidad de una empresa, ya que es dinero que va a parar al Estado y no se invierte dentro del negocio.</p>
<p>Entrevista 5 Mag. Reyes Carlos Arrollo. Código: Rentabilidad, ganancias, beneficio, ventas.</p>	<p>Con respecto a los impuestos de rentabilidad como toda empresa es para generar ganancias, beneficios, ventas.</p>

. Nota. Elaboración propia

Figura 17.

Codificación axial: Impacto de los impuestos en la rentabilidad al comercializar un producto.



. Nota. Elaboración propia

Memorándum integrador

Los impuestos tienen un gran impacto en la rentabilidad, ya que influyen en la rentabilidad de la operación comercial. Se deben tomar en cuenta los costos de producción, la factibilidad del proyecto y el precio del producto. También es necesario considerar el tipo de producto, su origen, la tipología de la operación comercial y los impuestos aplicables. Es importante analizar el flujo de caja y su impacto en el plan de negocios. De esta manera, se puede determinar la mejor estrategia para asegurar la rentabilidad del proyecto.

Objetivo específico 2: Describir los procesos de importación junto a sus características, volumen y restricciones de la mercancía ingresada al país.

La importación es un proceso que implica traer mercancías del extranjero al país de destino, permitiendo acceder a una mayor variedad de productos y aprovechar ventajas comparativas de otros países. La mayoría de los países tienen restricciones y regulaciones para las importaciones. Estas restricciones pueden incluir aranceles, cuotas de importación, requisitos de licencias, normas de seguridad y calidad, entre otros. Es importante investigar y cumplir con los requisitos específicos de importación del país al que deseas enviar tus productos (Kiziryan,2020). El volumen de la mercancía importada puede variar desde pequeñas cantidades hasta grandes volúmenes, dependiendo de las necesidades y demanda del mercado local. Sin embargo, la importación está sujeta a restricciones y regulaciones establecidas por los países, incluyendo aranceles, cuotas de importación, licencias de importación y regulaciones específicas para ciertos productos, con el fin de controlar la importación de ciertos productos y proteger la salud pública y el medio ambiente.

Variable Plan Estratégico

Para Diaz & Villafuerte (2022), un plan estratégico para una empresa suele generar ventajas en un desarrollo para alcanzar nuestros objetivos, es muy importante en el entorno competitivo para lograr ese plan, con esto queremos decir que es una herramienta que define a dónde quiere ir una investigación Y obtener nuestros objetivos. (Marting,2023). Nos brinda claridad y conocimiento de la empresa.

El análisis de mercado es fundamental para la toma de decisiones en una empresa, ya que permite recopilar datos sobre el sector y las condiciones económicas. Esto nos ayuda a evaluar la rentabilidad del negocio, identificar fortalezas, oportunidades y analizar a la competencia. Según Marin (2022), el análisis de mercado nos permite saber cuán rentable será el negocio y conocer nuestras fortalezas, oportunidades y sobre nuestra competencia. La segmentación del mercado nos permite clasificar la oferta de productos

en función de los segmentos de clientes y adaptar estrategias para satisfacer sus necesidades específicas. Por otro lado, el análisis del consumidor nos ayuda a comprender cómo piensan y cómo sus comportamientos influyen en sus decisiones de compra. Además, es importante analizar el mercado objetivo y la competencia, especialmente en el sector automotriz, donde la llegada de nuevos competidores y la disminución de impuestos para productos importados han generado un aumento en la demanda y la necesidad de mejorar nuestras propuestas.

La oferta y la demanda son factores clave en la economía del mercado, y su relación tiene un impacto significativo en los precios y la venta de mercancías y servicios. Cuando la oferta supera a la demanda, los precios tienden a disminuir rápidamente, lo que puede llevar a dificultades para vender productos y servicios por parte de las empresas. Por otro lado, cuando la demanda supera a la oferta y los precios suben, los consumidores pueden enfrentar dificultades para pagar los productos deseados. Para comprender mejor esta relación, se utiliza un diagrama de elaboración (Gestión, 2019).

En el sector automotriz, se ha observado un crecimiento del 4.5% en las importaciones de vehículos, mientras que el financiamiento ha impulsado el crecimiento de los créditos vehiculares debido a montos menores solicitados para cuotas iniciales (Sunat, 2019). Además, los estudios económicos indican que la comercialización de vehículos mixtos ha sido más favorable, aunque el aumento en la venta de vehículos livianos ha dejado atrás a los vehículos pesados, mostrando un comportamiento positivo en los primeros meses (Morisaki, 2023).

El planteamiento estratégico es una herramienta crucial en la gestión empresarial, ya que permite anticiparse a situaciones adversas y tomar decisiones correctas. Según Rodenas (2023), las operaciones comerciales se ven afectadas cuando no se realiza un planteamiento estratégico adecuado. La misión de Premier Motors S.A es abastecer el mercado peruano con productos de calidad, compromiso y respaldo en el servicio de ventas, siempre asegurándose de la satisfacción del cliente. La visión de la empresa es

convertirse en la más competitiva y líder en el sector comercial, con la capacidad de adaptarse ágilmente a las necesidades del cliente.

Los objetivos estratégicos de la empresa incluyen definir un plan estratégico que promueva el crecimiento económico, mejore el plan de ventas, fortalezca las importaciones y busque nuevos proveedores. En cuanto a los valores corporativos, se inspira en el compromiso, la seriedad, el respeto hacia las personas y el medio ambiente, la honradez, la empatía y la responsabilidad. Estos valores fundamentales guían las acciones y decisiones de la empresa en su búsqueda por el éxito y la excelencia empresarial.

El plan de marketing se enfoca en la satisfacción del cliente y la anticipación a sus necesidades. El producto estrella es el KEYTON EX80, una minivan liviana y station wagon que cuenta con un potente motor 1500 CC de tecnología japonesa y equipamiento de lujo. La marca se diferencia de otras por su suspensión posterior de muelle y corona, que brinda un excelente confort y calidad en carreteras exigentes. El precio dependerá de su posicionamiento en el mercado y se aplicará una estrategia de precios acorde a la competencia, con un precio aproximado de \$12,500 y garantía por 1 año y mantenimiento. La distribución de los vehículos se realizará a través de concesionarios capacitados en los atributos más importantes de la marca y se incentivarán las ventas con precios competitivos.

La promoción se enfocará en la comunicación digital a través de campañas en las principales redes sociales y una página web de la marca. También se establecerán alianzas estratégicas con marcas relacionadas, se ofrecerá un test drive para incentivar la compra y se brindarán incentivos para el personal de ventas.

Variable Importación

Mones (2021), afirma que las importaciones son traslados de bienes y servicios del extranjero. Se entiende por la persona que realiza una compra que es producida en otro país. El costo de importación, que incluye los costos de almacenaje, la pérdida de valor del producto con el tiempo, los costos de inspección, los costos de pérdida y el deterioro

del producto, debe ser pagado por aquellos que mantienen un inventario de mercancías en una empresa. Además, los Incoterms establecen reglas estandarizadas para la interpretación adecuada de términos utilizados en el comercio, como el alcance de precio, el lugar de entrega de la mercancía, el encargado de contratar y pagar el transporte, así como los documentos que cada parte debe tramitar y su costo. Los Incoterms son las formas en las que el comprador y vendedor acuerdan la venta y entrega de la mercancía.

