



Universidad Femenina del Sagrado Corazón

Facultad de Gestión Empresarial

Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales

GESTIÓN DE IMPORTACIÓN DE PREFORMAS PET Y LA
COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA CORPORACION EKAN S.A.C.
2022

Tesis presentada por:
SASAWY ARCOS GUARDIA

Para obtener el Título Profesional de Licenciada en
Administración de Negocios Internacionales

Línea de investigación “Nuevos mercados para productos peruanos en el contexto
de globalización y apertura comercial”.

Asesora:
Mg. Carla Giuliana Guanilo Pareja

Cód. Orcid: 0000 0002 6578 9685

Lima - Perú

2023

Los miembros del jurado han aprobado el estilo y el contenido de la Tesis sustentada por:

SASAWY ARCOS GUARDIA

Mg. Carla Giuliana Guanilo Pareja
Miembro del Jurado – Asesora



Dra. Gloria Esther Valdivia Camacho
Miembro del Jurado - Presidente



Mg. Juan Vidal Flores Romani
Miembro de Jurado



Dra. Gloria Esther Valdivia Camacho
Decana
de la Facultad de Gestión Empresarial

Declaratoria de Originalidad del Asesor

Facultad o Escuela de Posgrado:	Facultad de Gestión Empresarial
Escuela Profesional o Programa Académico:	Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales
Dependencia a la que pertenece el docente asesor:	Departamento de Ciencias y Administración
Docente asesor que verifica la originalidad:	Mg. Carla Giuliana Guanilo Pareja
ORCID:	Cód. Orcid: 0000 0002 6578 9685
Título del documento:	GESTIÓN DE IMPORTACIÓN DE PREFORMAS PET Y LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA CORPORACIÓN EKAN S.A.C. 2022
Autora(s) del documento:	Bach. Sasawy Arcos Guardia
Mecanismo utilizado para detección de originalidad:	Software Turnitin
Nº de trabajo en Turnitin: (10 dígitos)	2141401340
Porcentaje de <u>similitud</u> detectado:	17%
Fuentes originales de las similitudes detectadas:	Fuentes de internet = 16% Publicaciones = 3% Trabajos del estudiante = 10%
<p>(imagen del % similitud y fuentes detectadas)</p> <p style="text-align: center;">GESTIÓN DE IMPORTACIÓN DE PREFORMAS PET Y LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA CORPORACION EKAN S.A.C. 2022</p> <p style="text-align: center; color: red; font-size: small;">INFORME DE ORIGINALIDAD</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p style="font-size: 2em; color: red;">17</p> <p style="font-size: 1.2em;">%</p> <p style="font-size: 0.8em;">INDICE DE SIMILITUD</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p style="font-size: 1.5em;">16</p> <p style="font-size: 1.2em;">%</p> <p style="font-size: 0.8em;">FUENTES DE INTERNET</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p style="font-size: 1.5em;">3</p> <p style="font-size: 1.2em;">%</p> <p style="font-size: 0.8em;">PUBLICACIONES</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p style="font-size: 1.5em;">10</p> <p style="font-size: 1.2em;">%</p> <p style="font-size: 0.8em;">TRABAJOS DEL ESTUDIANTE</p> </div> </div>	
<p>El docente asesor declara ha revisado el informe de similitud y expresa que el porcentaje señalado cumple con las “Normas Internas de Investigación e Innovación” establecidas por la Universidad Femenina del Sagrado Corazón.</p>	
Fecha de aplicación en Turnitin: (dd-mm-aaaa)	04-08-2023

RESUMEN

La investigación denominada “Gestión de importación de preformas PET y la competitividad de la empresa corporación Ekan S.A.C. 2022”, tuvo como objetivo determinar la relación de la gestión de importación de preformas PET y la competitividad de la empresa corporación Ekan S.A.C. 2022.

Dentro de este marco, el estudio realizado tuvo un enfoque cuantitativo, con un nivel descriptivo correlacional, de tipo aplicada y el diseño de investigación es no experimental; no obstante; se utilizó la técnica de la encuesta, y el instrumento fue el cuestionario; se tuvo a los clientes más frecuentes de la empresa corporación Ekan S.A.C., por tratarse de una cantidad menor, para el análisis de datos se tuvo la totalidad de la población, por la cual se denomina censo estudio que fue conformada por 50 empresas. En síntesis, de los resultados obtenidos, se permitió demostrar, que la gestión de proveedores de preformas PET, se relaciona significativamente con la competitividad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022

Así pues, el objetivo en este trabajo era hacer hincapié en la importancia de las importaciones, ya que todas las empresas deben encontrar la manera de gestionar mejor a sus proveedores y potenciar la comercialización de sus productos, así como encontrar formas de reducir los costes variables, es fortalecedor que las empresas busquen formas de aumentar la rentabilidad.

Palabras clave: Rentabilidad, mercado internacional, ventajas competitivas y gestión de proveedores.

ABSTRACT

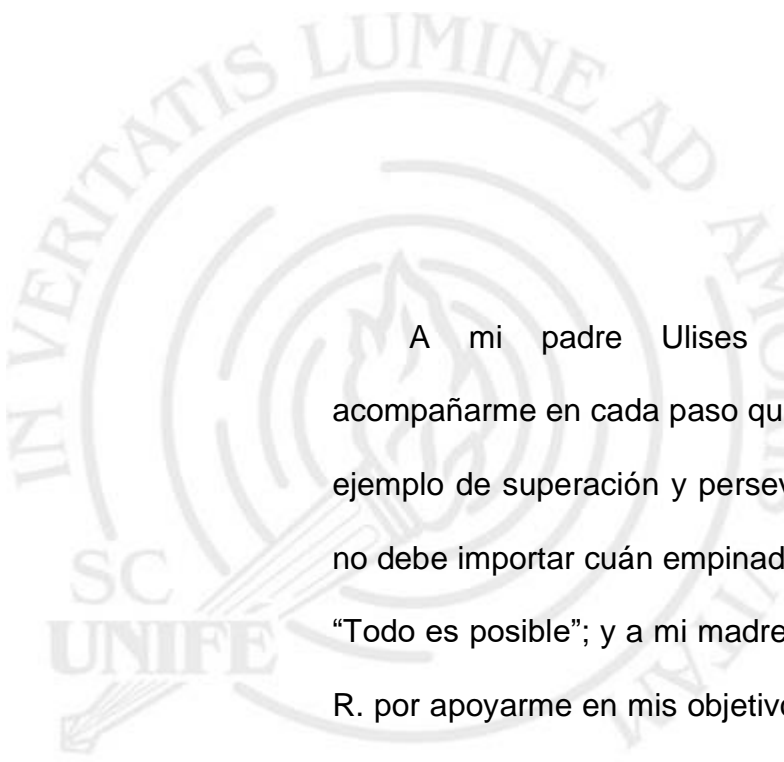
The investigation called "Management of importation of PET preforms and the competitiveness of the company Ekan S.A.C. 2022", had the objective of determining the relationship between the management of the importation of PET preforms and the competitiveness of the company Ekan S.A.C. 2022.

Within this framework, the study carried out had a quantitative approach, with a correlational descriptive level, of an applied type and the research design is non-experimental; nevertheless; the survey technique was used, and the instrument was the questionnaire; The most frequent clients of the Ekan S.A.C. corporation company were used, because they are a smaller number, for the data analysis the entire population was used, for which it is called a census study that was made up of 50 companies. In summary, from the results obtained, it was possible to demonstrate that the management of PET preform suppliers is significantly related to the competitiveness of the company Corporation Ekan S.A.C. 2022.

Thus, the objective in this work was to emphasize the importance of imports, since all companies must find a way to better manage their suppliers and promote the marketing of their products, as well as find ways to reduce variable costs, it is empowering for companies to look for ways to increase profitability

Keywords: Profitability, international market, competitive advantages and supplier management.

DEDICATORIA



A mi padre Ulises Arcos T. por acompañarme en cada paso que doy, siendo un ejemplo de superación y perseverancia, porque no debe importar cuán empinado sea el camino, “Todo es posible”; y a mi madre Blanca Guardia R. por apoyarme en mis objetivos, brindándome fuerza y confianza para enfrentar los desafíos de la vida, convirtiéndose en una gran amiga, siempre guiándome con su amor de madre. Por la formación de valores-principios y apoyo incondicional, ellos son merecedores de este logro.

Sasawy Arcos Guardia.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser quien me bendice cada día, y darme la fortaleza para avanzar, a pesar de las circunstancias que se estuvo pasando.

Se tuvo momentos difíciles del Covid-19, no fue como hubiésemos querido culminar nuestra etapa universitaria, pero aun así a la distancia, logramos culminar el último año académico; gracias por dejar gratos recuerdos de mi etapa universitaria (Sandra, Madeleine y Laura).

Por la orientación con gran sabiduría de mi asesora Carla Giuliana Guanilo Pareja, quien es la representación de muchos catedráticos, que imparten su labor con dedicación y responsabilidad.

Confirmando que el tiempo es el mejor aliado, valió la pena los sacrificios, les debo un eterno agradecimiento a mis queridos padres y a mi abuelita María que es mi guía desde el cielo.

A mi querido Ayacucho por las tradiciones y costumbres, haciendo que me sienta muy orgullosa de mis raíces.

ÍNDICE

RESUMEN	4
ABSTRACT	5
AGRADECIMIENTO	7
ÍNDICE	8
ÍNDICE DE TABLAS	12
ÍNDICE DE FIGURAS	16
INTRODUCCIÓN	18
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	21
1.1 Planteamiento del problema.....	21
1.1.1 Formulación del problema.....	27
1.1.1.1 Problema general.....	27
1.1.1.2 Problemas específicos	27
1.2 Justificación de la investigación	28
1.3 Delimitación de la investigación.....	28
1.4 Objetivos de la investigación	29
1.4.1 Objetivo general	29
1.4.2 Objetivos específicos	29

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	30
2.1 Antecedentes de la investigación.....	30
2.2 Bases teóricas.....	32
2.2.1 Gestión de Importación	33
2.2.1.1 Gestión de proveedores:.....	33
2.2.1.2 Negociación	36
2.2.1.3 Suministro	37
2.2.2 Competitividad	39
2.2.2.1 Producción	40
2.2.2.2 Calidad	42
2.2.2.3 Rentabilidad	43
2.3 Definición de términos	44
2.4 Formulación de hipótesis	48
2.4.1 Hipótesis General	48
2.4.2 Hipótesis Específicos.....	48
CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO	49
3.1 Nivel, tipo y diseño de la investigación	49
3.2 Población y muestra	50
3.3 Operacionalización de las variables del estudio.....	51
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	54

3.6 Prueba de confiabilidad del instrumento.....	54
3.6.1 Gestión de importación	55
3.6.2 Competitividad	57
3.7 Prueba de normalidad de las dimensiones.....	59
3.6 Técnicas estadísticas para el procesamiento y análisis de datos	61
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	62
4.1. Análisis Descriptivo	62
4.2. Contrastación de Hipótesis	95
4.2.1. Prueba de Hipótesis General	96
4.2.2. Prueba de Hipótesis Específicos	97
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	100
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	104
6.1. Conclusiones.....	104
6.2. Recomendaciones:	106
REFERENCIAS (APA)	108
APÉNDICE 1: Matriz de consistencia	118
APÉNDICE 2: Instrumento para la recolección de información	119
ANEXO 01 Matriz de evaluación de expertos – Validación Encuesta	122
ANEXO 02 Matriz de evaluación de expertos – Validación Encuesta	123
ANEXO 03 Matriz de evaluación de expertos – Validación Encuesta	124

ANEXO 04..... 125

- Prueba piloto - Variable “X” Gestión de importación 125
- Prueba piloto – Variable “Y” Competitividad 127



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Principales Países Exportadores de Productos Preformas PET</i>	22
Tabla 2 <i>Principales Empresas Nacionales Comercializadoras de Preformas PET</i>	23
Tabla 3 <i>Compras de Preformas PET Corporación Ekan</i>	25
Tabla 4 <i>Codificación del Producto</i>	35
Tabla 5 <i>Medidas Impositivas para el Producto</i>	36
Tabla 6 <i>Operacionalización de las variables</i>	52
Tabla 7 <i>Escala de Cronbach</i>	55
Tabla 8 <i>Confiabilidad para el instrumento – Variable X: Gestión de importación.</i> 55	
Tabla 9 <i>Resumen de procesamiento de casos – Variable X: Gestión de importación</i>	56
Tabla 10 <i>Estadísticas del total de elemento – Variable X: Gestión de importación</i>	56
Tabla 12 <i>Resumen de procesamiento de casos – Variable Y: Competitividad</i>	58
Tabla 13 <i>Estadísticas del total de elemento – Variable Y: Competitividad</i>	58
Tabla 14 <i>Prueba de normalidad Shapiro Wilk para las dimensiones</i>	60
Tabla 15	63
<i>A- Tipo de empresa jurídica</i>	63
Tabla 16	63

<i>B- Tiempo de inicio empresarial</i>	63
Tabla 17	64
<i>C- Tiempo importando</i>	64
Tabla 18	64
<i>D- Giro comercial</i>	64
Tabla 19 Proveedores socios estratégicos de suministro sostenible	65
Tabla 20 Proveedores socios estratégicos de suministro sostenible	66
Tabla 21 Orden Burocrático para una mayor formalidad de gestión	67
Tabla 22 Control para un buen rendimiento de los proveedores.....	68
Tabla 24 Cotizaciones según capacidad económica	70
Tabla 25 Evaluación periódica a los proveedores para negociar	71
Tabla 26	72
<i>El fabricante como socio durante el proceso de crecimiento</i>	72
Tabla 27 Evaluación de cotizaciones para una eficiente negociación.....	73
Tabla 28 Resumen de resultados estadísticos – Dimensión Negociación	74
Tabla 29 Procesos logísticos para una mayor sostenibilidad empresarial	75
Tabla 30 Control de rendimiento de los proveedores para la disminución de costos	76
Tabla 31 Control de stock influye en la eficacia de la gestión de proveedores	77
Tabla 32 La capacidad de abastecimiento en relación de productos solicitados..	78

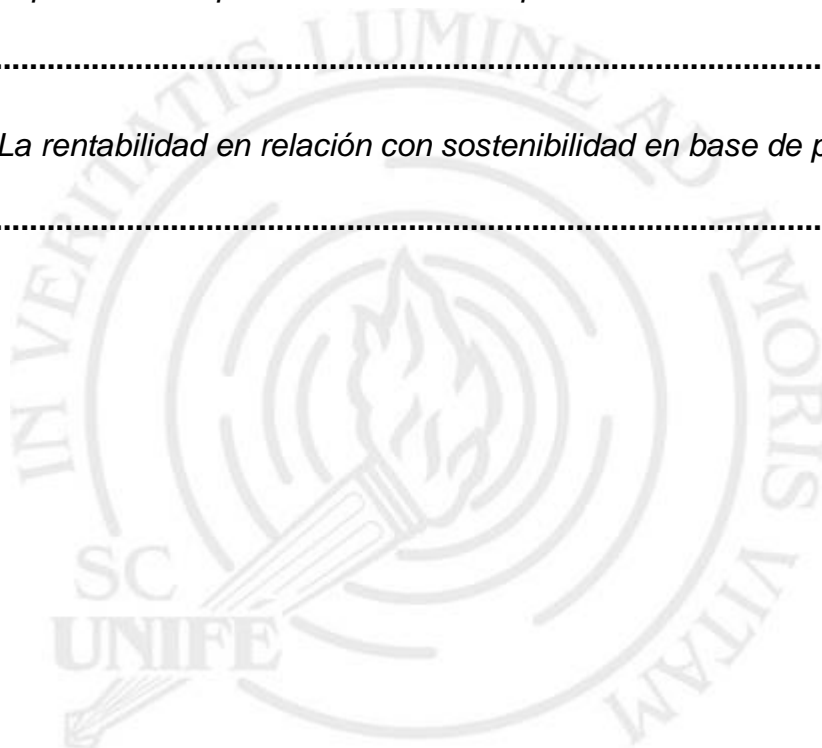
Tabla 33 <i>Resumen de resultados estadísticos – Dimensión Suministro</i>	79
Tabla 34 <i>Incremento de canal de distribución para la mejora de ventas</i>	80
Tabla 35 <i>Costo unitario en relación mayor nivel de ventas</i>	81
Tabla 36 <i>Crecimiento de las ventas en relación reconocimiento por los clientes</i> .	82
Tabla 37 <i>Estrategia de precios competitivos para aminorar costos</i>	83
Tabla 38 <i>Resumen de resultados estadísticos – Dimensión Producción</i>	84
Tabla 39 <i>Proveedor recurrente en relación de estándares de calidad</i>	85
Tabla 40 <i>Importancia de la resolución de problemas con el cliente</i>	86
Tabla 41 <i>Formalidad en los documentos de productos</i>	87
Tabla 42 <i>El precio determina un producto de calidad</i>	88
Tabla 43 <i>Resumen de resultados estadísticos – Dimensión Calidad</i>	89
Tabla 44 <i>El incremento de ventas genera rentabilidad</i>	90
Tabla 45 <i>Establecer una adecuada estructura de costos</i>	91
Tabla 46 <i>Importación de productos e insumos para la reducción de costos</i>	92
Tabla 47 <i>La rentabilidad en relación con sostenibilidad en base de precisos y costos</i>	93
Tabla 48 <i>Resumen de resultados estadísticos – Dimensión Rentabilidad</i>	94
Tabla 49	95
<i>Escala de coeficiente de correlación de Pearson</i>	95