En el caso del término CIF, se refiere al valor de la mercancía durante su despacho, donde el vendedor debe pagar los costos y fletes necesarios para llevar la mercancía al puerto de destino. Al realizar una compra, es importante considerar aspectos como contar con un diseño exclusivo, un mejor equipamiento de seguridad o un precio más bajo que comprar la misma versión en el país, lo cual motiva a las personas a comprar vehículos en el extranjero para importarlos al país, siempre siguiendo las normas oficiales peruanas.

El embalaje protege las mercancías durante su transporte por cualquier medio, ya sea marítimo, aéreo o terrestre. El modo de transporte de la mercancía se refiere al vehículo utilizado, que puede ser ligero, pesado o super pesado, dependiendo de su capacidad. La estructura del vehículo puede ser de tipo rígido, donde la cabina y el remolque están en la misma estructura, o articulado, donde la cabina y el remolque se unen en una sola articulación. Existen diferentes tipos de vehículos según el tipo de carga que transportan, como camiones cerrados, camiones con plataforma abierta, camiones frigoríficos para mercancías que requieren temperatura controlada y tanques para líquidos o elementos gaseosos. Para el transporte por carretera, se pueden utilizar camiones o vehículos rígidos, remolques, semirremolques y cabezas tractoras.

En cuanto a la norma de etiquetado y marcado, su objetivo es indicar los valores de referencia de rendimiento, emisión de dióxido de carbono y gases contaminantes del vehículo, así como la norma de emisión. El régimen arancelario, según Aduanas (2021), implica el pago de derechos arancelarios, tributos, multas e intereses de acuerdo a las normas establecidas. La partida arancelaria se refiere a las medidas impositivas para las

mercancías al ingresar al territorio, incluyendo nombre, dominación, razón social y domicilio. En el Perú, el régimen aduanero se encuentra en riesgo de saturación debido al aumento anual de importaciones de vehículos.

El objetivo de la homologación, según el reglamento nacional, es verificar cada modelo nuevo importado, fabricado o ensamblado en el país para su registro y operación, cumpliendo con los requisitos técnicos establecidos y la identificación adecuada de dichos modelos.

Los impuestos aplicados a los productos varían según su país de origen y pueden incluir el Impuesto General a las Ventas (IGV), el Impuesto Selectivo al Consumo (ISC), los derechos específicos y los derechos correctivos. Los derechos específicos son montos adicionales determinados por tablas aduaneras y precios de referencia vigentes en la fecha de liquidación, aplicando una tasa variable según la declaración. En el caso de los vehículos, se paga un impuesto del 18% de IGV y un arancel aduanero del 12%

Discusión de resultados

Dado los resultados de la investigación según su objetivo específico 1, indica realizar un estudio de mercado enfocado en la empresa que se dedica a la importación y comercialización de vehículos en la ciudad de Lambayeque para determinar su demanda, competencia y precios. Se pudo evidenciar que, para analizar el mercado de importaciones de autos en Perú, se pueden utilizar herramientas como Sunarp, Veritrade y el portal de Sunat Aduanas. Estas herramientas brindan información sobre la cantidad de vehículos importados, análisis cualitativos y cuantitativos, y datos sobre el comercio internacional. Para Fernández (2020), en su investigación se examinan detalladamente los volúmenes de importación, los países proveedores predominantes, así como las preferencias del consumidor a lo largo del tiempo.

El análisis aborda también factores económicos y políticos que puedan haber incidido en las dinámicas de importación de vehículos. La segmentación de mercado ofrece varios beneficios a una empresa, como la determinación del punto de venta y

público objetivo, la adaptación de estrategias para satisfacer al cliente y la comprensión del comportamiento del mercado. Según Silva (2022), menciona que la segmentación de mercado, al personalizar estrategias de marketing, optimiza la conexión con los clientes al adaptar mensajes y productos a sus necesidades específicas. También permite ofrecer productos y mensajes personalizados para fidelizar a los clientes y conocer los factores externos e internos que influyen en el mercado. Estos beneficios son cruciales al explorar nuevos giros de negocio para aprovechar el crecimiento de las importaciones y el aumento en el poder adquisitivo de las personas.

Para determinar la oferta y demanda de un producto o servicio, es crucial realizar una evaluación anual y estudiar el comportamiento de las ventas en períodos anteriores. Cotizar precios y cantidades de vehículos, monitorear y analizar las ventas, así como recopilar la retroalimentación de los clientes son acciones importantes para validar la demanda interna y externa. También es relevante considerar las registraciones de la Sunat y realizar un análisis de los mercados. De acuerdo con, Artesap (2021) cuando se habla la demanda de un producto implica analizar diversos factores para comprender cuánto de ese producto los consumidores están dispuestos a comprar en un periodo específico.

Para aprovechar el crecimiento de las importaciones y expandir el negocio, es beneficioso utilizar el tratado de libre comercio para establecer alianzas estratégicas con proveedores extranjeros. Además, se deben emplear estrategias de marketing efectivas. Es importante tener en cuenta la variación de los precios de producción, distribución y aranceles, ya que esto afecta los costos de transporte y logística. Monitorear y estudiar los nuevos acuerdos comerciales, así como analizar la oferta y la demanda, es esencial. Como señala Alfaro (2021), las importaciones impulsan el crecimiento empresarial al ampliar la oferta de productos, reducir costos de producción, facilitar la introducción de productos innovadores y fortalecer la resiliencia de la cadena de suministro al diversificar fuentes de suministro a nivel internacional.

Un plan de marketing se adapta a los cambios del mercado mediante el monitoreo constante del comportamiento del consumidor y las tendencias. La evaluación de recursos, costos y proveedores es clave, así como atender las necesidades del público objetivo para mejorar la calidad del servicio dentro de plazos establecidos. Como señala Cárdenas (2021), actúa como una guía estratégica para alcanzar objetivos, sino que su verdadero valor se materializa cuando se implementa de manera activa en las operaciones diarias del equipo. Al determinar los costos de importación, es clave considerar el incoterm, gastos de logística, aduaneros, ventas y almacenamiento.

Los impuestos clave para una empresa abarcan el impuesto a las ganancias (sobre ingresos netos), el IVA (basado en ventas netas), el impuesto a la renta (según ingresos tributables), el impuesto especial a movilización de capitales (aplicado al flujo de capitales), el impuesto ad valorem (calculado sobre valor aduanero), el anti-dumping (por diferencia de precios), el impuesto general a las ventas (según valor de venta), el impuesto selectivo (siguiendo sistema progresivo), el impuesto sobre consumo (sobre valor agregado), el impuesto municipal (según valor del inmueble), y específicos del país, como impuesto general del 16% e impuesto interno del 2%.

Dado los resultados de la investigación según su objetivo específico 2, Describir los procesos de importación junto a sus características, volumen y restricciones de la mercancía ingresada al país. Se pudo evidenciar que, el desarrollo de un plan estratégico es fundamental para orientar el crecimiento de una empresa en el competitivo mercado de importación de autos en Perú. El análisis de mercado, que incluye la evaluación de condiciones económicas, fortalezas, oportunidades y competencia, proporciona la base para la toma de decisiones informada. La segmentación y el estudio del comportamiento del consumidor son esenciales para comprender las necesidades del cliente y trazar estrategias efectivas. La consideración de factores como la oferta y demanda, el crecimiento de las importaciones y la dinámica de la competencia directa e indirecta contribuyen a la formulación de estrategias comerciales sólidas.

El planteamiento estratégico, que abarca misión, visión, objetivos y valores, guía el crecimiento económico y la mejora continua. El plan de marketing se enfoca en la promoción del producto, como el KEYTON EX80, destacando su precio, distribución y estrategias de comunicación digital. La variable de importación se aborda detalladamente, considerando costos, incoterms, CIF, compra y transporte, mientras que el régimen arancelario y los impuestos, como IGV, ISC y derechos específicos, son factores críticos en el éxito empresarial. Un enfoque estratégico integral y bien planificado es esencial para prosperar en el complejo entorno del mercado automotriz peruano. Según Álvarez (2021), en su investigación sobre los procesos de importación, se analizó el impacto de las regulaciones aduaneras en el comercio internacional. El estudio reveló que las barreras burocráticas y los trámites engorrosos pueden generar retrasos y costos adicionales en las operaciones de importación. Además, se encontró que la falta de transparencia y la corrupción en los procesos aduaneros pueden afectar negativamente la eficiencia y la competitividad de las empresas importadoras. En conclusión, el estudio resalta la importancia de simplificar y agilizar los procedimientos de importación para fomentar un comercio internacional más eficiente y justo.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

1. Para concluir, el diseño de un plan estratégico para mejorar las importaciones de vehículos requerirá un análisis detallado del mercado chino de vehículos, la optimización de procesos de importación, la identificación de proveedores confiables y la implementación de sistemas de control de calidad. Estos elementos serán claves fundamentales para el éxito en la mejora de las importaciones.
2. La implementación de estrategias efectivas para mejorar las ventas es fundamental para el crecimiento y la sostenibilidad de una empresa como Premier Motors. Esto incluye el aprovechamiento de herramientas financieras para comprender la situación económica y la gestión comercial para impulsar las utilidades. Además, es crucial identificar y abordar los desafíos y obstáculos en los procesos de importación, lo que contribuirá a mejorar la eficiencia y la competitividad en el mercado.
 3. El plan estratégico para mejorar las importaciones de vehículos desde China en la empresa Premier Motors S.A. en Lambayeque se centra en ampliar la participación en el mercado, identificar nuevas oportunidades comerciales y fortalecer la posición competitiva durante el año 2023.

Recomendaciones

1. Realizar un análisis detallado del mercado de origen, optimizar los procesos de importación y logística para reducir costos y tiempos de entrega, y mantenerse al tanto de las regulaciones comerciales y aduaneras para garantizar un flujo eficiente de importaciones.
2. Implementar estrategias de marketing efectivas, como publicidad digital, promociones, capacitación del personal de ventas para mejorar habilidades y conocimientos, mejorar la experiencia del cliente y el servicio postventa, y diversificar la cartera de productos o servicios para atraer clientes.
3. Realizar un análisis exhaustivo de los costos y beneficios asociados con las importaciones de vehículos desde China, establecer alianzas estratégicas con proveedores confiables y desarrollar un sistema de control de calidad efectivo para garantizar la satisfacción del cliente y la competitividad en el mercado.

REFERENCIAS

- Aduanas (2021). *tributos en la Importación*. Perú. Recuperado de: <https://www.gob.pe/1139-conocer-los-tributos-en-la-importacion>.
- Ahumada, G. & Milena, R. (2019). Se ha desarrollado un plan estratégico para la empresa Mazars Columbia SAS para la mejora de los procesos administrativos. Recuperado De: <https://www.semanticscholar.org/paper/Dise%C3%B1o-Del-Plan-Estrat%C3%A9gico-En-La-Empresa-Mazars-El-Ahumada-Milena/4ca6ab27bea7071744731b84f44137ed5245fb84>
- Alfaro, G. (2021). 4 maneras en las que las importaciones le ayudan a crecer su negocio. Recuperado de : <https://www.ld.co.cr/4-maneras-en-las-que-las-importaciones-le-ayudan-a-crecer-su-negocio/>
- Alvares, A. (2020). Clasificación de los estudios. Recuperado de: <https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10818/Nota%20Acad%C3%A9mica%20%20%2818.04.2021%29%20-%20Clasificaci%C3%B3n%20de%20Investigaciones.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Alvares, J. (2020). "El Despacho Anticipado En El Régimen De Importación Para El Consumo En Comparación Con El Despacho Diferido En La Intendencia De Aduana Marítima Del Callao 2015-2018". Recuperado De: https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/14495/Alvarez_Aj.Pdf?sequence=1&isAllowed=Y
- Álvarez, J. 2021. Transporte internacional de mercancías. Recuperado de: https://www.google.com.pe/books/edition/Transporte_internacional_de_mercanc%C3%ADas/eHI-EAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=procesos+de+importaci%C3%B3n&printsec=frontcover
- Arias, J. (2020). Técnicas e instrumentos de investigación científica. para ciencias administrativas, aplicadas, artísticas, humanas. Recuperado de: file:///C:/Users/Milagritos/Downloads/AriasGonzales_TecnicasEInstrumentosDeInvestigacion_libro.pdf
- Arroyave, L. (2020). Propuesta Para La Mejora En Los Tiempos De Entrega A Nivel Nacional E Internacional En La Empresa Servicio Postales Nacionales SA. Recuperado De: <https://www.semanticscholar.org/paper/Propuesta-Para-La-Mejora-En-Los-Tiempos-De-Entrega-Grajales/Af1a7f3dcbefabb64957a43a1d645cfccf1a9dd6>
- Arteaga, G. (2020). ¿Qué es el análisis de datos?. Métodos, técnicas y herramientas. Recuperado de: <https://www.testsiteforme.com/tecnica-de-procesamiento-y-analisis-de-datos/>
- Artesap (2021). Cómo se determina la demanda de un producto. Recuperado de : <https://www.artesap.com/como-se-determina-la-demanda/>
- Azcona, G. y Navarro, J. (2021). El uso de criterios de búsqueda y selección de textos en la elaboración de un artículo científico entre estudiantes universitarios: un estudio de caso. Recuperado de:

- http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2307-79992021000300003
- Candela, B. (2020). Integrando la Tic a la escuela de la sociedad del conocimiento. Resultados y discusión. Recuperado de: https://www.google.com.pe/books/edition/Integrando_las_TIC_a_la_escuela_de_la_sociedad_del_conocimiento/gjynEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&printsec=frontcover&bsq=codificacion%20abierto%20axial%20selectiva%202020
- Chavez, D. y Sanchez, M. (2021). El contenido digital de la fanpage del Facebook de la Oficina Nacional de Procesos Electorales contra las fake news y su imagen institucional en la segunda vuelta de elecciones presidenciales en Perú del año 2021. Recuperado de: https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/5263/D.Chavez_M.Sanchez_Tesis_Titulo_Profesional_Trabajo_de_Suficiencia_Profesional_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Condori, P. (2020). Universos, poblaciones y muestras. Cursos de seminario. Recuperado De: <https://www.Academica.Org/Cporfirio/18.Pdf>
- Diaz, A. & Villafuerte, C. (2022). "Planeamiento Estratégico de la Educación". Recuperado de: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682022000200161
- Esquivel, R. (2021). Entorno Estratégico De Colombia Una Actualizacion Pendiente En La Década 2012 – 2021. Recuperado De : <https://www.Connectedpapers.Com/Main/17764e697e85af3e654c2ba61ffeb507796c1453/Entorno-Estrat%C3%A9gico-De-Colombia%3A-Una-Actualizaci%C3%B3n-Pendiente-En-La-D%C3%A9cada-2012%202021/Graph>
- Fernández, J. & Gonzales, R. (2019). Exposición Al Comercio Internacional E Ingresos Laborales En Bolivia: Evidencia Al Nivel Del Trabajador. Recuperado De: <https://www.Semanticscholar.Org/Paper/Exposici%C3%B3n-Al-Comercio-Internacional-E-Ingresos-En-Fern%C3%A1ndez-Zuazo/47f1dd947e374da34899759b8c4797f69a3a0fff>
- Fernández, S. (2020). Análisis de las exportaciones e importaciones de oro del Perú, periodo 2009-2019. Recuperado de : https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/4192/Sandra_Tesis_Licenciatura_2020.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Gestion (2019). *oferta y demanda en el mercado*. Recuperado de : <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/oferta-y-demanda/>
- Gobierno del Perú (2023). Perú: Plan Estratégico Nacional de Desarrollo al 2050. Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/ceplan/informes-publicaciones/4637571-peru-plan-estrategico-de-desarrollo-nacional-al-2050>
- Instituto Nacional Hegel (2020). Gobierno. La planificación estratégica en el Perú. Definición y tipos de planificación estratégica. Recuperado de: <https://hegel.edu.pe/blog/planeamiento-estrategico-en-el-peru-definicion-y-clases-de-planeamiento-estrategico/>
- Kiziryan, M. (2020). Importaciones. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/importacion.html>

- Loren, I. (2021). Plan De Importación De Caldera De Vapor Para Mejorar El Proceso Productivo De Postes De Concreto En Tpch 2020. Recuperado De: <https://Repositorio.Uss.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.12802/9797/Agurto%20Lorren%20Lidia%20Isabel.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y>
- Mager, F. (2020). Ética De La Investigación: Una Guía Práctica Recuperado De : <https://Oxfamilibrary.Openrepository.Com/Bitstream/Handle/10546/621092/Gd-Reseach-Ethics-Practical-Guide-091120-Es.Pdf;Jsessionid=7D1AE70E463171007C14B4E7A0EC7464?Sequence=14>
- Maguiña, A. (2020). Estudio de Caso: Importación y Comercialización de Excavadoras en el Mercado Peruano. Recuperado De: https://Repositorio.Ulima.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.12724/11280/Magui%C3%B1a_Cuadros_Alberth_Jhon.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y
- Marin, H. (2022). *propuesta de un plan*. Lima. Recuperado de: https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/3408/Marin%2C%20Honira_Trabajo%20de%20Suficiencia%20Profesional_Administraci%C3%B3n_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Marting, J. (2023). planificación estratégica para empresas. Recuperado de: <https://asana.com/es/resources/strategic-planning>
- Ministerio de educación (2023). guía para la elaboración del documento de gestión en los pite. Recuperado de: <https://www.minedu.gob.pe/educacionbasicaespecial/pdf/guia-elaboracion-documento-gestion.pdf>
- Mones, M. (2021). ¿Qué es importar? Recuperado de: <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/comopuedoimportar/ques-importar/>
- Mora, I. (2023). Cómo validar entrevistas abiertas: sugerencias para la investigación filosófica empírica. Recuperado de: [file:///C:/Users/Milagritos/Downloads/1+IE+COMO+VALIDAR+UNA+ENTREVISTA+\(3\).pdf](file:///C:/Users/Milagritos/Downloads/1+IE+COMO+VALIDAR+UNA+ENTREVISTA+(3).pdf)
- Morisaki, M. (2023). Gerente de Estudios Económicos en Asociación Automotriz del Perú - AAP. Recuperado de: <https://www.linkedin.com/in/alberto-morisaki-c%C3%A1ceres-55b75941/>
- Murcia, Q. & Steven, M. (2019). Plan Estratégico Para Aumentar La Participación En La Compañía Old Mutual En El Sector De Pensiones Y Cesantías Colombianos, Recuperado De: <https://Www.Connectedpapers.Com/Search?Q=Plan%20estrat%C3%A9gico%20en%20el%20pais%20de%20china%20para%20importar%20>
- Ortiz, M. & Enrique, L. Plan de negocio para la importación de autopartes de maquinarias provenientes de la república de china para la constructura Oscar contratistas Generales S.A.C. en el departamento de Lambayeque 2017-2021. Recuperado de: <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/8451>
- Peña, T. (2022). Etapa de análisis de la información del documento. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/rib/v45n3/2538-9866-rib-45-03-e4.pdf>
- Rodenas (2023). *Planeamiento estratégico como instrumento de gestión en las empresas*. Universidad Cesar Vallejo, Perú: Recuperado de : <http://revistas.unj.edu.pe/index.php/pakamuros/about>

- Rubio, L. (2021). Plan de negocio para la importación y comercialización de motos eléctricas como alternativa de transporte ecológico, Lima Metropolitana, 2021. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/73300/Castillo_RLI-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rus, E. (2020). Investigación aplicada. Enciclopedia de economía. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-aplicada.html>
- Salas, D. (2022). Investigalia. Recuperado de: <https://investigaliacr.com/investigacion/muestreos-no-probabilisticos/>
- Sanchez, C. & Salazar, C. (2022). 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. Recuperado de : <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/10298/Soriano%20Sanchez%20Cristhian%20Joel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Silva, D. (2020). Segmentación de mercado: cómo personalizar tus estrategias de marketing. Recuperado de: <https://www.zendesk.com.mx/blog/segmentacion-de-mercado/>
- Sunat (2019). superintendencia nacional. Recuperado de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/importaciones-de-vehiculos-en-el-periodo-enero-agosto-201>
- Valdez, E. (2023). Plan Estratégico Para Fortalecer La Gestión Empresarial De La Cooperativa Incassi- San Ignacio. Recuperado De: <https://Repositorio.Uss.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.12802/10833/Valdez%20Maldonado%2c%20Emperatriz.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y>
- Valle, A. (2022). Investigación descriptiva sobre métodos cualitativos en educación. Recuperado de: <https://files.pucp.education/facultad/educacion/wp-content/uploads/2022/04/28145648/GUIA-INVESTIGACION-DESCRIPTIVA-20221.pdf>
- Zhong, X. (2022). Un análisis del imaginario chino en los periódicos españoles en el contexto de la pandemia de Covid-2019. Ibero-America Studies, Recuperado De: <https://www.Connectedpapers.Com/Search?Q=Plan%20estrat%C3%A9gico%20en%20el%20pais%20de%20china%20para%20importar%20>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA LÓGICA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Enfoque Metodológico					
Titulo	Plan estratégico para mejorar las importaciones de vehículos desde China en la Empresa Premier Motors S.A. Lambayeque, 2023.				
Problema	Hipótesis	Objetivo General	Objetivo Específico	Tipo de Investigación	Diseño de Investigación
¿De qué manera un plan estratégico para la empresa Premier Motors puede mejorar sus ventas de vehículos en la ciudad de Lambayeque?	Se desarrolla un plan estratégico para la empresa y así mejorar sus ventas de vehículos de china	Proponer un plan estratégico de vehículos con el fin de mejorar sus ventas en la empresa, en la ciudad de Lambayeque, 2023.	· Realizar un estudio de mercado, enfocado en la empresa que se dedica a la importación y comercialización de vehículos en la ciudad de Lambayeque para determinar su demanda, competencia y precios.	Aplicada	Transversal y no experimental
			· Describir los procesos de importación junto a sus características, volumen, restricciones de la mercancía ingresada al país.		
			· Diseñar un plan estratégico y así establecer una misión, visión, valores y objetivos de la empresa.		