Tabla 50 <i>Correlación entre las variables Gestión de importación y Competitividad</i>	96
Tabla 51 <i>Correlación entre las dimensiones Gestión de proveedores y Producción</i>	97
Tabla 52 <i>Correlación entre las dimensiones Suministro y Calidad.....</i>	98
Tabla 53 <i>Correlación entre las dimensiones Negociación y Rentabilidad.....</i>	99
Tabla 54 <i>Confiabilidad para el instrumento – Variable X: Gestión de importación</i>	125
Tabla 55 <i>Resumen de procesamiento de casos – Variable X: Gestión de importación.....</i>	125
Tabla 56 <i>Estadísticas del total de elemento – Variable X: Gestión de importación</i>	126
Tabla 57 <i>Confiabilidad para el instrumento – Variable Y: Competitividad.....</i>	127
Tabla 58 <i>Resumen de procesamiento de casos – Variable Y: Competitividad...</i>	127
Tabla 59 <i>Estadísticas del total de elemento – Variable Y: Competitividad.....</i>	128

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Proveedores socios estratégicos de suministro sostenible</i>	65
Figura 2 <i>Proveedores socios estratégicos de suministro sostenible</i>	66
Figura 3 <i>Orden Burocrático para una mayor formalidad de gestión</i>	67
Figura 4 <i>Control para un buen rendimiento de los proveedores</i>	68
Figura 5 <i>Cotizaciones según capacidad económica</i>	70
Figura 6 <i>Evaluación periódica a los proveedores para negociar</i>	71
Figura 7 <i>El fabricante como socio durante el proceso de crecimiento</i>	72
Figura 8 <i>Evaluación de cotizaciones para una eficiente negociación</i>	73
Figura 9 <i>Procesos logísticos para una mayor sostenibilidad empresarial</i>	75
Figura 10 <i>Control de rendimiento de los proveedores para la disminución de costos</i>	76
Figura 11 <i>Control de stock influye en la eficacia de la gestión de proveedores</i> ...	77
Figura 12 <i>La capacidad de abastecimiento en relación de productos solicitados</i>	78
Figura 13 <i>Incremento de canal de distribución para la mejora de ventas corporativas</i>	80
Figura 14 <i>Costo unitario en relación mayor nivel de ventas</i>	81
Figura 15 <i>Crecimiento de las ventas en relación reconocimiento por los clientes</i>	82
Figura 16 <i>Estrategia de precios competitivos para aminorar costos</i>	83
Figura 17 <i>Proveedor recurrente en relación de estándares de calidad</i>	85

Figura 18 <i>Importancia de la resolución de problemas con el cliente</i>	86
Figura 19 <i>Formalidad en los documentos de productos</i>	87
Figura 20 <i>El precio determina un producto de calidad</i>	88
Figura 21 <i>El incremento de ventas genera rentabilidad</i>	90
Figura 22 <i>Establecer una adecuada estructura de costos</i>	91
Figura 23 <i>Importación de productos e insumos para la reducción de costos variables</i>	92
Figura 24 <i>La rentabilidad en relación con sostenibilidad en base de precios y costos</i>	93



INTRODUCCIÓN

Las empresas industriales de manera imprescindible adquieren materias primas, en la mayoría de casos, dicha materia prima pasa por una transformación, gracias a la tecnología, abasteciéndose con los materiales primarios y ello permite el aumento de rendimiento, en otras palabras la optimización de la producción y la reducción de los costos de operación, para posteriormente complementarse con otros insumos/materiales y finalmente entregar el producto final, listo para ser comercializado en el mercado.

Además, se comprende que los negocios muestran mucha exigencia y constantes cambios, por lo que es importante hacer hincapié en aprovechar las oportunidades del mercado internacional, con ello generando ventajas competitivas y de tal modo las empresas se fortalezcan, direccionándose con una óptima gestión de importación de insumos, logrando así la sostenibilidad de la empresa, teniendo el control de los costos con relación a la competencia.

En este sentido, el objetivo de esta investigación es determinar la relación de la gestión de importación de preformas PET y la competitividad de la empresa corporación Ekan S.A.C. 2022; por lo que realizar la compra de las preformas PET, con proveedores internacionales, será de gran impacto positivo en la rentabilidad de la empresa, ya que va a generar mejores efectos, como es: poder generar más venta debido que la empresa podría aminorar el precio del producto, de tal forma teniendo ventajas competitivas.

El presente trabajo de investigación está compuesto por 5 capítulos, las cuales se sintetiza a continuación:

En el Capítulo I, se presentará el planteamiento del problema, donde se señala la situación problemática, así mismo el problema general y problemas específicos.

Por otra parte, en este capítulo se presenta, la justificación, delimitación y los objetivos de la investigación.

En el Capítulo II, se desarrollará el marco teórico de la investigación, donde se presentan los antecedentes nacionales e internacionales; además, se cuenta con: distintas teorías, definiciones, posturas de autores relacionados con el tema investigación que vienen a ser las bases teóricas.

Así mismo, se tiene la definición de los términos básicos los cuales forman parte importante de la presente investigación; y se establecen las hipótesis de la presente investigación.

En el capítulo III, se desarrolla las variables, se establece la población y la muestra, se define el nivel, el tipo y el diseño de la investigación; no obstante, también describe los métodos e instrumento de la recolección de datos, así como los métodos estadísticos para el tratamiento y el análisis de los datos obtenidos.

En el capítulo IV, trata sobre el nivel de confiabilidad del instrumento y se muestra los resultados obtenidos mediante el instrumento de validación de este; por último, se presenta la constatación de la hipótesis.

Capitulo V, se desarrolla la discusión y la interpretación de los resultados obtenidos mediante el instrumento de validación.

Finalmente, se presentarán las conclusiones, y las recomendaciones obtenidas en el desarrollo del presente trabajo de investigación; luego se mencionarán las referencias según lo establecido por las Normas APA (séptima edición).



CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

Las empresas proveedoras de bienes y servicios pueden crecer gracias a la globalización, generando altos niveles de oferta, como resultado de la globalización se expande el comercio internacional a través de las exportaciones e importaciones, en este sentido, “el comercio exterior peruano viene creciendo impulsado, principalmente, por el mayor intercambio con los países asiáticos, lo cual representan el 47% del comercio total” (GOB.PE, 2021, p.1); de tal manera uno de los insumos importados en el Perú es preformas PET para la fabricación de envases de bebidas (Díaz y Lino, 2020, p. 17).

La importación de productos (insumos), favorece a las empresas, debido a que se reducen los gastos variables, asociados al producto, sin afectar su calidad y competitividad en el mercado; teniendo en cuenta, para la fabricación de productos, puede recurrirse a una diversidad de proveedores de insumos, tanto locales como internacionales, siendo el mercado internacional una importante alternativa de suministros, debido a que se reduciría la cadena de suministro por ser directo del fabricante, asegurando el suministro, y, sobre todo, ello permitirá obtener menores precios al evitar a los intermediarios; esta alternativa permitirá bajar los costos variables, de tal forma la empresa se beneficiaría puesto que se generaría mayor rentabilidad y competitividad en el mercado. Dicho en otras palabras, se trata de poder aprovechar la oportunidad de importar insumos, puesto que una de sus características es la calidad, precio, variedad, entre otros.

En el caso de la comercialización de preformas PET, se presenta la Tabla1: Donde se detalla la lista de los principales países exportadores a nivel mundial de preformas PET del 2016 al 2020.

Tabla 1

Principales Países Exportadores de Productos Preformas PET

Lista de los exportadores a nivel mundial del producto Preformas PET
(Valor exportado miles de USD\$)

Exportadores	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020
Mundo	7,795,140	8,361,025	9,573,485	9,620,497	10,114,492
China	998,270	1,125,036	1,289,356	1,439,544	2,348,189
Alemania	670,595	719,159	797,560	752,906	760,170
Estados Unidos de América	687,355	659,528	706,510	704,832	682,706
Francia	359,410	409,403	449,322	469,238	434,431
Países Bajos	338,543	377,797	411,478	414,704	424,697
Bélgica	305,616	351,827	399,791	394,634	378,657
Canadá	334,068	308,919	319,282	296,900	355,003
Polonia	239,008	235,053	297,880	323,927	349,962
Austria	302,100	334,375	361,151	337,302	315,234
México	237,144	229,086	242,339	235,662	243,763
Italia	184,704	202,096	234,028	235,251	236,053

Nota. Datos obtenidos de Trade Map (2021).

En la tabla 1, se observa el incremento del valor exportado durante el período del 2016 al 2020 se ha evidenciado países líderes de exportación de preformas PET, como es el caso de: China, Alemania, Estados Unidos y Francia; esta información fue recopilada de Trade Map, siendo una plataforma que brinda datos comerciales teniendo una base de datos a nivel mundial.

En el Perú, existe empresas fabricantes de preformas PET, las cuales a continuación se hará mención en la tabla 2 sobre las principales empresas nacionales:

Tabla 2

Principales Empresas Nacionales Comercializadoras de Preformas PET

Lista de empresas nacionales de preformas PET

1	San Miguel Industrias Pet
2	Andina Plast
3	Opp Film
4	Polimeros y Plásticos Andina
5	Silpet
6	S Plast
7	Basf Peruana
8	Pemuna
9	Akzo Nobel Perú
10	Emulsiones Y Derivados Perú

Nota. Datos obtenidos Industrias (2019), reporte Nro. 4 - IEES (2019, p.16) – recuperado de Infotrade-Veritrade

La empresa Corporación Ekan S.A.C., está ubicada en el distrito de Ate, región Lima, se constituyó en el año 2016; se dedica a la producción de bebidas embotelladas de agua mineral, en diferentes presentaciones, desde los 20 litros, de 8 litros, de 2.5 litros y la presentación pequeña de 320 ml; la empresa está conformada por el gerente general, administrativo de compras y contabilidad; esta empresa ha desarrollado la marca de presentación “Providencia”, en cuanto a la comercialización del producto de agua de mesa sin gas son distribuidas en los distritos de Lima.

En la empresa Corporación Ekan S.A.C., el principal insumo del producto de agua embotellada es la preforma PET, siendo así su interés por importar las preformas PET para la reducción de los costos variables y de tal forma poder sostener e

incrementar sus ingresos, debido a que, en el contexto actual, la pandemia por el COVID-19 ha sometido al mercado a cambios drásticos de estrategias, obligando a las empresas y personas a entrar en un proceso de adaptación; el principal efecto en los mercados ha sido el shock de demanda, que ha determinado la brusca caída en las ventas de casi todas las categorías de productos.

Es por ello, que rápidamente las empresas han tenido que trabajar en la recuperación de sus mercados, la implementación de plataformas de canales digitales de ventas, el despliegue de comunicación y promociones por los medios electrónicos, la mejora de procesos y tecnologías para enfrentar el nuevo contexto comercial, por tal motivo, la empresa Corporación Ekan S.A.C. se ve en la necesidad de realizar la reducción de los costos variables y fijos, para procurar recuperar, sostener e incrementar sus ingresos.

En este escenario comercial, de mucha exigencia y constantes cambios, es importante hacer hincapié en aprovechar las oportunidades del mercado internacional y procurar eficiencia en la gestión, tanto en las acciones de venta o prestación del servicio como en las que permitan reducir los costos fijos y variables.

A continuación, en la tabla 3 se tiene información sobre la cantidad de compras de preformas PET que adquiere la empresa durante el periodo 2020 al 2021.

Tabla 3

Compras de Preformas PET Corporación Ekan

Cantidad de compras de preformas PET Corporación Ekan S.A.C.				
Año	Mes	Cantidad (Unidades)	Precio (Unitario)	Total (Soles)
2020	Enero	180,000	0.65	117,000
	Febrero			
	Marzo			
2020	Abril	180,000	0.65	117,000
	Mayo			
	Junio			
2020	Julio	180,000	0.65	117,000
	Agosto			
	Setiembre			
2020	Octubre	120,000	0.65	78,000
	Noviembre			
	Diciembre			
2021	Enero	120,000	0.85	102,000
	Febrero			
	Marzo			
2021	Abril	120,000	0.85	102,000
	Mayo			
	Junio			
2021	Julio	180,000	0.85	153,000
	Agosto			
	Setiembre			
2021	Octubre	180,000	0.85	153,000
	Noviembre			
	Diciembre			

Nota. Elaboración propia, datos obtenidos de la empresa Corporación Ekan S.A.C.

Como se indica en la tabla 3, es evidente lo siguiente, que las compras de preformas PET durante un periodo trimestral y teniendo como único proveedor a la empresa de Plásticos Básicos de Exportación S.A.C. (PBEX).

De este modo, la empresa Corporación Ekan S.A.C. , requiere buscar un mayor crecimiento en el mercado nacional a través de estrategias comerciales, convirtiéndose en más competitiva de tal modo aprovechando las oportunidades del mercado internacional, ello implica la gestión de proveedores de insumos internacionales, sin embargo, es importante el respaldo financiero, para poder financiar la adquisición de recursos, generando la posibilidad de crecimiento de la empresa, con la reducción de los costos fijos y variables, mejorando la rentabilidad.

Además, la empresa, viene perdiendo competitividad en el mercado de bebidas por el aumento de precio del insumo de preformas PET por parte de los proveedores de empresas nacionales; alineado con ello, es importante el análisis y evaluación periódica de los proveedores internacionales, con respecto del proceso productivo, la comercialización, para así identificar las áreas de mejora: producción y de gestión de proveedores, con el fin de optimizar los costos variables, calidad de los insumos, y el tiempo para luego incrementar las ventas.

Entre los actuales problemas, se identifica la ausencia de una adecuada gestión estratégico comercial para promover la importación de preformas PET, por desconocer los trámites de importación, que les facilite la dinámica comercial de suministros con el exterior, generando así la dependencia del insumo local por lo que no logran optimizar costos, ni revisar y negociar periódicamente los precios de estos para no perder ventajas competitivas en el mercado; así mismo el escaso conocimiento de la empresa de los costos y cotizaciones internacionales del insumo de preformas PET; otro probable problema, es que la empresa posee escaso conocimiento de la

estructura del mercado internacional proveedores de insumos PET, con el fin de determinar las ventajas.

Siendo el caso de no revertirse esta situación, se continuaría perdiendo la oportunidad de crecer en el mercado de aguas embotelladas, por lo que se generará una disminución de las ventas, viéndose perjudicado la rentabilidad de la empresa, llegando al punto de considerar hasta un posible cierre de la empresa; además, se puede señalar que la presente investigación mediante la gestión de importación de preformas PET y la competitividad de la empresa corporación Ekan S.A.C. 2022 es para brindarle sostenibilidad a dicha empresa.

1.1.1 Formulación del problema

1.1.1.1 Problema general

¿Cómo la gestión de importación de preformas PET se relaciona con la competitividad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022?

1.1.1.2 Problemas específicos

- ¿Cómo la gestión de proveedores se relaciona con la calidad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022?
- ¿Cómo el suministro de preformas PET se relaciona con la producción de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022?
- ¿Cómo la negociación se relaciona con la rentabilidad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022?

1.2 Justificación de la investigación

El presente trabajo de investigación de la empresa Corporación Ekan S.A.C., tiene como finalidad establecer una adecuada gestión de importación de preformas PET y la generación de competitividad frente a terceros; en cuanto a la justificación práctica: se analizó e identificó la oportunidad de desarrollar la importación de preformas PET que permitan lograr la sostenibilidad y crecimiento de la empresa, logrando ser más rentable, buscando nuevos proveedores internacionales, evidenciando la oportunidad de ampliar el abastecimiento de la materia prima (preformas PET).

1.3 Delimitación de la investigación

Delimitación espacial

Este estudio se realizó en el departamento de Lima, distrito de Ate.

Delimitación social

El presente estudio tuvo como público objetivo a los clientes de mayor frecuencia de la empresa Corporación Ekan S.A.C.,

Delimitación temporal

En la investigación se consideró información del periodo 2016 al 2022

Delimitación conceptual

La investigación estuvo delimitada conceptualmente por las variables: Gestión de importación y Competitividad.