ANEXO 2: OPERACIÓN DE LAS VARIABLES

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Plan estratégico para mejorar las importaciones de Vehículos desde China en la Empresa Premier Motors S.A. Lambayeque, 2023				
Variables	Definición conceptual	Dimensión	Indicador	Escala de medición
PLAN ESTRATÉGICO	Herramienta que define a donde quiere ir una investigación Y obtener nuestros objetivos. (Marting,2023). Nos brinda claridad y conocimiento de la empresa.	Análisis de mercado	Segmentación	Guía de Entrevista – Guía documental
			Análisis del consumidor	
			Análisis de mercado objetivo: "Competencia"	
		Oferta y demanda	Crecimiento de importaciones que genera la empresa.	Guía de Entrevista – Guía documental
			Crecimiento de la comercialización nacional de vehículos	
			Competencia directa e indirecta	
		Planteamiento estratégico	Misión y visión	Guía de Entrevista – Guía documental
			Objetivos estratégicos	
			Valores	
		Plan de marketing	Producto	Guía de Entrevista – Guía documental
Precio				
Plaza				
Promoción				
IMPORTACION	Mones (2021), afirma que las importaciones son traslados de bienes y servicios del extranjero. Se entiende por la persona que realiza una compra que es producida en otro país.	Costo de importaciones	Incoterms	Guía de Entrevista – Guía documental
			Cif	
			Compra	
		Transporte y embalaje	Modo De Transporte De La Mercancía	Guía de Entrevista – Guía documental
			Norma De Etiquetado Y Marcado	
			Mercadotecnia	
		Régimen Arancelario	Partida arancelaria	Guía de Entrevista – Guía documental
			Régimen aduanero	
			Flete	
		Impuestos	Derechos específicos	Guía de Entrevista – Guía documental
Ad /Valorem				
IGV				

	negocio?	
05	¿Cuál es su experiencia elaborando planes estratégicos en la empresa?	A () D () SUGERENCIAS:
06	¿Cómo implementa usted el plan estratégico de la empresa?	A () D () SUGERENCIAS:
07	¿Qué es un plan de marketing y por qué es importante para una empresa?	A () D () SUGERENCIAS:
08	¿Cómo se adapta un plan de marketing a los cambios de mercado?	A () D () SUGERENCIAS:
09	¿Cómo se determinan los costos de importación de un producto o servicio?	A () D () SUGERENCIAS:
10	¿Cómo se asegura una empresa de que sus costos de importación sean transparentes y estén bien documentados para fines contables y financieros?	A () D () SUGERENCIAS:
11	¿Cuáles son los principales factores que se deben considerar al elegir un método de transporte para un producto o servicio?	A () D () SUGERENCIAS:
12	¿Qué factores influyen en el costo del transporte y cómo se pueden optimizar los costos?	A () D () SUGERENCIAS:
13	¿Qué es el régimen arancelario y por qué es importante para el comercio internacional?	A () D () SUGERENCIAS:
14	¿Qué estrategias se pueden utilizar para reducir los costos arancelarios y mejorar la rentabilidad en el comercio internacional?	A () D () SUGERENCIAS:
15	¿Cuáles son los principales impuestos que deben pagar las empresas y cómo se calculan?	A () D () SUGERENCIAS:
16	¿Cómo se evalúa el impacto de los impuestos en la rentabilidad y competitividad de una empresa en el mercado nacional e internacional?	A () D () SUGERENCIAS:
PROMEDIO OBTENIDO:		A () D ():
6. COMENTARIOS GENERALES		
7. OBSERVACIONES		

ANEXO 04: VALIDACIÓN DE PREGUNTAS POR JUICIO DE EXPERTOS

Figura 1. Validación por la Mg. África Del Valle Calanchez Urribarri.

CARTILLA DE VALIDACIÓN DE LA GUÍA DE ENTREVISTA POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL JUEZ		Dra. Calanchez Urribarri África Del Valle
2.	PROFESIÓN	Administración
	ESPECIALIDAD	Ciencias Mención Gerencia
	GRADO ACADÉMICO	Doctora
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	15 años
	CARGO	Docente investigador
Plan Estratégico Para Mejorar Las Importaciones De Vehículos Desde China En La Empresa Premier Motors S.A. Lambayeque, 2023		
3. DATOS DEL TESISISTA		
3.1	NOMBRES Y APELLIDOS	<ul style="list-style-type: none">• Jimenez Urcia Lohana Elizabeth• Herrera Diaz Cyntia Magaly
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista (x) Cuestionario () Lista de Cotejo () Encuesta ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<u>GENERAL</u> <ul style="list-style-type: none">• El objetivo general es proponer un plan estratégico de vehículos con el fin de mejorar las ventas de la empresa en la ciudad de Lambayeque para el año 2023.

ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado, enfocado en la empresa que se dedica a la importación y comercialización de vehículos en la ciudad de Lambayeque para determinar su demanda, competencia y precios.
- Describir los procesos de importación junto a sus características, volumen, restricciones de la mercancía ingresada al país.
- Diseñar un plan estratégico y así establecer

una misión, visión, valores y objetivos de la empresa.

A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

No	DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	
01	¿Qué herramientas utiliza para analizar el mercado de las importaciones de autos en el Perú y por qué?	A (x) D () SUGERENCIAS:
02	¿Qué beneficios puede ofrecer la segmentación de mercado para una empresa?	A (x) SUGERENCIAS: D ()
03	¿Cómo se determina la oferta y demanda de un producto o servicio?	A (x) D () SUGERENCIAS:
04	¿Cómo puede la empresa aprovechar el crecimiento de las importaciones para expandir su negocio?	A (x) D () SUGERENCIAS:
05	¿Cuál es su experiencia elaborando planes estratégicos en la empresa?	A (x) D () SUGERENCIAS:
06	¿Cómo implementa usted el plan estratégico de la empresa?	A (x) D () SUGERENCIAS:
07	¿Qué es un plan de marketing y por qué es importante para una empresa?	A (x) D () SUGERENCIAS:
08	¿Cómo se adapta un plan de marketing a los cambios de mercado?	A (x) SUGERENCIAS: D ()