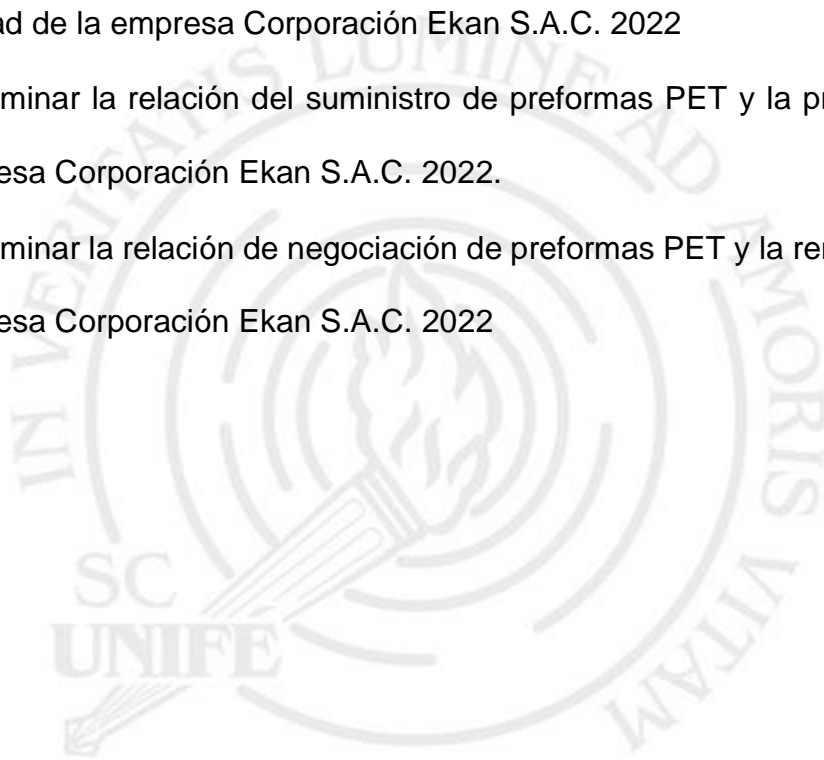
1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

Determinar la relación de la gestión de importación de preformas PET y la competitividad de la empresa corporación Ekan S.A.C. 2022

1.4.2 Objetivos específicos

- Determinar la relación de la gestión de proveedores de preformas PET y la calidad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022
- Determinar la relación del suministro de preformas PET y la producción de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022.
- Determinar la relación de negociación de preformas PET y la rentabilidad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022



CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.2.1 Antecedentes Internacionales

Tejeda, Blanco y Guerra (2019); sostuvo como objetivo general, “determinar los factores que facilitan las importaciones de alimentos procesados en grandes empresas alimentarias de México” (p.4); La tesis ha contribuido significativamente para demostrar la necesidad de aumentar las importaciones actuales, de tal modo mantener y mejorar la calidad del producto final. Por otra parte, cabe resaltar, no solo se analiza las materias primas, el primer factor determinante, es la evaluación de proveedores internacionales, logrando así que las empresas sean más eficientes manteniendo una excelente calidad, mejoras de las ventas y atracción de nuevos segmentos y clientes.

Olivo y Hernández (2019); tuvo como objetivo general, “analizar la factibilidad de las importaciones de equipos tecnológicos de alta gama” (p.3); en este trabajo se observó la viabilidad de la importación de equipos tecnológicos médicos; no obstante, se pudo corroborar que sería favorable establecer estrategias comerciales que permita negociar la importación equipos tecnológicos de alta gama, por la cual habría un gran avance tecnológico en cada centro de salud pública y privada, con ello mejorando la atención de los clientes.

Orellana (2022); tuvo como objetivo general, “Identificar los factores de gestión empresarial que impulsan los niveles competitivos de las MiPymes en la producción y distribución del sector muebles de madera, localizadas en la provincia del Azuay en el sur de Ecuador”. (p.43); por otra parte, los resultados que se obtuvo fueron: “de

acuerdo con la investigación efectuada, se sugiere revisar las variables que no son estadísticamente significativas en escenarios de una nueva normalidad afectada por la crisis sanitaria mundial (Covid-19)”; en este trabajo de investigación esclareció la importancia de un control de gestión para ser más competitivos en el mercado, al obtener resultado es necesario un plan de mejora continua, por lo que de manera paulatina se verá mejores rendimientos en la empresa.

2.2.2 Antecedentes Nacionales

Meza, Roque y Salvador (2019); tuvo como objetivo general, “Determinar la relación entre la importación y las ventajas competitivas de filtros de aire de JD Importadora Distribuidora SRL, Comas 2019” (p. 2); en la tesis mencionada, se analiza la gestión de compras internacional, donde se destaca la importación. Obteniendo la reducción de costos variables, teniendo en cuenta el primer factor determinante, liderazgo en costos, de tal manera mantener el volumen de ventas.

Obregón (2019); consideró como objetivo general, “Determinar la relación entre conocimientos de los procesos de importación y la competitividad de las Mypes importadoras de autopartes de los distritos de Lima: Callao, San Miguel, San Martín de Porres y Los Olivos, 2018” (p. 16); en términos generales se manifiesta la importancia de un asesoramiento legal ya que es necesario contar con un agente de aduanas para que simplifique los tramites de la importación, por lo que las Mypes tienen que designar un presupuesto exclusivo para la contrata de un agente de aduanas.

Céspedes y Guillén (2020); tuvo como objetivo general, “cuantificar el impacto del proceso de importación en los costos operativos no previstos de una empresa importadora de telas en Lima-Perú” (p. 8); en esta tesis es necesario destacar: el proceso de importación mostrando la gran utilidad de establecer estrategias que pueda permitir la planificación de una óptima importación, teniendo en cuenta los objetivos de la empresa, logrando la optimización en la adquisición, y para así reducir errores, por otra parte, localizar la causa del impacto en costos, así mismo, bajo métodos de mejora continua se obtendrá incrementar las ventajas competitivas de la empresa.

2.2 Bases teóricas

En el trabajo de investigación se tiene dos variables: Gestión de importación y Competitividad, cada uno conformado por tres dimensiones, por lo que fue desarrollado en base de: artículos, textos entre otras fuentes, para fundamentar el desarrollo del presente trabajo de investigación, de tal manera garantizando legibilidad y comprensibilidad de la información brindada en este trabajo de investigación.

- Variable (X): Gestión de Importación:

Sus dimensiones son: Gestión de proveedores, negociación y suministro

- Variable (Y): Competitividad

Sus dimensiones son: producción, calidad y rentabilidad

De este modo, la literatura fue obtenida de fuentes confiables, autores con una bibliografía científica, por lo que ello permitió sustentar las variables y dimensiones.

2.2.1 Gestión de Importación

La gestión de importación es conjunto de procedimiento y consta de tiempo, es fundamental tener en cuenta que la compra de productos y servicios a empresas internacionales constituye una importación. Cualquier artículo o servicio adquirido dentro de las fronteras de un país para uso comercial cumple los requisitos. Además, permite adquirir productos fabricados en otros lugares, que pueden ser más baratos o de mayor calidad (Busca, 2021, p. 27)

“La gestión de importación es la acción de administrar las compras internacionales, como planificar los pagos a proveedores, organizar las entregas, controlar la nacionalización de los productos, calcular su coste y guardarlos en el almacén para su rápida distribución” (Aguirre, 2018, p.12)

La gestión de importación son procedimientos, como la programación del intercambio de mercancías con proveedores extranjeros y agentes de aduanas. El procedimiento comienza con la cotización del precio de los artículos a adquirir, seguida de las negociaciones con el proveedor extranjero, la planificación del transporte y envío del producto y, tras la aceptación del valor, el pago o financiación del producto. (Contreras, 2021, p. 51).

2.2.1.1 Gestión de proveedores:

Teniendo en cuenta a Viveros (2013); describió:

“Las empresas deben adquirir bienes y servicios para satisfacer sus necesidades productivas y comerciales” (p.12); es así como se entiende que una empresa debe corroborar ciertas informaciones básicas de su proveedor

como es el caso de: calidad, suministro, disponibilidad, entre otros aspectos.

“Los proveedores son los directamente responsables de los procesos de suministros en las empresas” (p.16); tratándose de bienes, así como también de servicios, por lo que la responsabilidad es mucho mayor debido a que representan un papel fundamental en la imagen de la empresa.

El Proceso de clasificación de proveedores: “este proceso es de mucha utilidad para el área de gestión de proveedores” (p.23); puesto que expone información a tener en cuenta al seleccionar un proveedor:

Registro de Proveedores (RP); “Elaboración y análisis de la ficha general de identificación del proveedor para la acreditación de la capacidad jurídica, de los elementos materiales, económica y financiera” (p.24); Para mantener un registro y/o hacer un seguimiento de los datos del proveedor, la empresa debe introducir la información en su sistema.

Por lo tanto, el área de datos de información general, el área de datos legales, el área de datos técnicos y el área de referencias comerciales deben estar presentes en los registros de los proveedores.

Selección proveedor

“Para garantizar el éxito de las empresas y sus productos en el mercado, el objetivo es primero asegurarse de que se trabaja con el mejor proveedor, después en las mejores condiciones y, por último, dentro de unos límites de calidad.”. (p.26).

Es sumamente importante que un proveedor garantice las necesidades del cliente, así mismo que ofrezca más allá de las exigencias del cliente, por ello un proveedor debe contar con innovación, calidad, flexibilidad, capacidad, eficacia, para así durante la contrata, tenga un buen desempeño.

Producto por importar: Preforma PET, Retal (2021); describió, “es un producto intermedio que, a continuación, se sopla dentro de un contenedor de tereftalato de polietileno (PET); las preformas pueden variar en cuanto a la boca de la botella, el peso, el color y la forma, y están específicamente diseñadas para satisfacer las necesidades de clientes de diversos segmentos del mercado”. (p.1).

Es importante mencionar que cada producto se encuentra bajo un código arancelario, clasificado según sus características, de tal manera categorizado. Con respecto a las preformas PET, En la tabla 4 se presenta la codificación a detalle.

Tabla 4

Codificación del Producto

Codificación del Producto			
Código Armonizado	Descripción Arancelaria	Subpartida	Descripción Arancelaria
392330	Bombonas damajuanas botellas, frascos y artículos similares. Para transporte o envasado, de plástico.	3923.30.20.00	Preformas

Nota. SIICEX (2021).

Por otra parte, cada producto está sujeto a un tributo, lo cual varía según la clasificación que se le asigna, en la Tabla 5 se detalla las tasas impositivas

Tabla 5

Medidas Impositivas para el Producto

Medidas impositivas para las mercancías de la subpartida nacional 3923.30.20.00	
Gravámenes Vigentes	Valor
Ad / Valorem	6%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Específicos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	3%
Sobretasa Tributo	0%
Unidad de Medida	(*)
Sobretasa Sanción	N.A.

Nota. N.A.: No es aplicable para esta subpartida. SUNAT (2021)

2.2.1.2 Negociación

Según, De La Fuente (2021); enfatizó:

Las negociaciones son muy directas y se centran siempre en los objetivos que lleva cada parte; las negociaciones se basan en las relaciones, es una inversión de tiempo para crear lazos de confianza; es importante establecer buenas relaciones desde el principio, por lo que antes de comenzar las negociaciones se tenderá a conocer mejor a clientes y a

futuros socios. (p.36).

Realizar una negociación, es tener en cuenta estrategias, debido a que, si se presenta una oposición, se pueda hacer cambiar de parecer en base de fundamentos donde ambas partes tengan un beneficio, logrando así concretar la negociación.

La cotización

Se genera cuando hay un interés de compras, en el cual es un documento donde se detalla el precio y las características de bienes/servicios a consultar, dicha preforma solo es de carácter informativo.

Desde la posición de Carhuamaca (2017); mencionó:

Debido a que queremos ser una empresa competitiva, es necesario trabajar con un proveedor directo de fabricantes, que sean expertos en el ramo y que además nos brinden la seguridad y garantía de importar un producto que se ajuste a nuestras especificaciones y que cumpla con estándares de calidad específicos. Antes de decidir cotizar un producto a importar, en el cual hemos tomado en cuenta la calidad, variedad de diseños, precio, entre otros criterios. (p.68)

2.2.1.3 Suministro

Westreicher (2020). Postuló:

El suministro, es la mercancía por fabricar a través del proceso denominado cadena de suministro. De ese modo, puede satisfacer las necesidades de un público objetivo. En este punto, debemos recordar que la cadena

de suministro se define como el grupo de actividades, instalaciones y medios de distribución necesarios para concretar un proceso de venta (p.1)

Materia prima

Rincon (2016); consideró:

Todos los componentes utilizados para crear un producto se consideran materias primas. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final. Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final (p.79)

Abastecimiento

Méndez (2017); señaló:

El éxito del suministro depende de la capacidad para vincular las decisiones básicas de abastecimiento con la estrategia de la organización y de la habilidad para localizar o desarrollar proveedores, para analizar las capacidades de éstos, para seleccionar al abastecedor adecuado y después trabajar con él a efecto de obtener mejoras continuas. (p.13).

Disponibilidad del producto

Allende (2019); planteó:

“Uno de los factores que garantiza la calidad, es la entrega del producto en las condiciones requeridas y el tiempo exacto que el cliente requiere, resultado de una logística eficiente, infraestructura descentralizada y proceso

estructurado” (p.17).

Nivel de cumplimiento de proveedores

Toda frecuencia con la que un producto o artículo se ha suministrado satisfactoriamente y ha cumplido las expectativas del cliente se trata del nivel de cumplimiento del proveedor.

2.2.2 Competitividad

“Es un conjunto de estrategias, es por ello importante que las empresas aprovechen los medios, recursos, entre otros, para generar mayor diferenciación ante los competidores, apreciada por el cliente final, para poder potenciar la empresa en el mercado, es necesario analizar las ventajas competitivas que puede contar”. (Aragón, González y Mendivil, 2020, p.10).

De esta manera Flores (2022); señaló que la competitividad “es el desarrollo fundamentado en el dominio de una empresa que aprovecha una característica única, como una habilidad, algún recurso o varios conocimientos que ayudan a incrementar su eficiencia y marca una diferencia con el resto de la competencia”. (p.41).

“La competitividad son estrategias, que se toman decisiones entorno a sus objetivos, productos, mercadotecnia, manufactura, etc. Y surgió como respuesta a la necesidad de ayudar a las empresas transformar el caos en orden, así como lograr la ventaja competitiva” (Porter, 1981, p.75).

Hoy en día, las empresas han optado por la planeación estratégica para generar ventajas ante la competencia; así como identificar las fuentes de la ventaja competitiva,

se requiere de una inspección a fondo sobre las actividades que se realizan dentro de la empresa, para lo cual, Porter (2004); propuso:

La empresa puede dividirse en numerosas operaciones, utilizando la cadena de valor como herramienta para comprender mejor su comportamiento, sus fuentes y las actividades que la diferencian de sus rivales. Esto proporciona a la empresa una ventaja competitiva porque estas actividades pueden llevarse a cabo con menores costes y recursos que sus rivales. (p.86).

Por otro lado, Porter (1979); mencionó:

Existen cinco fuerzas competidoras, y pueden cambiar en función del sector. El primero es el poder de negociación de los compradores o consumidores con las empresas encargadas de producir un artículo o un servicio, así como el poder de negociación de los proveedores o vendedores, ya que es ahí donde la empresa adquiere sus materias primas para la producción de mercancías. Por último, está la competencia entre rivales, donde las empresas ofrecen descuentos o promociones, reduciendo la rentabilidad de la industria. Además, existe la posibilidad de que entren nuevos competidores en el mercado. (p.55).

2.2.2.1 Producción

Según Asmad Y Pérez (2020); manifestó:

“Es el conjunto de herramientas administrativas, que maximiza los niveles de la productividad de una empresa, por lo tanto, la producción se centra en la planificación, demostración, ejecución y control de diferentes maneras,

para así obtener un producto de calidad”. (p.36).

Unidades vendidas

Baltazar (2018); sostuvo:

“La cantidad vendida en una sola transacción se denomina unidades vendidas. Según el tipo de empresa, el tamaño medio de las unidades vendidas puede ser un indicador muy importante. Se calcula dividiendo el número total de unidades vendidas durante un periodo de tiempo determinado entre el número de entradas producidas durante ese mismo periodo” (p.4)

Demanda

En base de Lau (2022); afirmó:

La capacidad de pago garantiza que el individuo, la empresa o el grupo disponen de los recursos necesarios para completar la transacción al precio acordado, que expresa el valor monetario de los bienes. El coste del bien o servicio debe tenerse en cuenta en cualquier estudio, ya que es monetario. Serviría para calibrar la capacidad -o el potencial- de la persona para saciar sus deseos y ambiciones. (p.51).

Determinación de precio

Según Pipoli (como se citó en Berrocal y Villarreal, 2018):

El precio base de un bien o servicio debe ser decidido por los ejecutivos una vez establecidos los objetivos de fijación de precios. En la elección final suelen influir varios factores a lo largo del proceso de fijación de precios. Los más importantes

son los siguientes:

- Demanda estimada: indica el volumen de productos de una empresa que se adquirirán a distintos precios durante un periodo de tiempo determinado.
- Costos: Para algunas empresas, a menudo han sido el único factor considerado a la hora de determinar un precio.
- Competencia: se necesita comprender la estructura de precios de los rivales, ya que la fijación de precios en comparación con los competidores es importante.
- Participación meta en el mercado: La fijación de precios desempeña un papel importante en los intentos de una empresa por ganar cuota de mercado.
- Consideraciones internacionales: Incluso si una empresa no realiza negocios a escala internacional, las empresas extranjeras pueden competir en el mercado nacional, y la capacidad de un país para competir en precios con empresas extranjeras suele estar influida por sus aspectos políticos, económicos y culturales. (pág. 35).