09	¿Cómo se determinan los costos de importación de un producto o servicio?	A (x) SUGERENCIAS:	D ()
10	¿Cómo se asegura una empresa de que sus costos de importación sean transparentes y estén bien documentados para fines contables y financieros?	A (x) SUGERENCIAS:	D ()
11	¿Cuáles son los principales factores que se deben considerar al elegir un método de transporte para un producto o servicio?	A (x) SUGERENCIAS:	D ()
12	¿Qué factores influyen en el costo del transporte y cómo se pueden optimizar los costos?	A (x) SUGERENCIAS:	D ()
13	¿Qué es el régimen arancelario y por qué es importante para el comercio internacional?	A (x) SUGERENCIAS:	D ()
14	¿De qué forma podemos reducir algunos costos de procesos de importaciones?	A (x) SUGERENCIAS:	D ()
15	¿Cuáles son los principales impuestos que deben pagar las empresas y cómo se calculan?	A (x) SUGERENCIAS:	D ()
16	¿Cómo impacta los impuestos dentro de la rentabilidad al comercializar el producto?	A (x) SUGERENCIAS:	D ()
PROMEDIO OBTENIDO:		A (x)	D ():
6. COMENTARIOS GENERALES			
7. OBSERVACIONES			


 Dra. Africa Colanhez Urribarri
 CE. 000573626
 Docente investigadora

Juez Experto

Figura 2. Validación por el Dr. Kerwin José Chávez Vera.

CARTILLA DE VALIDACIÓN DE LA GUÍA DE ENTREVISTA POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL JUEZ		Dr. Jose Kerwin Chávez Vera
2.	PROFESIÓN	Administrador
	ESPECIALIDAD	Investigación
	GRADO ACADÉMICO	Doctor
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	15 años
	CARGO	Docente Investigador
Título de investigación Plan Estratégico Para Mejorar Las Importaciones De Vehículos Desde China En La Empresa Premier Motors S.A. Lambayeque, 2023		
3. DATOS DEL TESISISTA		
3.1	NOMBRES Y APELLIDOS	<ul style="list-style-type: none"> • Jimenez Urcia Lohana Elizabeth • Herrera Diaz Cyntia Magaly
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista (x) Cuestionario () Lista de Cotejo () Encuesta ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p><u>GENERAL</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • El objetivo general es proponer un plan estratégico de vehículos con el fin de mejorar las ventas de la empresa en la ciudad de Lambayeque para el año 2023. <p><u>ESPECÍFICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar un estudio de mercado, enfocado en la empresa que se dedica a la importación y comercialización de vehículos en la ciudad de Lambayeque para determinar su demanda, competencia y precios. • Describir los procesos de importación junto a sus características, volumen, restricciones de la mercancía ingresada al país.

- Diseñar un plan estratégico y así establecer una misión, visión, valores y objetivos de la empresa.

A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

No	DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	
01	¿Qué herramientas utiliza para analizar el mercado de las importaciones de autos en el Perú y por qué?	A (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: D (<input type="checkbox"/>)
02	¿Qué beneficios puede ofrecer la segmentación de mercado para una empresa?	A (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: D (<input type="checkbox"/>)
03	¿Cómo se determina la oferta y demanda de un producto o servicio?	A (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: D (<input type="checkbox"/>)
04	¿Cómo puede la empresa aprovechar el crecimiento de las importaciones para expandir su negocio?	A (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: D (<input type="checkbox"/>)
05	¿Cuál es su experiencia elaborando planes estratégicos en la empresa?	A (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: D (<input type="checkbox"/>)
06	¿Cómo implementa usted el plan estratégico de la empresa?	A (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: D (<input type="checkbox"/>)
07	¿Qué es un plan de marketing y por qué es importante para una empresa?	A (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: D (<input type="checkbox"/>)
08	¿Cómo se adapta un plan de marketing a los cambios de mercado?	A (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: D (<input type="checkbox"/>)
09	¿Cómo se determinan los costos de importación de un producto o servicio?	A (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: D (<input type="checkbox"/>)
10	¿Cómo se asegura una empresa de que sus costos de importación sean transparentes y estén bien documentados para fines contables y financieros?	A (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: D (<input type="checkbox"/>)
11	¿Cuáles son los principales factores que se deben considerar al elegir un método de transporte para un producto o servicio?	A (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: D (<input type="checkbox"/>)
12	¿Qué factores influyen en el costo del transporte y cómo se pueden optimizar los costos?	A (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: D (<input type="checkbox"/>)

13	¿Qué es el régimen arancelario y por qué es importante para el comercio internacional?	A (x) SUGERENCIAS:	D ()
14	¿De qué forma podemos reducir algunos costos de procesos de importaciones?	A (x) SUGERENCIAS:	D ()
15	¿Cuáles son los principales impuestos que deben pagar las empresas y cómo se calculan?	A (x) SUGERENCIAS:	D ()
16	¿Como impacta los impuestos dentro de la rentabilidad al comercializar el producto?	A (x) SUGERENCIAS:	D ()
PROMEDIO OBTENIDO:		A (x)	D ():
6. COMENTARIOS GENERALES			
7. OBSERVACIONES			



Dr. Kerwin José Chávez Vera
C.E. 003058624
Docente Investigador®

Juez Experto

Figura 3. Validación por el MBA. Cesar Ricardo Rocero Salazar

CARTILLA DE VALIDACIÓN DE LA GUÍA DE ENTREVISTA POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL JUEZ		Cesar Ricardo, Rocero Salazar
2.	PROFESIÓN	Comercio y Negocios Internacionales
	ESPECIALIDAD	Negocios Internacionales
	GRADO ACADÉMICO	Maestro en Administración de negocios
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	12 años
	CARGO	Docente: Tiempo completo
Plan Estratégico Para Mejorar Las Importaciones De Vehículos Desde China En La Empresa Premier Motors S.A. Lambayeque, 2023		
3. DATOS DEL TESISISTA		
3.1	NOMBRES Y APELLIDOS	<ul style="list-style-type: none"> • Jimenez Urcia Lohana Elizabeth • Herrera Diaz Cyntia Magaly
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Guía de Entrevista (x) Cuestionario () Lista de Cotejo () Encuesta ()
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p><u>GENERAL</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • El objetivo general es proponer un plan estratégico de vehículos con el fin de mejorar las ventas de la empresa en la ciudad de Lambayeque para el año 2023.