2.2.2.2 Calidad

Según Carreño (Como se citó en Lezama Zamora, K. L. 2016); indicó:

Es necesario negociar con los proveedores de un nuevo producto para garantizar que los materiales adquiridos que se utilizarán en el proceso de producción son de calidad suficiente, con el fin de evitar sobrecostos de producción y eliminar los costes asociados a los procesos de inspección y devolución de materiales, que desvían tiempo y recursos del personal de operaciones y provocan paradas de producción, entre otras

cosas. (p.22).

2.2.2.3 Rentabilidad

Así mismo de Mamani Yllatopa, L. M. (2021); sostuvo:

La rentabilidad es la relación que existe entre el beneficio y la inversión necesaria para alcanzar estándares positivos para la empresa, resolviendo así ganancias consecutivas en cuanto la eficiencia de estas ha surgido para conseguir mejorar la eficacia de la gestión de una empresa. Los beneficios procedentes de las ventas y la utilización de las inversiones son ejemplos de esta relación, al igual que la categoría y la regularidad de la tendencia de los beneficios. (p.27).

Reducción de costos

Lefcovich (como se citó en Martínez, 2018); sostuvo:

Es el producto de diversas actividades que lleva a cabo la gerencia. Lamentablemente en muchas empresas tratan de reducir los costos sólo mediante el recorte de gastos; encontrándose entre las acciones típicas el despido de personal, la reestructuración y la disminución de proveedores. Este tipo de actitudes provoca la interrupción del proceso de calidad y da como resultado el deterioro de ésta. (p.8).

2.3 Definición de términos

Ahorro

“Es la acción de reservar una parte del ingreso mensual que obtiene una persona o empresa con el fin de guardarlo para un futuro, se puede utilizar para invertir al mismo tiempo” (Méndez, 2017, p.29).

Clientes potenciales

“Personas o empresas que han mostrado interés en los productos. Son grandes oportunidades de hacer nuevos negocios y ser nuevas fuentes de ingreso para la empresa y al igual que los clientes activos, se pueden segmentar de varias formas”. (Pineda, 2021, p. 52).

Comercialización

“Poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta”. (Paredes, 2021, p.68).

Compra

“Se hace referencia a la acción de obtener o adquirir, a cambio de un precio determinado, un producto o un servicio. A través de un contrato de compraventa”. (Méndez, 2017, p.30).

Costos variables

Estos costes son la parte de los gastos globales que fluctúan temporalmente debido a las variaciones de fabricación. Se derivan de todos los pagos relacionados con los recursos que están directamente relacionados con el volumen de

producción.; es decir, el valor de las materias primas que se utilicen en función del número de productos, la energía consumida, los salarios pagados al personal de producción y en general cualquier tipo de gasto que igualmente puede variar en función de lo producido. (Rincon, 2016, p. 95).

Estrategias comerciales

“Son acciones o planes específicos que se realizan para alcanzar los objetivos establecidos del área comercial, se pueden desarrollar varias en simultáneo, para dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado.” (Pineda, 2021, p. 54).

Insumos

“Se utiliza para hacer referencia a todos aquellos implementos que sirven para un determinado fin y que se pueden denominar materias primas, específicamente útiles para diferentes actividades y procesos” (Lezama, 2016, p.47).

Mejora continua

“Es una herramienta de mejora para cualquier proceso o servicio, la cual permite un crecimiento y optimización de factores importantes de la empresa que mejoran el rendimiento de esta en forma significativa”. (Lezama, 2016, p.47).

Mercado

“Espacio donde de genera el intercambio de un bien establecido por la demanda y oferta”. (Paredes, 2021, p.67).

Partida Arancelaria

“Es la identificación numérica del producto que se desea importar o exportar. Sirve para ubicar todos los detalles con los que debe cumplir el producto que se va a importar”. (Apagueño y Campos, 2021, p.29).

Planificación

“Es un método que permite ejecutar planes de forma directa, los cuales serán realizados y supervisados en función del planeamiento. En una organización, los directivos son quienes tienen que realizar los planes que serán regidos por la planificación”. (Pineda, 2021, p. 54).

Precio competitivo

“Capacidad de poder cotizar el producto de una manera competitiva, implica contar con información del mercado y el manejo eficiente de costos, tales como el financiamiento, alternativas de suministro, incentivos”. (Allende,2019, p. 16).

Preforma

“Es un tubo de plástico con la boca roscada, producido mediante la inyección de resina en un molde, que posteriormente será transformado en envase durante el proceso de soplado aplicando temperatura y presión a la preforma colocada en el interior de un molde, ocasionando que las paredes de la preforma se estiren y tomen la forma del envase a producir con las características dimensionales, de brillo y resistencia deseadas” (Ponce,2018, p. 17)

PET

“Material ampliamente utilizado en envasado de alimentos y bebidas, por su alto nivel de transparencia, alta resistencia al desgaste y a la corrosión, muy buena resistencia química y térmica, muy buena barrera al CO₂, Oxígeno y nitrógeno, es un material reciclable”. (Ponce,2018, p. 17).

Oportunidad de entrega

“Uno de los factores que garantiza la calidad, es la entrega del producto en las condiciones requeridas y el tiempo exacto que el cliente requiere, resultado de una logística eficiente, infraestructura descentralizada y proceso estructurado”. (Allende,2019, p. 17).

Órdenes de compra y servicio

“Es un documento que un comprador entrega a un vendedor para solicitar ciertas mercaderías dónde se detalla la cantidad a comprar, el tipo de producto, el precio, las condiciones de compra (tiempos de entrega, pago) y otros datos importantes para la operación comercial.” (Méndez, 2017, p.31).

Suministro

“Se hace referencia al acto y consecuencia de suministrar (es decir, proveer a alguien de algo que requiere)” (Lezama, 2016, p.48).

2.4 Formulación de hipótesis

2.4.1 Hipótesis General

La gestión importación de preformas PET se relaciona significativamente con la competitividad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022

2.4.2 Hipótesis Específicos

- La gestión de proveedores de preformas PET se relaciona significativamente con la calidad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022
- El suministro de preformas PET se relaciona significativamente con la producción de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022
- La negociación de preformas PET se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022

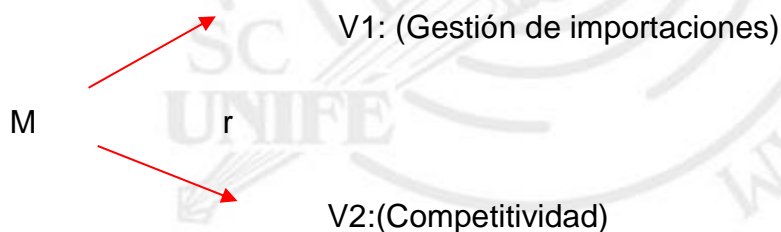


CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 Nivel, tipo y diseño de la investigación

El presente trabajo de investigación es de enfoque cuantitativo, por el uso de estadística; según Hernández, Fernández y Baptista, (2003); indicó que este enfoque confía en “la medición numérica, el conteo y la frecuencia en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamientos en una población”. (p. 5).

Por otro lado, su nivel es correlacional y tipo de investigación descriptivo; así mismo en base de Hernández, Fernández y Baptista, (2014); “con respecto al nivel correlacional, está orientada hacia el entendimiento de la vinculación existente entre dos o más definiciones estudiadas, buscando especificar las características distintivas, propiedades, y atributos importantes del estudio que se realizará”. (p.16).



Dónde:

- M = Muestras tomadas para observaciones
- V1 = Variable X: Gestión de importaciones
- V2= Variable Y: Competitividad
- r = Correlación

Así mismo, su finalidad es tipo descriptivo, puesto que se sustenta el objeto del estudio, tiene como propósito establecer una fuente de información y pueda ser utilizada para futuras investigaciones; según Hernández (2001); expresó que “el proyecto tiene investigación descriptiva porque se utilizó encuestas para describir de mejor manera el tema en base a los datos estadísticos recolectados” (p. 46).

Finalmente, el diseño de investigación no experimental transaccional, porque “se realiza sin manipular deliberadamente las variables” (Hernández, Fernández, Y Baptista, 2014, p.35).

3.2 Población y muestra

3.1.1. Población

La Población de estudio está conformado por 50 empresas (representantes comerciales), así mismo son los clientes con mayor frecuencia de la empresa Corporación Ekan S.A.C, todo ello sustentado según el récord de ventas mensual registrado en la base de datos de la empresa.

Los criterios de inclusión para el grupo fue los clientes con mayor antigüedad / frecuentes de la empresa Corporación Ekan S.A.C, los criterios de exclusión fueron aplicados a quienes no son clientes de la empresa Corporación Ekan S.A.C.

3.1.2. Muestra

Según Bernal (como se citó en Riesco, 2015); la muestra se trata de “cada uno de los miembros individuales de una población. Cada unidad muestral proporciona una medida”. (p. 257).

Sánchez (2022); mencionó que “un censo implica numerar a todos los elementos de una población, después de lo cual es posible calcular de manera directa los parámetros de la población; por lo tanto, una muestra es un subgrupo de la población, que se selecciona para participar en el estudio”. (p.65).

En esta oportunidad la población, por tratarse de una cantidad menor, para el análisis de datos, se tomó la decisión de tener la totalidad de la población para la recolección, procesamiento e interpretación de información obtenido; por la cual se denomina censo estudio que está conformada por 50 empresas, que son los representantes comerciales, así mismo son los clientes con mayor frecuencia de la empresa Corporación Ekan S.A.C, todo ello sustentado según el récord de ventas mensual registrado en la base de datos de la empresa.

3.3 Operacionalización de las variables del estudio

Se presenta las definiciones operacionales, en base de Medina (como se citó en Piñero y Piñero, 2020); sostuvo que, “permite identificar cuál es la variable, cuáles son sus dimensiones y cuáles los indicadores y el índice (o, lo que es lo mismo, definirla teórica, real y operacionalmente), ya que todo ello permitirá traducir la variable teórica en propiedades observables y medibles, descendiendo cada vez más desde lo

general a lo singular.” (p. 19).

Gestión De Importación:

La gestión de las importaciones es un proceso logístico que comienza con un análisis de la oferta de productos, pasa por la creación de una orden de compra y su envío a varios proveedores internacionales, y luego intenta negociar, utilizando un análisis de la oferta y la demanda para determinar los productos que la empresa necesita comprar. (Álvarez y Montesdeoca,2018, p.59).

Competitividad:

Para crear bienes y servicios en circunstancias de precio-rendimiento equivalentes o mejores que los de sus competidores, una empresa debe ser competitiva. Esto le permite mantener o aumentar su cuota de mercado en los mercados nacionales y extranjeros. La empresa competitiva debe ser financieramente sostenible. (Rosas, 2020, p. 2).

Tabla 6

Operacionalización de las variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable X: Gestión de importación	Gestión de proveedores	Evaluación de proveedores
	Negociación	Capacidad de Cotización
	Suministro	Nivel de cumplimiento
Variable Y: Competitividad	Producción	Nivel de ventas
	Calidad	Nivel de garantía
	Rentabilidad	Reducción de costos

Nota. Elaboración propia

En síntesis, en la tabla 6 se tiene las variables con sus respectivas dimensiones e indicadores, en tal sentido se presenta las definiciones de las dimensiones que tienen en relación entre sí:

- La gestión de proveedores y la calidad

Una adecuada gestión de proveedores se trata de tener estrategias de mejora en el sistema de almacenamiento, para mejorar su operatividad y la implementación de un sistema de transporte adecuado se mejora el aprovisionamiento y por ende la calidad del servicio y/o producto, con el fin de lograr la satisfacción de sus clientes. (Calcina, 2022, p. 5).

- El suministro y la producción

Uno de los factores críticos del suministro con el fin de poder mejorarlos generaría un mejor desempeño de esta, la cual favorece a toda la red de actores involucrada, es lograr la consolidación de las relaciones con los proveedores, así mismo agilizando el proceso de producción evitando desperdicios y mejorando a la calidad del producto el cual recibirán los comercializadores. (Escobar y Galindo, 2021, p.7).

- La negociación y la rentabilidad

En el caso, al momento que una empresa entra a un mercado competitivo, la negociación le otorga una ventaja al generar los beneficios económicos fijados como objetivo (reducción de costes), generando una mayor rentabilidad de forma similar, y haciéndolo en función del producto o servicio que ofrece al consumidor, el mismo que debe establecer por encima de sus rivales para asegurar sus ingresos económicos. (Cando y Pinta 2021, p.18).

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la recopilación de la información, se tuvo como instrumento el cuestionario para conocer la percepción o la práctica que tienen los trabajadores sobre el Gestión de importación de preformas PET y la competitividad de la empresa corporación Ekan S.A.C. 2022.; la cual está diseñado con 24 ítems de los cuales cada ítem cuenta con escala de Likert para recoger información de la variable independiente: Gestión de importación sus dimensiones: Gestión de proveedores, Negociación y Suministro; Por otra parte, la variable dependiente: Competitividad con sus dimensiones: Producción, Calidad y Rentabilidad Financiera. Por consiguiente, como opción de respuesta, se tiene la escala ordinal: 1. Totalmente de acuerdo. 2. De acuerdo, 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4. Desacuerdo y 5. Totalmente en desacuerdo.

3.6 Prueba de confiabilidad del instrumento

Se ha buscado la consistencia interna de los 24 ítems, clasificados por criterios: Evaluación de proveedores, Capacidad de Cotización, Nivel de cumplimiento, Nivel ventas, Nivel de garantía y Reducción de Costos, propuesta por Gestión de importación de preformas PET y la competitividad de la empresa corporación Ekan S.A.C. 2022.

En esta oportunidad se aplicó el ítem-total; según Anderson (como se citó en Mendoza y Tello, 2022); sugirió, “valores mayores a 0,20 para la correlación ítem-total para investigaciones descriptivas. La confiabilidad de Alfa de Cronbach. Señala que es válido a partir de 0,70, puede bajar a 0,60 para investigaciones descriptivas”. (p.56).

Según Roque y Roque (2022), Indicó los niveles de confiabilidad de Alfa de Cronbach son:

Tabla 7

Escala de Cronbach

RANGO	MAGNITUD
81 a 1.00	Muy alta
61 a 0.80	Alta
41 a 0.60	Moderada
21 a 0.40	Baja
01 a 0.20	Muy baja

Nota. Elaboración propia obtenido de Roque y Roque (2022).

3.6.1 Gestión de importación

Para la consistencia interna de los 24 ítems, se procedió a verificar según variables, tuvo como encuestados a 10 empresas (representantes comerciales).

Tabla 8

Confiabilidad para el instrumento – Variable X: Gestión de importación

ESTADÍSTICAS DE FIABILIDAD	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,616	12

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

En la tabla 8 se evidencia el análisis del Alfa de Cronbach que fue de ,616, teniendo un alto nivel de fiabilidad, es preciso señalar que previamente el instrumento

fue analizado, por ello se aplicó la encuesta piloto a 10 empresas (representantes comerciales), para la variable “X” -” Y”, (Anexo 04) Prueba piloto-confiabilidad.

Tabla 9

Resumen de procesamiento de casos – Variable X: Gestión de importación

RESUMEN DE PROCESAMIENTO DE CASOS			
		N	%
Casos	Válido	50	100,0
	Excluido	0	,0
Total		50	100,0

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Tabla 10

Estadísticas del total de elemento – Variable X: Gestión de importación

ITEM	PREGUNTAS	PROMEDIO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	CORRELACIÓN ÍTEM – TOTAL
1	<i>¿Los proveedores por ser socios estratégicos de la empresa deben de asegurar el suministro en terminos de oportunidad?</i>	1,52	,646	,143
2	<i>¿Considera importante obtener el suministro directo del fabricante porque responden de mejor forma?</i>	1,44	,501	,111
3	<i>¿Considera que el orden burocrático es parte de realizar una gestión de proveedores para lograr un eficiente aseguramiento?</i>	3,44	,972	,351
4	<i>¿Considera importante que la empresa debería tener el control sobre el rendimiento de los proveedores?</i>	1,64	,662	,319
5	<i>¿Es necesario que las cotizaciones del proveedor sean acorde a la capacidad económica de la empresa?</i>	4,32	,620	,373
6	<i>¿Es necesario evaluar periodicamente a los proveedores e insumos para negociar los terminos del suministro y los costos?</i>	4,00	,808	,154

7	¿Es importante que una empresa logre negociar un buen acuerdo con el fabricante, para lograr el acompañamiento en el crecimiento en el mercado?	1,78	,678	,093
8	¿Si la empresa planifica una convocatoria de cotizaciones permite una eficiente negociación?	2,14	1,030	,340
9	¿Cree que la sostenibilidad de una empresa depende de que los procedimientos logísticos estén sincronizados?	4,06	,711	,198
10	¿Considera importante el control del rendimiento de los proveedores para lograr una disminución de los costos de aprovisionamiento?	1,58	,574	,197
11	¿Considera usted que contar con una información actualizada del stock, ayudará a un trabajo eficaz en la gestión de proveedores?	1,86	,782	,161
12	¿Considera usted que la capacidad de abastecimiento de almacén influye en disponibilidad de productos solicitados?	4,20	,699	,214

Alfa de Cronbach = 0,616

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

3.6.2 Competitividad

Para la consistencia interna de los 24 ítems, se procedió a verificar según variables, tuvo como encuestados a 10 empresas (representantes comerciales).

Tabla 11

Confiabilidad para el instrumento – Variable Y: Competitividad

ESTADÍSTICAS DE FIABILIDAD	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,673	12

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

En la tabla 11 se evidencia el análisis del Alfa de Cronbach que fue de ,673, teniendo un alto nivel de fiabilidad, es preciso señalar que previamente el instrumento

fue analizado, por ello se aplicó la encuesta piloto a 10 empresas (representantes comerciales), para la variable “X” -” Y”, (Anexo 04) Prueba piloto-confiabilidad.

Tabla 12

Resumen de procesamiento de casos – Variable Y: Competitividad

RESUMEN DE PROCESAMIENTO DE CASOS			
		N	%
Casos	Válido	50	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	50	100,0

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Tabla 13

Estadísticas del total de elemento – Variable Y: Competitividad

ITEM	PREGUNTAS	PROMEDIO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	CORRELACIÓN ÍTEM – TOTAL
13	<i>¿Es importante que la empresa logre incrementar el canal de distribución para superar las proyecciones de las ventas corporativas?</i>	4,22	,864	,268
14	<i>¿El menor costo unitario permitira a la empresa desarrollar un mayor nivel de ventas y participación en el mercado?</i>	4,22	,864	,234
15	<i>¿Mientras más crecen las ventas en la empresa, mayor es el nivel de reconocimiento por los clientes?</i>	3,10	,931	,005
16	<i>¿La empresa debe reducir costes en todas sus operaciones, para tener una estrategia de precios competitivos?</i>	2,12	,918	,417
17	<i>¿Considera comprar con mayor frecuencia al proveedor que otorgue los mejores estándares de calidad del producto?</i>	2,90	1,093	,327

18	<i>¿Es importante contar con un proveedor que brinde solución rápida ante cualquier falla o irregularidad con el producto adquirido?</i>	2,88	,773	,470
19	<i>¿El proveedor debería tener el cuidado en la formalidad de la documentación sobre los productos brindados?</i>	2,26	1,175	,369
20	<i>¿Para determinar el precio es importante contar con un producto de calidad?</i>	4,20	,700	,237
21	<i>¿El incremento de ventas permite a una empresa realizar un mayor nivel de rentabilidad?</i>	2,16	,976	,406
22	<i>¿Cree que una empresa puede ser rentable si su estructura de costes es adecuada?</i>	4,42	,609	,325
23	<i>¿La capacidad de importar bienes e insumos repercute en la reducción de los costes variables?</i>	4,46	,613	,163
24	<i>¿Para ser sostenible, una empresa debe mantener la rentabilidad en todas sus operaciones, gestionando adecuadamente los gastos y los precios?</i>	3,14	1,178	,006
Alfa de Cronbach = 0,673				

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

3.7 Prueba de normalidad de las dimensiones

Para poder determinar, si la recolección de los datos cumple o no con una distribución normal, por lo que se aplicará la prueba de normalidad de Shapiro Wilk, considerando que se tiene 50 empresas (representantes comerciales), quienes desarrollaron el cuestionario.

“Uno de los métodos más usados para probar la normalidad de un conjunto de datos, es la prueba de Shapiro Wilk, por ser una de las más sencillas y potentes. La única condición es que el tamaño de la muestra debe ser igual o menor de 50”. (Marcial, Díaz, Linares y Vázquez, 2023)

Tabla 14

Prueba de normalidad Shapiro Wilk para las dimensiones

Dimensiones	Est.	gl	p
Gestión de proveedores	,934	50	,008
Negociación	,941	50	,014
Suministro	,890	50	,000
Producción	,824	50	,000
Calidad	,911	50	,001
Rentabilidad	,931	50	,006

Nota. Obtenido del SPSS

En la tabla 14, se muestra los resultados del análisis de normalidad de las dimensiones, que se realizó a través de la prueba de Shapiro Wilk; así mismo, por ser esta una muestra mayor de 50 datos se observó que las dimensiones de Gestión de proveedores, Negociación, Suministro, Producción, Calidad y Rentabilidad, teniendo como resultado que los puntajes totales de la variable no se aproximan a una distribución normal ($p < 0,05$).

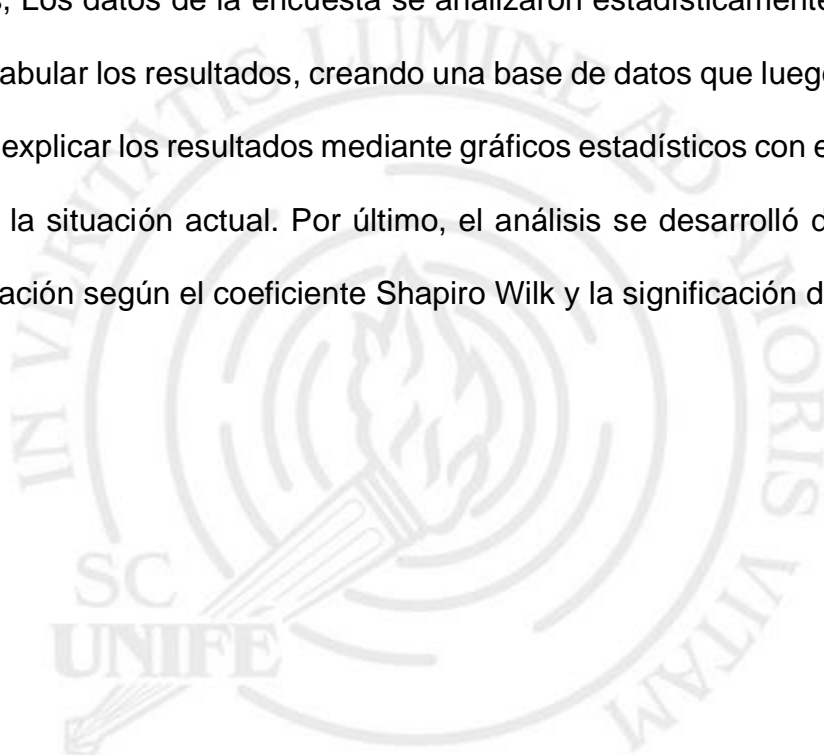
Un nivel de significancia de 0.05 indica un riesgo de 5% de concluir que los datos no siguen una distribución normal, cuando los datos sí siguen una distribución normal. Minitab. (2023).

P_valor > 0.05 los datos se aproximan a una distribución normal

P_valor < 0.05 los datos no cumplen con una distribución normal

3.6 Técnicas estadísticas para el procesamiento y análisis de datos

Se inició con la encuesta de los representantes comerciales, debido a que así se estableció, de tal manera se obtuvo información relevante del desarrollo del cuestionario, aquello facilitó el procesamiento de los datos, obteniendo resultados óptimos; posteriormente se tabuló en Microsoft Excel, previa elaboración de la planilla de base de datos; por otra parte, con el programa SSPS se realizó la contrastación de las hipótesis, Los datos de la encuesta se analizaron estadísticamente y se utilizaron tablas para tabular los resultados, creando una base de datos que luego se utilizó para interpretar y explicar los resultados mediante gráficos estadísticos con el fin de hacerse una idea de la situación actual. Por último, el análisis se desarrolló determinando si existe correlación según el coeficiente Shapiro Wilk y la significación de las variables.



CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Análisis Descriptivo

A continuación, se presentan los resultados de las encuestas realizadas; los colaboradores participaron de forma voluntaria, la cual se les mencionó que las respuestas estarían bajo la condición de confidencialidad, pero que los datos serían publicados en documentos científicos; por otra parte, los valores registrados fueron codificados en un archivo Excel, luego procesado en el programa computarizado de análisis estadístico IBM SPSS®.

- **Instrumento – encuesta (preguntas de introducción)**

Así mismo, se presenta los resultados de las preguntas correspondientes a la parte introductoria de la encuesta, que fue realizado a los representantes comerciales que la empresa corporación Ekan S.A.C. tiene como clientes; consta de 04 datos de información: Tipo de empresa Jurídica, tiempo de inicio empresarial, tiempo de importación y giro comercial; dicha información recolectada permitirá identificar el nivel de estructura, de tal modo aprovechar la experiencia de las empresas posibilitando un análisis en el contexto industrial con relación internacional, haciendo más confiable la participación de la empresa corporación Ekan S.A.C. 2022 en el ámbito de importación.

Tabla 15*A- Tipo de empresa jurídica*

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sociedad Anónima cerrada	17	34.0%
Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada	15	30.0%
Empresario Individual de Responsabilidad Limitada	18	36.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

En la tabla 15, se puede observar que el 36% está constituida como E.I.R.L., el 34% está constituida como S.A.C, finalmente se tiene con 30% S.R.L.; en conclusión, todo ello infiere que las empresas según en base del análisis de sus necesidades escogieron su sistema de administración.

Tabla 16*B- Tiempo de inicio empresarial*

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menor a 5 años	22	44.0%
6 a 10 años	24	48.0%
11 años o más	4	8.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

En la tabla 16; se puede observar que el 48% tiene “6 a 10 años” de tiempo de inicio empresarial, el 44% tiene” menor a 5 años”, finalmente se tiene 8% de “11 años o más”; en conclusión, todo ello significa que en su mayoría ya cuentan con varios años de operatividad empresarial.

Tabla 17*C- Tiempo importando*

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menor a 3 años	14	28.0%
4 a 10 años	32	65.0%
11 años o más	4	7.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

En la tabla 17; se puede observar que el 65% tiene “menor a 3 años” de tiempo importando, el 32% tiene “4 a 10 años”, finalmente se tiene 4% de “11 años o más”; en conclusión, todo ello significa que en su mayoría de las empresas recién han empezado a importar.

Tabla 18*D- Giro comercial*

ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Industria	28	56.0%
Comercio	22	44.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

En la tabla 18, se puede observar que el 56% pertenece “Industria” que comprende, la agropecuaria, manufacturera, entre otros; el 44% pertenece “Comercio” compra y venta de productos, Mayoristas y minoristas.

- **Instrumento – encuesta (preguntas)**

A continuación, se muestra los resultados del instrumento, en referencia a la **dimensión Gestión de proveedores:**

Tabla 19

Proveedores socios estratégicos de suministro sostenible

1. ¿Los proveedores por ser socios estratégicos de la empresa deben de asegurar el suministro en términos de oportunidad?

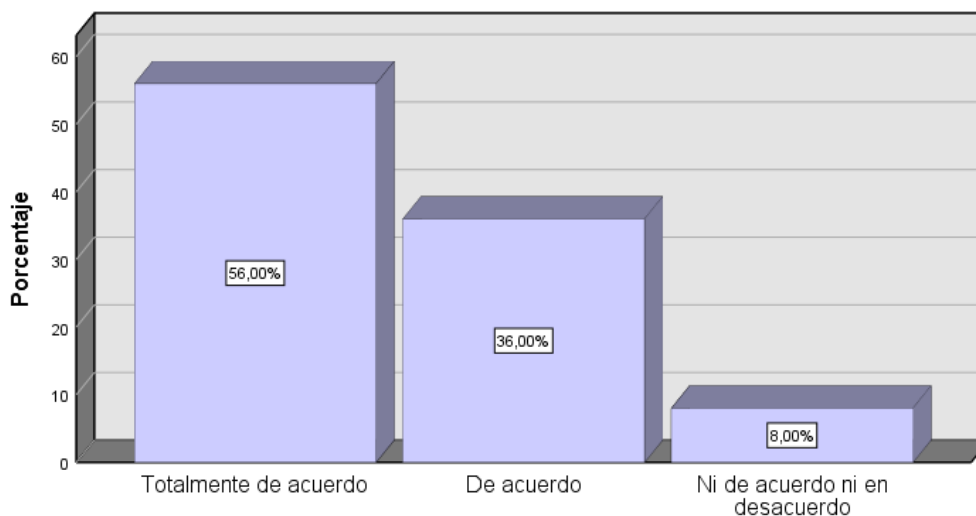
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	28	56.0%
De acuerdo	18	36.0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	8.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Figura 1

Proveedores socios estratégicos de suministro sostenible

1. ¿Los proveedores por ser socios estratégicos de la empresa deben de asegurar el suministro en terminos de oportunidad?



Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación: De acuerdo con la tabla 19 y figura 1, según los resultados porcentuales obtenidos, podemos observar que el 56% de los representantes comerciales manifestaron estar “Totalmente de acuerdo” que los proveedores son socios estratégicos para obtener un suministro sostenible, el 36% manifestaron estar “De acuerdo”, así mismo observamos que el 8% indicó que están “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”; con respecto a la dimensión Gestión de proveedores.

Tabla 20

Proveedores socios estratégicos de suministro sostenible

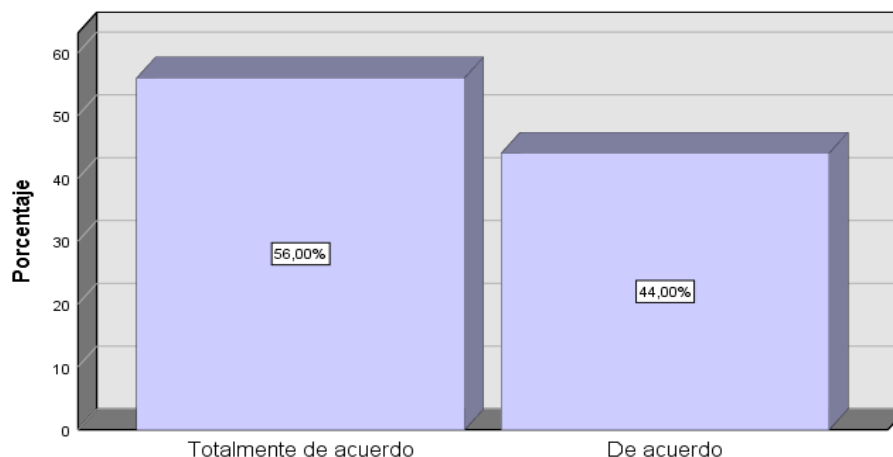
2. ¿Considera importante obtener el suministro directo del fabricante porque responden de mejor forma?		
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	28	56.0%
De acuerdo	22	44.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Figura 2

Proveedores socios estratégicos de suministro sostenible

2. ¿Considera importante obtener el suministro directo del fabricante porque responden de mejor forma?



Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación: De acuerdo con la tabla 20 y figura 2, según los resultados porcentuales obtenidos, podemos observar que el 56% de los representantes comerciales manifestaron estar “Totalmente de acuerdo” que el fabricante directo favorece con mayor eficiencia de respuesta, el 44% manifestaron estar “De acuerdo”; con respecto a la dimensión Gestión de proveedores.

Tabla 21

Orden Burocrático para una mayor formalidad de gestión

3. ¿Considera que el orden burocrático es parte de realizar una gestión de proveedores para lograr un eficiente aseguramiento?

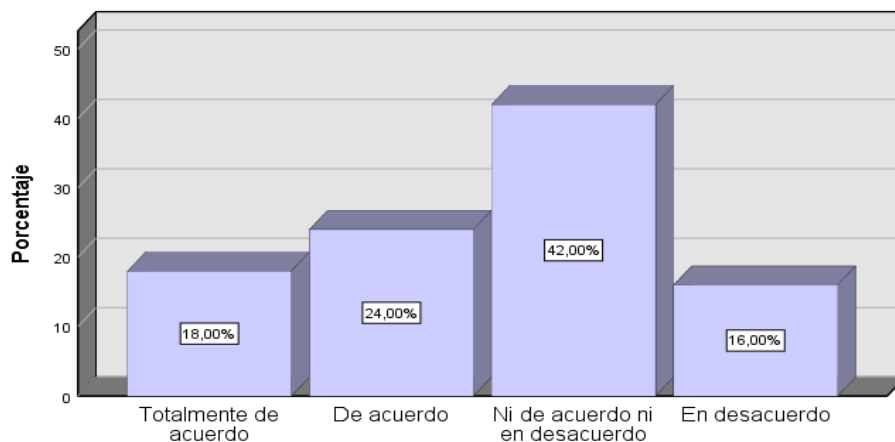
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	9	18.0%
De acuerdo	12	24.0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	42.0%
En desacuerdo	8	16.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Figura 3

Orden Burocrático para una mayor formalidad de gestión

3. ¿Considera que el orden burocrático es parte de realizar una gestión de proveedores para lograr un eficiente aseguramiento?



Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación: De acuerdo con la tabla 21 y figura 3, según los resultados porcentuales obtenidos, podemos observar que el 42% de los representantes comerciales manifestaron estar “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” que el orden burocrático es parte de la formalidad de la gestión del proveedor, el 24% manifestaron estar “De acuerdo”, el 18% manifestaron estar “Totalmente de acuerdo” y 16% “En desacuerdo”; con respecto a la dimensión Gestión de proveedores.

Tabla 22

Control para un buen rendimiento de los proveedores

4. ¿Considera importante que la empresa debería tener el control sobre el rendimiento de los proveedores?

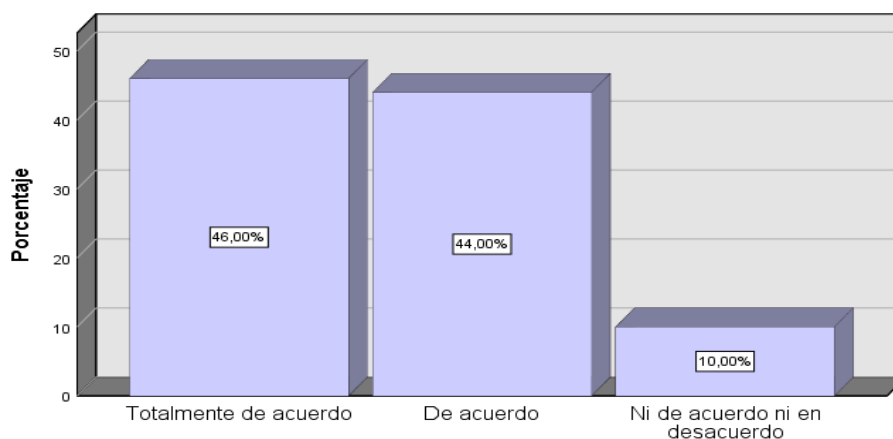
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	23	46.0%
De acuerdo	22	44.0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	10.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Figura 4

Control para un buen rendimiento de los proveedores

4. ¿Considera importante que la empresa debería tener el control sobre el rendimiento de los proveedores?



Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación: De acuerdo con la tabla 22 y figura 4, según los resultados porcentuales obtenidos, podemos observar que el 46% de los representantes comerciales manifestaron estar “Totalmente de acuerdo” que es importante realizar un control a manera de evaluación sobre el rendimiento de los proveedores, el 44% manifestaron estar “De acuerdo”, el 10% “Totalmente de acuerdo”; con respecto a la dimensión Gestión de proveedores.

Finalmente, se muestra los resultados del instrumento, en referencia a la dimensión Gestión Proveedores

Tabla 23

Resumen de resultados estadísticos – Dimensión Gestión Proveedores

PREGUNTAS	TDA		D		NAND		ED		TED		TOTAL	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
P1	28	56.0	18	36.0	4	8.0	0	0	0	0	50	100
P2	28	56.0	22	44.0	0	0	0	0	0	0	50	100
P3	9	18.0	12	24.0	21	42.0	8	16.0	0	0	50	100
P4	23	46.0	22	44.0	5	10.0	0	0	0	0	50	100
TOTAL	88	44.0	74	37.0	30	15.0	8	4.0	0	0	200	100

Nota. TDA= Totalmente de acuerdo. D= De acuerdo. NAND= Ni de acuerdo ni en desacuerdo. ED= En Desacuerdo. TED= Totalmente en desacuerdo.

Según los datos obtenidos de la tabla 23, podemos observar, el 44% manifestaron estar “Totalmente de acuerdo”, el 37% manifestaron estar “De acuerdo”, así mismo observamos que el 15% indicó que están “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, finalmente los representantes comerciales el 4% manifestaron estar “En desacuerdo”.

Los resultados muestran que es importante examinar todos los factores que permiten asegurar de que los proveedores abastecerán todas las demandas

necesarias, de tal manera la comunicación constante con los proveedores es necesario para la creación de alianzas estratégicas y la estandarización de procedimientos, porque mejoran toda la cadena de suministro; por lo que se concluye que el valor de una Gestión eficaz de los Proveedores se demuestra en los procesos productivos donde existe una respuesta inmediata de abastecimiento.

Se muestra los resultados del instrumento, en referencia a la **dimensión**

Negociación:

Tabla 24

Cotizaciones según capacidad económica

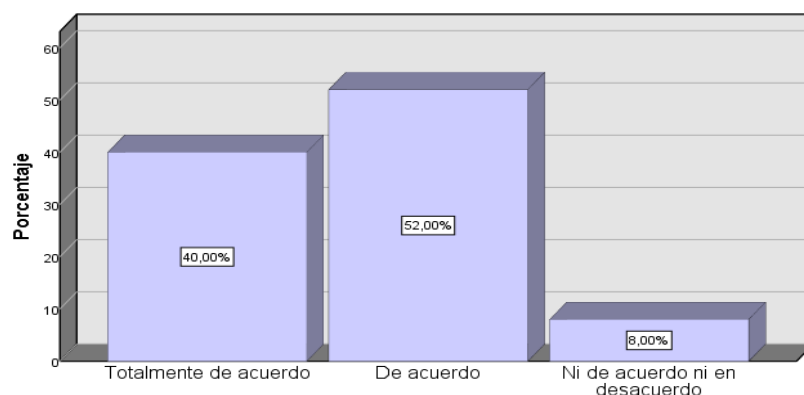
5. ¿Es necesario que las cotizaciones del proveedor sean acordes a la capacidad económica de la empresa?		
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	20	40.0%
De acuerdo	26	52.0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	8.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Figura 5

Cotizaciones según capacidad económica

5. ¿Es necesario que las cotizaciones del proveedor sean acorde a la capacidad económica de la empresa?



Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación: De acuerdo con la tabla 24 y figura 5, según los resultados porcentuales obtenidos, podemos observar que el 52% de los representantes comerciales manifestaron estar “De acuerdo” que en base de la capacidad económica de la empresa deben ser evaluadas las cotizaciones, el 40% manifestaron estar “Totalmente de acuerdo”, el 8% “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”; con respecto a la dimensión Negociación

Tabla 25

Evaluación periódica a los proveedores para negociar

6. ¿Es necesario evaluar periódicamente a los proveedores e insumos para negociar los términos del suministro y los costos?

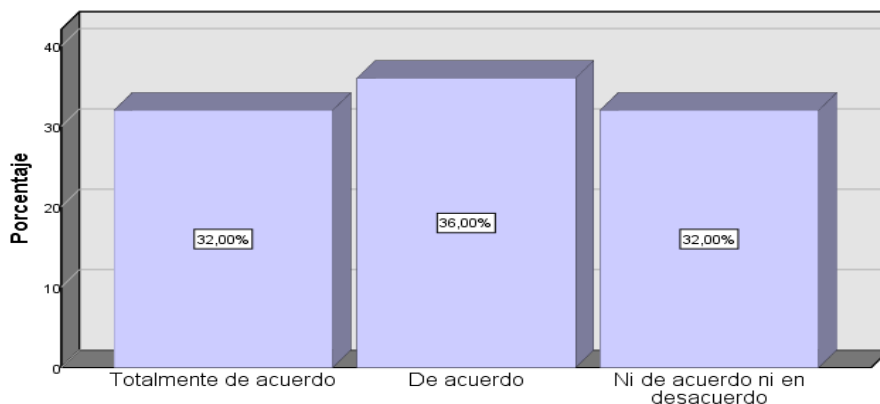
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	16	32.0%
De acuerdo	18	36.0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	32.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Figura 6

Evaluación periódica a los proveedores para negociar

6. ¿Es necesario evaluar periódicamente a los proveedores e insumos para negociar los términos del suministro y los costos?



Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación: De acuerdo con la tabla 25 y figura 6, según los resultados porcentuales obtenidos, podemos observar que el 36% de los representantes comerciales manifestaron estar “De acuerdo” que monitorear al proveedor y según evaluación se podría llegar a negociar en referencia de reajuste de precios y suministro, el 32% manifestaron estar “Totalmente de acuerdo”; el 32% “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”; con respecto a la dimensión Negociación.

Tabla 26

El fabricante como socio durante el proceso de crecimiento

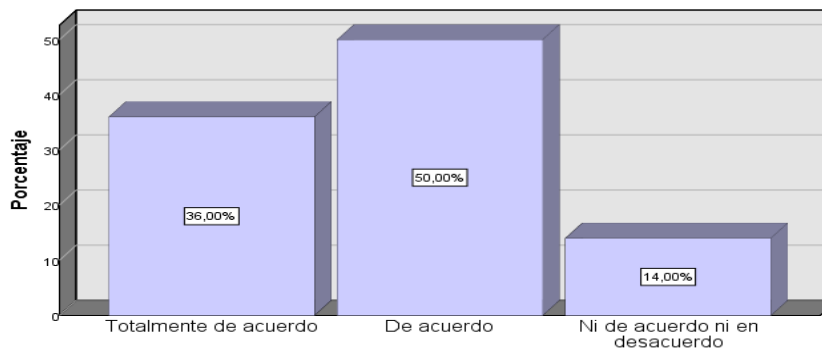
7. ¿Es importante que una empresa logre negociar un buen acuerdo con el fabricante, para lograr el acompañamiento en el crecimiento en el mercado?		
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	18	36.0%
De acuerdo	25	50.0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	14.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Figura 7

El fabricante como socio durante el proceso de crecimiento

7. ¿Es importante que una empresa logre negociar un buen acuerdo con el fabricante, para lograr el acompañamiento en el crecimiento en el mercado?



Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación: De acuerdo con la tabla 26 y figura 7, según los resultados porcentuales obtenidos, podemos observar que el 50% de los representantes comerciales manifestaron estar “De acuerdo” que alcanzar a negociar en buenos términos con el fabricante, repercutirá en el proceso de crecimiento de la empresa, el 36% manifestaron estar “Totalmente de acuerdo”, el 14% “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”; con respecto a la dimensión Negociación.

Tabla 27

Evaluación de cotizaciones para una eficiente negociación

8. ¿Si la empresa planifica una convocatoria de cotizaciones permite una eficiente negociación?

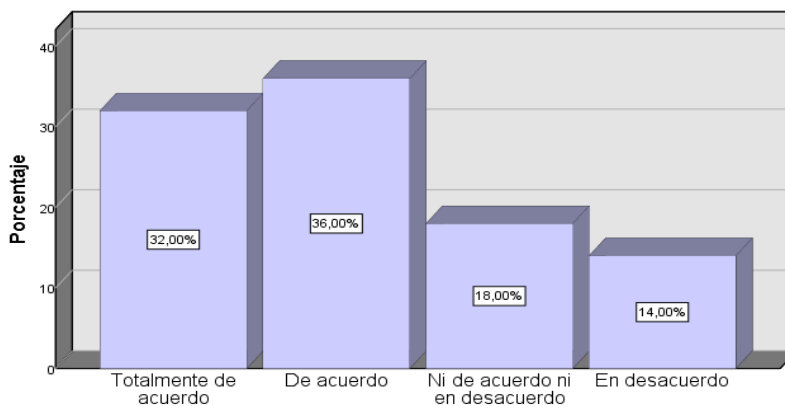
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	16	32.0%
De acuerdo	18	36.0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	18.0%
En desacuerdo	7	14.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Figura 8

Evaluación de cotizaciones para una eficiente negociación

8. ¿Si la empresa planifica una convocatoria de cotizaciones permite una eficiente negociación?



Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación: De acuerdo con la tabla 27 y figura 8, según los resultados porcentuales obtenidos, podemos observar que el 36% de los representantes comerciales manifestaron estar “De acuerdo” que realizar un proceso de evaluación de diferentes postores conlleva a una eficiente negociación, el 32% manifestaron estar “Totalmente de acuerdo”, el 18% manifestaron estar “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” y el 14% “En desacuerdo”; con respecto a la dimensión Negociación.

Finalmente, se muestra los resultados del instrumento, en referencia a la Dimensión Negociación.

Tabla 28

Resumen de resultados estadísticos – Dimensión Negociación

PREGUNTAS	TDA		D		NAND		ED		TED		TOTAL	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
P1	20	40.0	26	52.0	4	8.0	0	0	0	0	50	100
P2	16	32.0	18	36.0	16	32.0	0	0	0	0	50	100
P3	18	36.0	25	50.0	7	14.0	0	0	0	0	50	100
P4	16	32.0	18	36.0	9	18.0	7	14.0	0	0	50	100
TOTAL	70	35.0	87	43.5	36	18.0	7	3.5	0	0	200	100

Nota. TDA= Totalmente de acuerdo. D= De acuerdo. NAND= Ni de acuerdo ni en desacuerdo. ED= En Desacuerdo. TED= Totalmente en desacuerdo.

Según los datos obtenidos de la tabla 28, podemos observar, el 35% manifestaron estar “Totalmente de acuerdo”, el 43.5% manifestaron estar “De acuerdo”, el 18% “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, finalmente los representantes comerciales el 3.5% manifestaron estar “De acuerdo”.

Los resultados muestran que conseguir una buena negociación comercial es esencial para toda empresa y puede tener una gran influencia en la rentabilidad, la reputación y el éxito a largo plazo de la empresa; por lo que se concluye que una Negociación eficaz reduce gastos y aumentar la productividad, lo que puede impulsar el rendimiento y la rentabilidad a largo plazo, para ello es, es crucial evaluar continuamente los progresos y ofrecer retroalimentación.

Se muestra los resultados del instrumento, en referencia a la **dimensión Suministro:**
Tabla 29

Procesos logísticos para una mayor sostenibilidad empresarial

9. ¿Cree que la sostenibilidad de una empresa depende de que los procedimientos logísticos estén sincronizados?

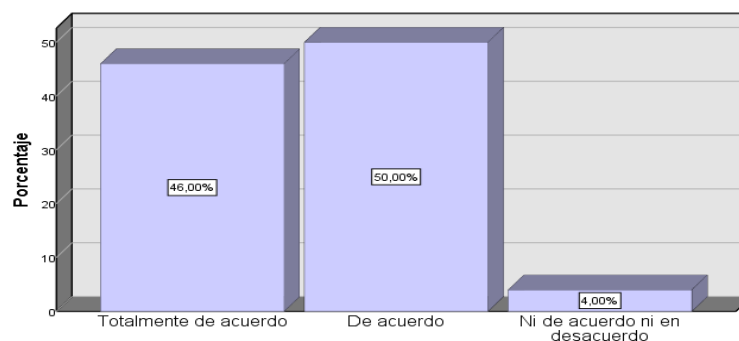
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	23	46.0%
De acuerdo	25	50.0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	4.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Figura 9

Procesos logísticos para una mayor sostenibilidad empresarial

9. ¿Cree que la sostenibilidad de una empresa depende de que los procedimientos logísticos estén sincronizados?



Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación: De acuerdo con la tabla 29 y figura 9, según los resultados porcentuales obtenidos, podemos observar que el 50% de los representantes comerciales

manifestaron estar “De acuerdo” que la gestión de los procesos logísticos repercute en la sostenibilidad empresarial, el 46% manifestaron estar “Totalmente de acuerdo”, el 4% “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”; con respecto a la dimensión Suministro.

Tabla 30

Control de rendimiento de los proveedores para la disminución de costos

10. ¿Considera importante el control del rendimiento de los proveedores para lograr una disminución de los costos de aprovisionamiento?

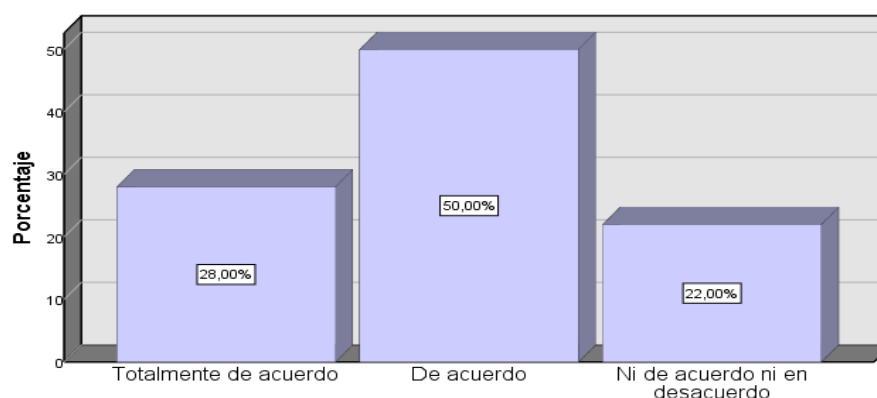
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	14	28.0%
De acuerdo	25	50.0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	22.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Figura 10

Control de rendimiento de los proveedores para la disminución de costos

10. ¿Considera importante el control del rendimiento de los proveedores para lograr una disminución de los costos de aprovisionamiento?



Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación: De acuerdo con la tabla 30 y figura 10, según los resultados porcentuales obtenidos, podemos observar que el 50% de los representantes

comerciales manifestaron estar “De acuerdo” que evaluar y/o controlar el rendimiento de los proveedores se podría generar una disminución de costos de aprovisionamiento, el 28% manifestaron estar “Totalmente de acuerdo”, el 22% “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”; con respecto a la dimensión Suministro.