	<p>ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Realizar un estudio de mercado, enfocado en la empresa que se dedica a la importación y comercialización de vehículos en la ciudad de Lambayeque para determinar su demanda, competencia y precios. Describir los procesos de importación junto a sus características, volumen, restricciones de la mercancía ingresada al país. Diseñar un plan estratégico y así establecer
--	---

	una misión, visión, valores y objetivos de la empresa.
A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.	
No	DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO
01	¿Qué herramientas utiliza para analizar el mercado de las importaciones de autos en el Perú y por qué? A (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: D (<input type="checkbox"/>)
02	¿Qué beneficios puede ofrecer la segmentación de mercado para una empresa? A (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: D (<input type="checkbox"/>)
03	¿Cómo se determina la oferta y demanda de un producto o servicio? A (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: D (<input type="checkbox"/>)
04	¿Cómo puede la empresa aprovechar el crecimiento de las importaciones para expandir su negocio? A (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: D (<input type="checkbox"/>)
05	¿Cuál es su experiencia elaborando planes estratégicos en la empresa? A (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: D (<input type="checkbox"/>)
06	¿Cómo implementa usted el plan estratégico de la empresa? A (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: D (<input type="checkbox"/>)
07	¿Qué es un plan de marketing y por qué es importante para una empresa? A (<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS: D (<input type="checkbox"/>)

08	¿Cómo se adapta un plan de marketing a los cambios de mercado?	A (x) SUGERENCIAS: D ()
09	¿Cómo se determinan los costos de importación de un producto o servicio?	A (x) SUGERENCIAS: D ()
10	¿Cómo se asegura una empresa de que sus costos de importación sean transparentes y estén bien documentados para fines contables y financieros?	A (x) SUGERENCIAS: D ()
11	¿Cuáles son los principales factores que se deben considerar al elegir un método de transporte para un producto o servicio?	A (x) SUGERENCIAS: D ()
12	¿Qué factores influyen en el costo del transporte y cómo se pueden optimizar los costos?	A (x) SUGERENCIAS: D ()
13	¿Qué es el régimen arancelario y por qué es importante para el comercio internacional?	A (x) SUGERENCIAS: D ()
14	¿De qué forma podemos reducir algunos costos de procesos de importaciones?	A (x) SUGERENCIAS: D ()
15	¿Cuáles son los principales impuestos que deben pagar las empresas y cómo se calculan?	A (x) SUGERENCIAS: D ()
16	¿Cómo impacta los impuestos dentro de la rentabilidad al comercializar el producto?	A (x) SUGERENCIAS: D ()
PROMEDIO OBTENIDO:		A (16) D ():
6. COMENTARIOS GENERALES		
7. OBSERVACIONES		



**Juez
Experto**

ANEXO 05: FOTOS EN LA EMPRESA PREMIER MOTOR



ANEXO 06: CONSENTIMIENTO DE LE EMPRESA PREMIER MOTORS S.A



ANEXO 07: ACTA DE REVISIÓN DE SIMILITUD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo **Dra. Calanchez Urribarri África del Valle** docente del curso de **Investigación II** del Programa de Estudios de **Facultad de Ciencias Empresariales** y revisor de la investigación de los estudiantes, **Lohana Elizabeth Jimenez Urcia, Cyntia Magaly Herrera Diaz** , titulada:

PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LAS IMPORTACIONES DE VEHÍCULOS DESDE CHINA EN LA EMPRESA PREMIER MOTORS S.A. LAMBAYEQUE, 2023

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del **13%**, verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN. Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la Directiva sobre índice de similitud de los productos académicos y de investigación en la Universidad Señor de Sipán S.A.C., aprobada mediante Resolución de Directorio N° 145-2022/PD-USS.

En virtud de lo antes mencionado, firma:

Dra. Calanchez Urribarri, África Del Valle	CE: 005774548	
--	---------------	---

ANEXO 07: CAPTURA DE CORREO

[rce] Acuse de recibo de envío Recibidos x 🖨️ 📄

 **Juan Amílcar Villanueva Calderón** <jamilcarvc@crece.uess.edu.pe> 21:33 (hace 0 minutos) ☆ ↶ ⋮
para mí ▾

Cynthia Magaly Herrera Diaz:

Gracias por enviar el manuscrito, "Plan estratégico para mejorar las Importaciones de vehículos desde China en la empresa Premier Motors S.A. Lambayeque, 2023" a HORIZONTE EMPRESARIAL. Con nuestro sistema de gestión de revistas en línea, podrá iniciar sesión en el sitio web de la revista y hacer un seguimiento de su progreso a través del proceso editorial:

URL del manuscrito: <https://revistas.uess.edu.pe/index.php/EMP/authorDashboard/submission/2641>
Nombre de usuario/a: 12cynthiamaga06

En caso de dudas, contacte conmigo. Gracias por elegir esta revista para publicar su trabajo.

Juan Amílcar Villanueva Calderón
El siguiente mensaje se está enviando a nombre de Revista Científica HORIZONTE EMPRESARIAL. _____

↶ Responder ↷ Reenviar 🤖 Respuesta de IA

Anexo 8

Diseñar un plan estratégico para mejorar las Importaciones de vehículos desde China en la empresa Premier Motors S.A. Lambayeque, 2023.

1. Análisis de la situación actual

1.1 Evaluar procesos actuales de importación de vehículos desde china

El plan estratégico para mejorar las importaciones de vehículos desde China en Premier Motors S.A. Lambayeque, 2023, tiene como objetivo aumentar la venta y la rentabilidad de las operaciones de importación de vehículos de la empresa. Esto se logrará a través de la reducción de costos, el aumento de ventas y la mejora de la calidad. La reducción de costos se enfocará en negociar mejores precios con proveedores chinos, optimizar la logística y reducir trámites burocráticos. El aumento de ventas se buscará mediante la implementación de sistemas de gestión de la cadena de suministro, la automatización de procesos y la mejora de la comunicación entre departamentos. La mejora de la calidad se llevará a cabo a través de estrictos controles de calidad, pruebas de rendimiento y obtención de certificaciones internacionales.

1.2 Identificar los desafíos y obstáculos actuales en los procesos de importación

Es crucial identificar los desafíos y obstáculos actuales en los procesos de importación para una empresa como Top Light. Comprender estas dificultades es fundamental para desarrollar estrategias efectivas y superar dichos desafíos. La identificación precisa de estos obstáculos proporciona una base sólida para la

toma de decisiones y la implementación de mejoras en los procesos de importación.

2. Objetivo de la propuesta

Proponer un plan estratégico para mejorar ventas de vehículos importados en la empresa premier Motors S.A. Lambayeque.

3. Descripción de la empresa

Empresa Premier Motors S.A., una empresa dedicada a la Importación y venta de vehículos minivans ligeras para pasajeros, una empresa con más de 25 años de experiencia es así que decide hacer la importación y venta de vehículos comerciales, apostando por la marca KEYTON, cabe señalar los modelos de keyton M70. Keyton EX80, keyton M80.

4. Análisis del entorno

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Fidelidad al cliente• Personal comprometido con la empresa• Vehículos fiables y asequibles	<ul style="list-style-type: none">• Trabajadores no capacitados• Bajo en ventas• Falta de publicidad comercial
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Expandirse más en el mercado nacional• Incremento en la demanda del mundo automotriz• Importación de vehículos de calidad a bajos costos	<ul style="list-style-type: none">• Nuevos competidores• Aumento del precio de los insumos• Aumento de impuestos

5. Plan estratégico

Malca & Enrique (2021) se enfocaron en coordinar los recursos y analizar la propuesta de un plan estratégico para mejorar las ventas de vehículos importados de la República China en la empresa Premier Motors S.A. en el departamento de

Lambayeque, con el fin de aportar conocimiento sobre la implementación de un plan estratégico.

5.1. Misión

Una empresa dedicada a la venta de vehículos y juguetería enfocado a todos los rubros donde nos desenvolvemos, buscando siempre ser líderes en la atención y servicios de nuestros clientes.

5.2. Visión

Ser la empresa más competitiva y líder en el sector comercial e industrial, con capacidad de adaptarse ágilmente a las necesidades de nuestros clientes.