Tabla 31

Control de stock influye en la eficacia de la gestión de proveedores

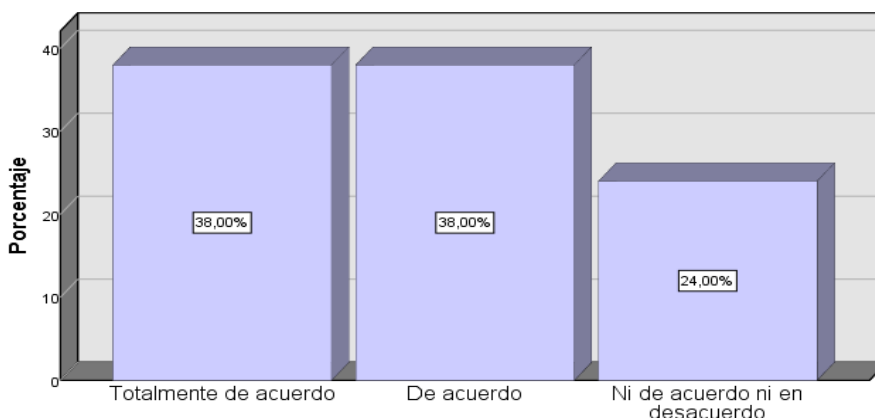
11. ¿Considera usted que contar con una información actualizada del stock, ayudará a un trabajo eficaz en la gestión de proveedores?		
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	19	38.0%
De acuerdo	19	38.0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	24.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Figura 11

Control de stock influye en la eficacia de la gestión de proveedores

11. ¿Considera usted que contar con una información actualizada del stock, ayudará a un trabajo eficaz en la gestión de proveedores?



Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación: De acuerdo con la tabla 31 y figura 11, según los resultados porcentuales obtenidos, podemos observar que el 38% manifestaron estar “Totalmente

de acuerdo”, el 38% de los representantes comerciales manifestaron estar “De acuerdo”, con respecto llevar un control de la información actualizada del stock y de tal forma esto reflejaría en un trabajo eficaz en la gestión de proveedores, el 24% “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”; con respecto a la dimensión Suministro.

Tabla 32

La capacidad de abastecimiento en relación de productos solicitados

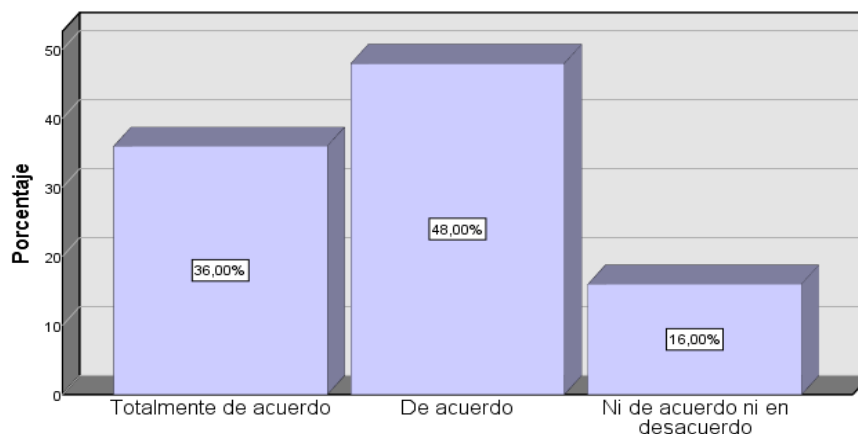
12. ¿Considera usted que la capacidad de abastecimiento de almacén influye en disponibilidad de productos solicitados?		
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	18	36.0%
De acuerdo	24	48.0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	16.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Figura 12

La capacidad de abastecimiento en relación de productos solicitados

12. ¿Considera usted que la capacidad de abastecimiento de almacén influye en disponibilidad de productos solicitados?



Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación: De acuerdo con la tabla 32 y figura 12, según los resultados porcentuales obtenidos, podemos observar que el 48% de los representantes

comerciales manifestaron estar “De acuerdo”, con respecto a la capacidad de abastecimiento de almacén, permite tener mayor disponibilidad de productos, el 36% manifestaron estar “Totalmente de acuerdo”, el 16% “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”; con respecto a la dimensión Suministro.

Finalmente, se muestra los resultados del instrumento, en referencia a la dimensión Suministro

Tabla 33

Resumen de resultados estadísticos – Dimensión Suministro

PREGUNTAS	TDA		D		NAND		ED		TED		TOTAL	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
P1	23	46.0	25	50.0	2	4.0	0	0	0	0	50	100
P2	14	28.0	25	50.0	11	22.0	0	0	0	0	50	100
P3	19	38.0	19	38.0	12	24.0	0	0	0	0	50	100
P4	18	36.0	24	48.0	8	16.0	0	0	0	0	50	100
TOTAL	74	37.0	93	46.5	36	16.5	0	0	0	0	200	100

Nota. TDA= Totalmente de acuerdo. D= De acuerdo. NAND= Ni de acuerdo ni en desacuerdo. ED= En Desacuerdo. TED= Totalmente en desacuerdo.

Según los datos obtenidos de la tabla 33, podemos observar, el 37% manifestaron estar “Totalmente de acuerdo”, el 46.5% manifestaron estar “De acuerdo”, finalmente, los representantes comerciales el 16.5% manifestaron estar “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”.

Los resultados muestran que es de suma importancia que las operaciones de la adquisición del suministro se realicen correctamente, dando como resultado un producto de calidad, disposición inmediata y con la distribución necesaria; para ello,

se debe tener el dinamismo suficiente; por lo que se concluye que el aprovisionamiento del Suministro, mejorar los tiempos de distribución y de asegurarse de que los canales de coordinación y comunicación están sincronizados, todo ello para garantizar la satisfacción de la demanda.

Se muestra los resultados del instrumento, en referencia a la **dimensión**

Producción:

Tabla 34

Incremento de canal de distribución para la mejora de ventas

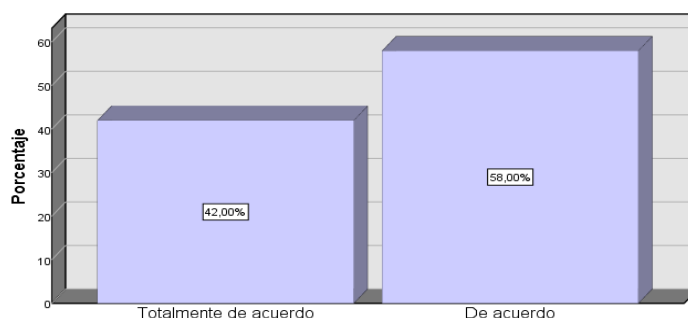
13. ¿Es importante que la empresa logre incrementar el canal de distribución para superar las proyecciones de las ventas corporativas?		
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	21	42.0%
De acuerdo	29	58.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Figura 13

Incremento de canal de distribución para la mejora de ventas corporativas

13. ¿Es importante que la empresa logre incrementar el canal de distribución para superar las proyecciones de las ventas corporativas?



Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación: De acuerdo con la tabla 34 y figura 13, según los resultados porcentuales obtenidos, podemos observar que el 58% de los representantes

comerciales manifestaron estar “De acuerdo”, con respecto incrementar el canal de distribución mejoraría las ventas corporativas, el 42% manifestaron estar “Totalmente de acuerdo”; con respecto a la dimensión Producción.

Tabla 35

Costo unitario en relación mayor nivel de ventas

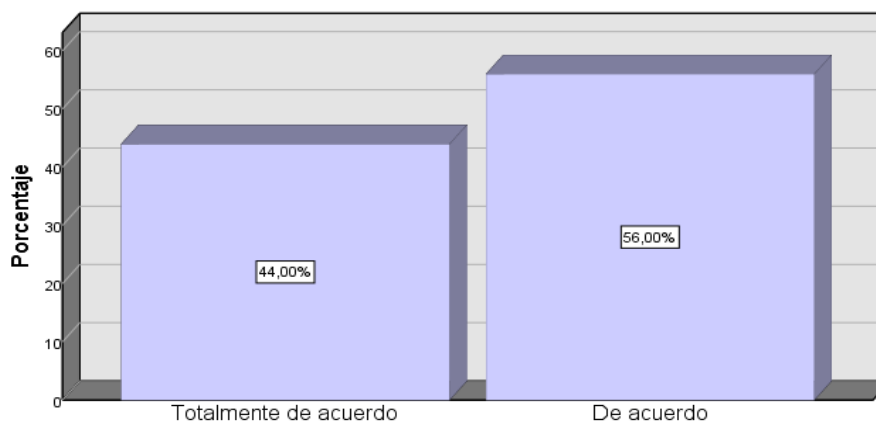
14. ¿El menor costo unitario permitirá a la empresa desarrollar un mayor nivel de ventas y participación en el mercado?		
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	22	44.0%
De acuerdo	28	56.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Figura 14

Costo unitario en relación mayor nivel de ventas

14. ¿El menor costo unitario permitira a la empresa desarrollar un mayor nivel de ventas y participación en el mercado?



Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación: De acuerdo con la tabla 35 y figura 14, según los resultados porcentuales obtenidos, podemos observar que el 56% de los representantes comerciales manifestaron estar “De acuerdo”, con respecto al costo unitario es una

oportunidad para aumentar el nivel de ventas, de tal forma generando una participación competitiva en el mercado, el 44% manifestaron estar “Totalmente de acuerdo”; con respecto a la dimensión Producción.

Tabla 36

Crecimiento de las ventas en relación reconocimiento por los clientes

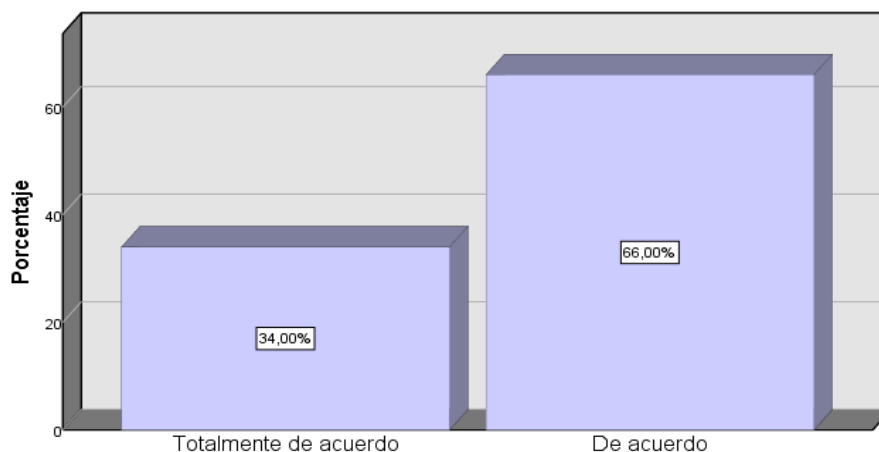
15. ¿Mientras más crecen las ventas en la empresa, mayor es el nivel de reconocimiento por los clientes?		
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	17	34.0%
De acuerdo	33	66.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Figura 15

Crecimiento de las ventas en relación reconocimiento por los clientes

15. ¿Mientras más crecen las ventas en la empresa, mayor es el nivel de reconocimiento por los clientes?



Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación: De acuerdo con la tabla 36 y figura 15, según los resultados porcentuales obtenidos, podemos observar que el 66% de los representantes comerciales manifestaron estar “De acuerdo”, con respecto al costo unitario es una

oportunidad para aumentar el nivel de ventas, de tal forma generando una participación competitiva en el mercado, el 34% manifestaron estar “Totalmente de acuerdo”; con respecto a la dimensión Producción.

Tabla 37

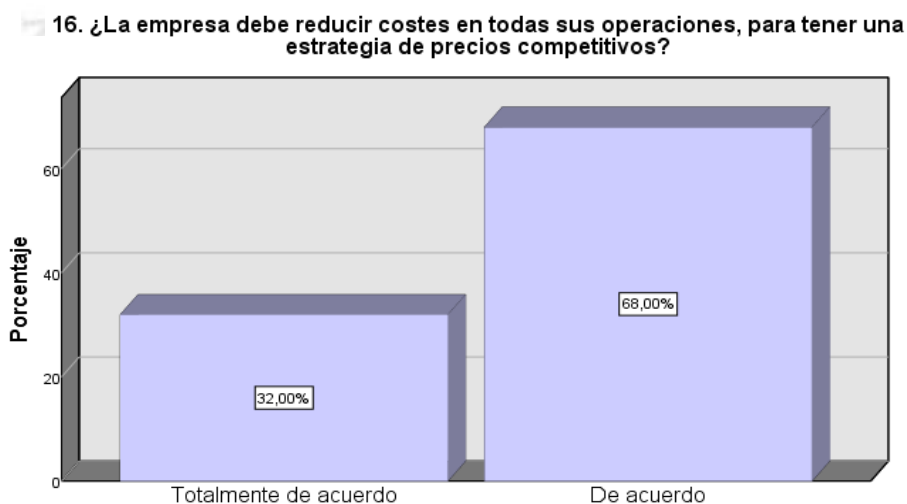
Estrategia de precios competitivos para aminorar costos

16. ¿La empresa debe reducir costes en todas sus operaciones, para tener una estrategia de precios competitivos?		
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	16	32.0%
De acuerdo	34	68.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Figura 16

Estrategia de precios competitivos para aminorar costos



Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación: De acuerdo con la tabla 37 y figura 16, según los resultados porcentuales obtenidos, podemos observar que el 68% de los representantes comerciales manifestaron estar “De acuerdo”, con respecto a tener una Estrategia de

precios competitivos para aminorar costos, el 32% manifestaron estar “Totalmente de acuerdo”; con respecto a la dimensión Producción.

Finalmente, se muestra los resultados del instrumento, en referencia a la dimensión Producción.

Tabla 38

Resumen de resultados estadísticos – Dimensión Producción

PREGUNTAS	TDA		D		NAND		ED		TED		TOTAL	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
P1	21	42.0	29	58.0	0	0	0	0	0	0	50	100
P2	22	44.0	28	56.0	0	0	0	0	0	0	50	100
P3	17	34.0	33	66.0	0	0	0	0	0	0	50	100
P4	16	32.0	34	68.0	0	0	0	0	0	0	50	100
TOTAL	76	38	124	62	0	0	0	0	0	0	200	100

Nota. TDA= Totalmente de acuerdo. D= De acuerdo. NAND= Ni de acuerdo ni en desacuerdo. ED= En Desacuerdo. TED= Totalmente en desacuerdo.

Según los datos obtenidos de la tabla 38, podemos observar, el 38% manifestaron estar “Totalmente de acuerdo”, finalmente los representantes comerciales el 62% manifestaron estar “De acuerdo”.

Los resultados muestran que cualquier empresa depende de su capacidad para optimizar sus procesos de fabricación; las empresas actuales pueden mejorar la gestión de su empresa y la eficacia de sus procesos de producción, de este modo, pueden lograr la estabilidad y el crecimiento constante necesarios para competir en el mercado; por lo que se concluye que la Producción implica la gestión de los suministros, así como el cumplimiento con los clientes, con ello obteniendo la

fidelización de los clientes, y así mantener un registro de ventas según metas establecidas.

Se muestra los resultados del instrumento, en referencia a la **dimensión**

Calidad:

Tabla 39

Proveedor recurrente en relación de estándares de calidad

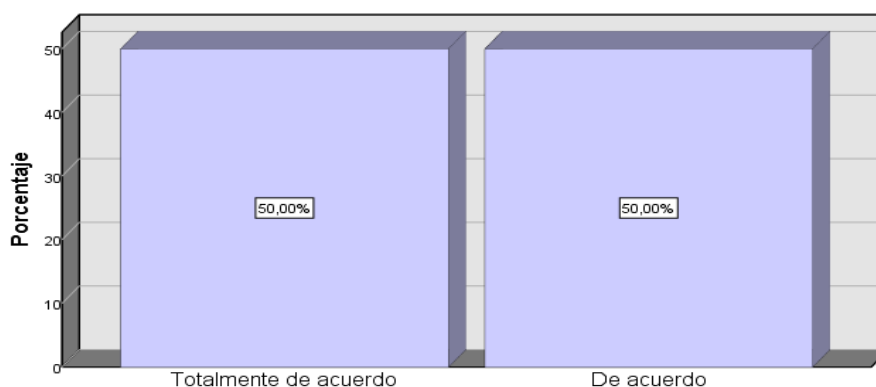
17. ¿Considera comprar con mayor frecuencia al proveedor que otorgue los mejores estándares de calidad del producto?		
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	25	50.0%
De acuerdo	25	50.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Figura 17

Proveedor recurrente en relación de estándares de calidad

17. ¿Considera comprar con mayor frecuencia al proveedor que otorgue los mejores estándares de calidad del producto?



Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación: De acuerdo con la tabla 39 y figura 17, según los resultados porcentuales obtenidos, podemos observar que el 50% de los representantes

comerciales manifestaron estar “Totalmente de acuerdo”, ya que el proveedor que ofrezca un mejor estándar de calidad será seleccionado con mayor recurrencia para abastecer, el 50% manifestaron estar “De acuerdo”; con respecto a la dimensión Calidad.