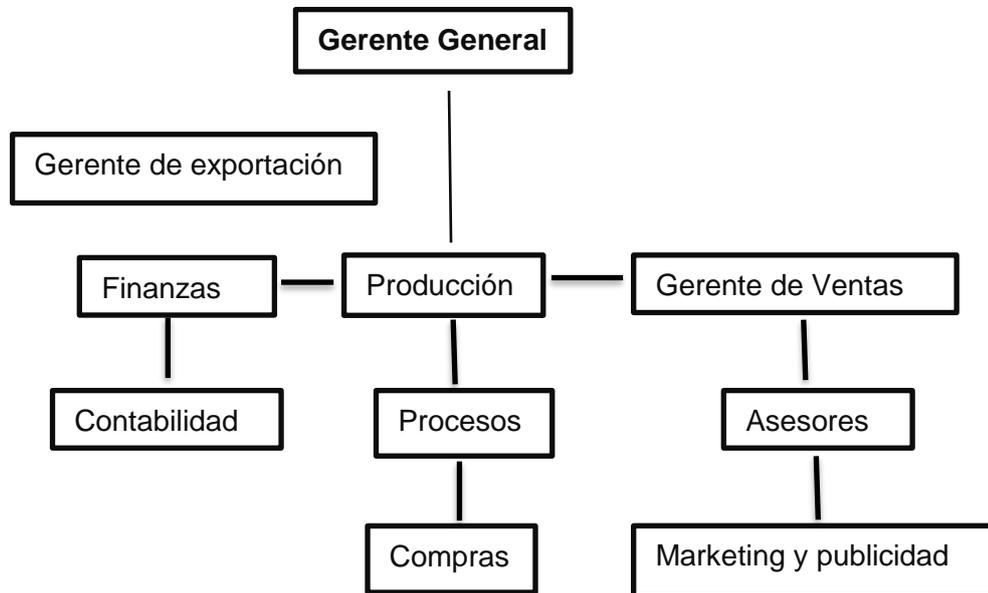
6. Estrategias de marketing

Producto	En este caso se seguirá planteando en su mayoría el stock de vehículos con la marca Keyton de diferentes modelos, para brindar la confianza, seguridad al cliente se planteará un plan donde se pueda ampliar garantía, posibilidad de cambio de vehículo un mejor costo a beneficio del cliente.
Precio	En base a los precios, Keyton es una de los vehículos ligeros y más cómodas que se puede encontrar en el mercado
Plaza	Premier Motors S.A, ubicado en carretera Lambayeque km 2.5
Promoción	Se realiza acciones tratando de mejorar el establecimiento tratando de hacer un poco más cómodo el paso a los clientes, analizando las redes sociales

7. Estructura y diseño del plan

Premier Motors S.A. cuenta con una estructura empresarial centralizada, cuenta con un departamento administrativo, comercial, ventas, cada persona tiene responsabilidades de sus puestos siempre van de la mano también con opiniones de

sus superiores gerentes.



8. Ficha técnica

FICHA TECNICA	
IMPORTACION DE VEHICULOS MINIVANS DEL PAIS DE CHINA	
A. GENERALIDADES DEL PRODUCTO	
Nombre comercial	MINIVANS KEYTON M70 ESTÁNDAR
Partida arancelaria	minivans Keyton M70 estándar. Multipropósito 8 asientos, pasajeros, tracción posterior con muelles, espacioso versátil y útil.
Foto	
Procedencia	CHINA
Disponibilidad	todo el año
descripcion del producto, usos, aplicaciones	Vehiculos que ofrecen comodidad para largas horas de viaje con aire acondicionados asientos comodios.
B. ASPECTOS ARANCELARIOS	
Preferencias arancelarias	Arancel de 100% AD- Valorem
Regimen aduanero	Importación para el consumo
C. Comercializacion	
Formas de pago	Por adelantado
Medios de pago	Tranferencia bancaria
Principales empresa importadoras del	PREMIER MOTORS S.A
Clasificación de carga	carga general (contendor)
Naturaleza y tipo de carga	De dimensiones y peso especial tipo de craga: pesada de alto valor, inflamable
Materiales para embalaje	contendor de 40 pies, asegurado adecuadamente con las cuerdas de trincaje
Tipo de transporte	Tansporte maritimo
Tipo de seguro	seguro de transporte maritimo
entre otras especificaiones del	Requerimiento de contenedores resistentes fuertes y seguros

MODELO DE AUTORIZACIÓN PARA EL RECOJO DE INFORMACIÓN

Pimentel ,14 de noviembre de 2024

Quien suscribe:

Sr. WILLIAM GENARO SUCLUPE CHERRES

Representante Legal – Empresa Premier Motors S.A

AUTORIZA: Permiso para recojo de información pertinente en función del proyecto de investigación,

denominado: PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LAS IMPORTACIONES DE VEHICULOS DESDE CHINA EN LA EMPRESA PREMIER MOTORS S.A LAMBAYEQUE 2023

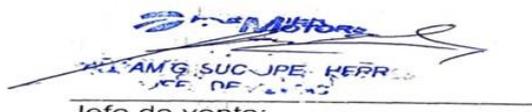
Por el presente, el que suscribe, señor, William Genaro Suclupe Cherres, representante legal de la empresa Premier Motors S.A AUTORIZO al estudiante: Jimenez Urcia Lohana Elizabeth identificado con DNI N° 73907874 y Herrera Diaz Cyntia Magaly con DNI N° 71116984, estudiante de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales y autor del trabajo de investigación denominado Plan estratégico para mejorar las importaciones de vehiculos desde china en la empresa premier motors S.A Lambayeque 2023 al uso de dicha información que conforma el expediente técnico así como hojas de memorias, cálculos entre otros como planos para efectos exclusivamente académicos de la elaboración de tesis de enunciada líneas arriba de quien solicita se garantice la absoluta confidencialidad de la información solicitada.

Atentamente.

WILLIAM GENARO SUCLUPE CHERRES

45391225

JEFE DE VENTAS


Jefe de venta:
William Suclupe Cherres.
(Firma y sello del CPPP)



**ACTA DE SEGUNDO CONTROL DE REVISIÓN DE
SIMILITUD DE LA INVESTIGACIÓN**

Código:	F3.PP2-PR.02
Versión:	02
Fecha:	18/04/2024
Hoja:	1 de 1

Yo, Cesar Ricardo Rocero Salazar, coordinador de investigación del Programa de Estudios de Negocios Internacionales, he realizado el segundo control de originalidad de la investigación, el mismo que está dentro de los porcentajes establecidos para el nivel de Pregrado según la Directiva de similitud vigente en USS; además certifico que la versión que hace entrega es la versión final del informe titulado: Plan estratégico para mejorar las Importaciones de vehículos desde China en la empresa Premier Motors S.A. Lambayeque, 2023, elaborado por el estudiante(s): Jimenez Urcia, Lohana Elizabeth, Herrera Diaz, Cynthia Magaly

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 11%, verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la Directiva sobre índice de similitud de los productos académicos y de investigación vigente.

Pimentel, 20 de agosto de 2024.

Dr. Rocero Salazar Cesar Ricardo

Coordinador de Investigación

DNI N° 44308266