Tabla 40

Importancia de la resolución de problemas con el cliente

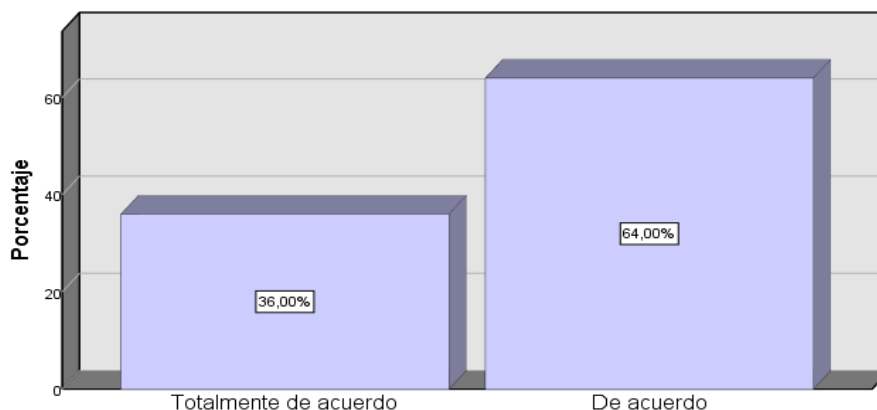
18. ¿Es importante contar con un proveedor que brinde solución rápida ante cualquier falla o irregularidad con el producto adquirido?		
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	18	36.0%
De acuerdo	32	64.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Figura 18

Importancia de la resolución de problemas con el cliente

18. ¿Es importante contar con un proveedor que brinde solución rápida ante cualquier falla o irregularidad con el producto adquirido?



Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación: De acuerdo con la tabla 40 y figura 18, según los resultados porcentuales obtenidos, podemos observar que el 64% de los representantes

comerciales manifestaron estar “De acuerdo”, que el proveedor ofrezca inmediatamente la resolución ante fallas o irregularidades con el producto solicitado, el 36% manifestaron estar “Totalmente de acuerdo”; con respecto a la dimensión Calidad.

Tabla 41

Formalidad en los documentos de productos

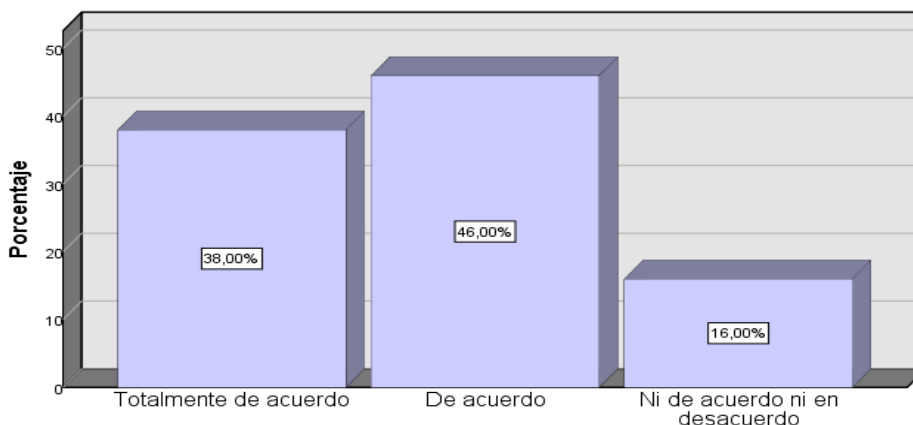
19. ¿El proveedor debería tener el cuidado en la formalidad de la documentación sobre los productos brindados?		
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	19	38.0%
De acuerdo	23	46.0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	16.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Figura 19

Formalidad en los documentos de productos

19. ¿El proveedor debería tener el cuidado en la formalidad de la documentación sobre los productos brindados?



Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación: De acuerdo con la tabla 41 y figura 19, según los resultados porcentuales obtenidos, podemos observar que el 46% de los representantes

comerciales manifestaron estar “De acuerdo”, que el proveedor ofrezca debería otorgar los documentos en regla acerca de los productos solicitados, de tal manera demostraría garantía, el 38% manifestaron estar “Totalmente de acuerdo”; el 16% “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”; con respecto a la dimensión Calidad.

Tabla 42

El precio determina un producto de calidad

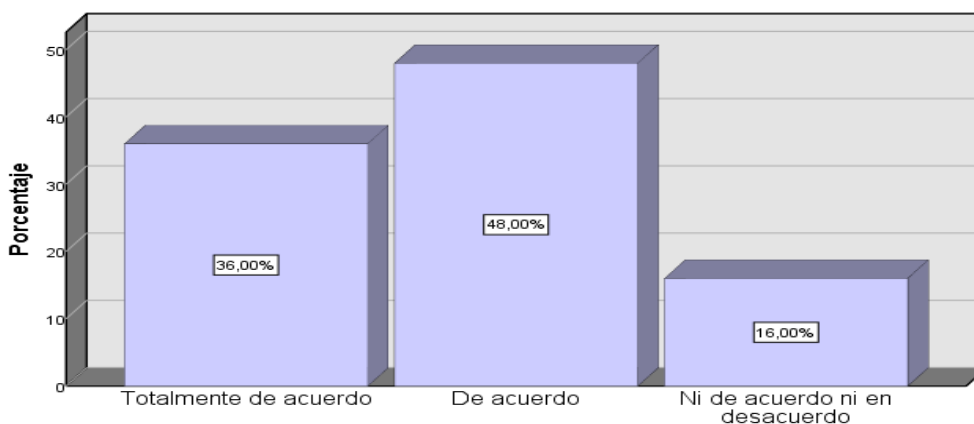
20. ¿Para determinar el precio es importante contar con un producto de calidad?		
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	18	36.0%
De acuerdo	24	48.0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	16.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Figura 20

El precio determina un producto de calidad

20. ¿Para determinar el precio es importante contar con un producto de calidad?



Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación: De acuerdo con la tabla 42 y figura 20; según los resultados porcentuales obtenidos, podemos observar que el 48% de los representantes

comerciales manifestaron estar “De acuerdo”, que el precio de un producto se establece según la calidad, el 36% manifestaron estar “Totalmente de acuerdo”; el 16% “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”; con respecto a la dimensión Calidad.

Finalmente, se muestra los resultados del instrumento, en referencia a la dimensión Calidad

Tabla 43

Resumen de resultados estadísticos – Dimensión Calidad

PREGUNTAS	TDA		D		NAND		ED		TED		TOTAL	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
P1	25	50.0	25	50.0	0	0	0	0	0	0	50	100
P2	18	36.0	32	64.0	0	0	0	0	0	0	50	100
P3	19	38.0	23	46.0	8	16.0	0	0	0	0	50	100
P4	18	36.0	24	48.0	8	16.0	0	0	0	0	50	100
TOTAL	80	40	104	52	16	8	0	0	0	0	200	100

Nota. TDA= Totalmente de acuerdo. D= De acuerdo. NAND= Ni de acuerdo ni en desacuerdo. ED= En Desacuerdo. TED= Totalmente en desacuerdo.

Según los datos obtenidos de la tabla 43, podemos observar, el 40% manifestaron estar “Totalmente de acuerdo”, el 52% manifestaron estar “De acuerdo”; finalmente, los representantes comerciales el 8% manifestaron estar “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”.

Los resultados muestran que, para garantizar la mejora continua del producto, su principal deber es asegurarse que se está cumpliendo con los estándares de calidad establecidos por la empresa; además, que sean capaces de solucionar rápidamente cualquier posible fallo de producción; de este modo para garantizar la salida de los

productos libres de fallos; por lo que se concluye que la Calidad debe ser estrictamente supervisada , por lo que es necesario tener un control de calidad de los productos para asegurar que los clientes reciban los productos de alta calidad.

Se muestra los resultados del instrumento, en referencia a la **dimensión**

Rentabilidad:

Tabla 44

El incremento de ventas genera rentabilidad

21. ¿El incremento de ventas permite a una empresa realizar un mayor nivel de rentabilidad?

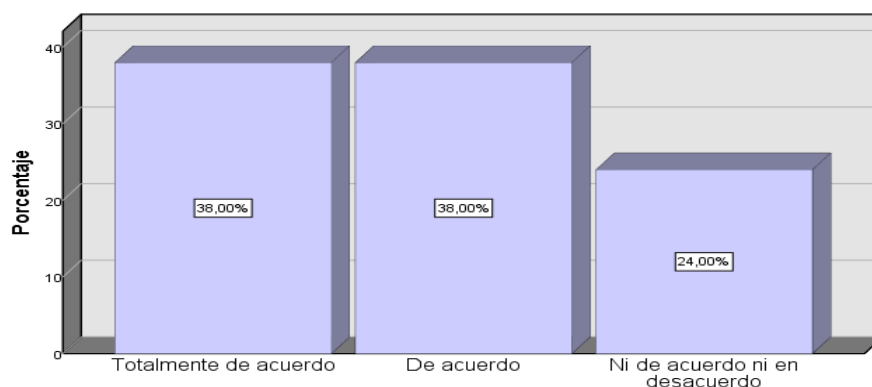
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	19	38.0%
De acuerdo	19	38.0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	24.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Figura 21

El incremento de ventas genera rentabilidad

21. ¿El incremento de ventas permite a una empresa realizar un mayor nivel de rentabilidad?



Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación: De acuerdo con la tabla 44 y figura 21, según los resultados porcentuales obtenidos, podemos observar que el 38% de los representantes

comerciales manifestaron estar “Totalmente de acuerdo”, que al generar mayores ventas permitirá que la empresa tenga un nivel rentable, el 38% manifestaron estar “De acuerdo”; el 24% “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”; con respecto a la dimensión Rentabilidad.

Tabla 45

Establecer una adecuada estructura de costos

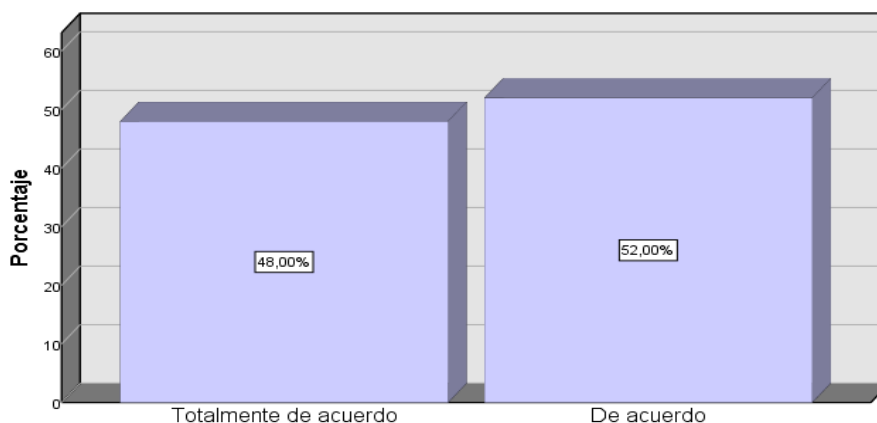
22. ¿Cree que una empresa puede ser rentable si su estructura de costes es adecuada?		
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	24	48.0%
De acuerdo	26	52.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Figura 22

Establecer una adecuada estructura de costos

22. ¿Cree que una empresa puede ser rentable si su estructura de costes es adecuada?



Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación: De acuerdo con la tabla 45 y figura 22, según los resultados porcentuales obtenidos, podemos observar que el 52% de los representantes comerciales manifestaron estar “De acuerdo”, porque consideran establecer una

adecuada estructura de costos genera mayor rentabilidad, el 48% manifestaron estar “Totalmente de acuerdo”; con respecto a la dimensión Rentabilidad.

Tabla 46

Importación de productos e insumos para la reducción de costos

23. ¿La capacidad de importar bienes e insumos repercute en la reducción de los costes variables?		
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	28	56.0%
De acuerdo	22	44.0%
Total	50	100.0%

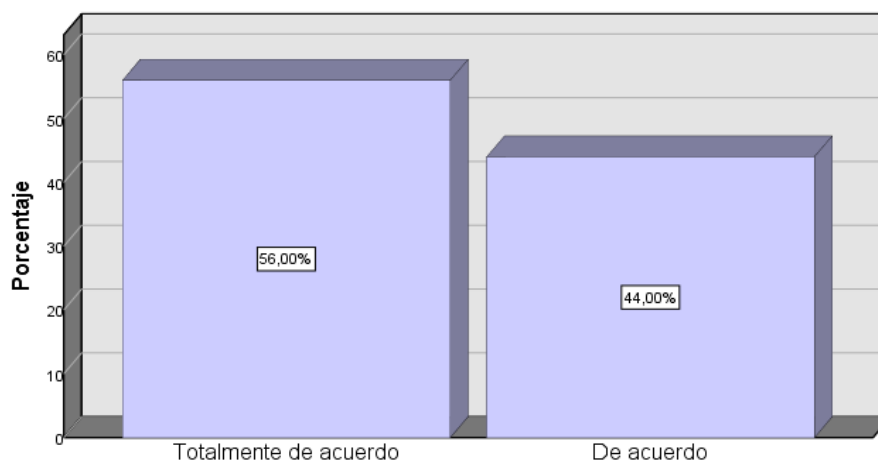
Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Figura

23

Importación de productos e insumos para la reducción de costos variables

23. ¿La capacidad de importar bienes e insumos repercute en la reducción de los costes variables?



Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación: De acuerdo con la tabla 46 y figura 23, según los resultados porcentuales obtenidos, podemos observar que el 56% de los representantes comerciales manifestaron estar “Totalmente de acuerdo” que la importación insumos

impactará significativamente en la reducción de costos variables; y el 44% manifestaron estar “De acuerdo”; con respecto a la dimensión Rentabilidad.

Tabla 47

La rentabilidad en relación con sostenibilidad en base de precios y costos

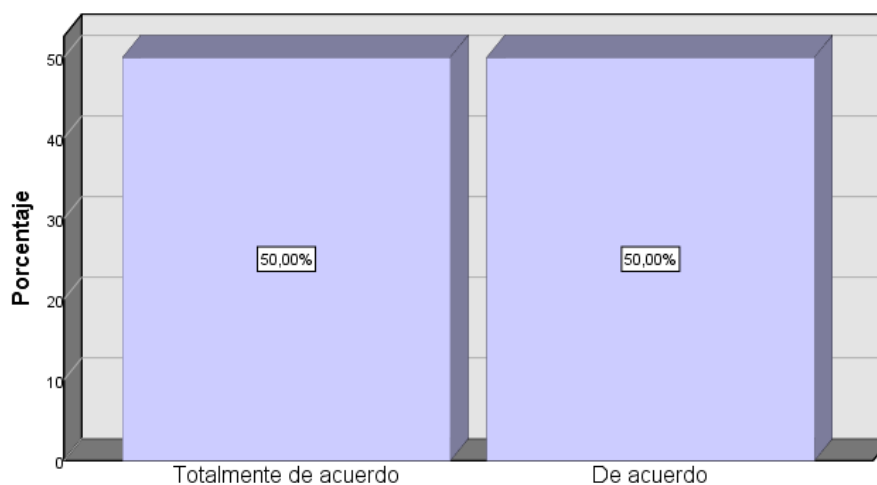
24. ¿Para ser sostenible, una empresa debe mantener la rentabilidad en todas sus operaciones, gestionando adecuadamente los gastos y los precios?		
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	25	50.0%
De acuerdo	25	50.0%
Total	50	100.0%

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Figura 24

La rentabilidad en relación con sostenibilidad en base de precios y costos

24. ¿Para ser sostenible, una empresa debe mantener la rentabilidad en todas sus operaciones, gestionando adecuadamente los gastos y los precios?



Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Interpretación: De acuerdo con la tabla 47 y figura 24, según los resultados porcentuales obtenidos, podemos observar que el 50% de los representantes

comerciales manifestaron estar “Totalmente de acuerdo”, que la rentabilidad tendrá sostenibilidad siempre en cuando los precios y costos estén bien estructurados, el 50% manifestaron estar “De acuerdo”; con respecto a la dimensión Rentabilidad.

Finalmente, se muestra los resultados del instrumento, en referencia a la dimensión Rentabilidad

Tabla 48

Resumen de resultados estadísticos – Dimensión Rentabilidad

PREGUNTAS	TDA		D		NAND		ED		TED		TOTAL	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
P1	19	38.0	19	38.0	12	24.0	0	0	0	0	50	100
P2	24	48.0	26	52.0	0	0	0	0	0	0	50	100
P3	28	56.0	22	44.0	0	0	0	0	0	0	50	100
P4	25	50.0	25	50.0	0	0	0	0	0	0	50	100
TOTAL	96	48.0	92	46.0	12	6	0	0	0	0	200	100

Nota. TDA= Totalmente de acuerdo. D= De acuerdo. NAND= Ni de acuerdo ni en desacuerdo. ED= En Desacuerdo. TED= Totalmente en desacuerdo.

Según los datos obtenidos de la tabla 48, podemos observar, el 48% manifestaron estar “Totalmente de acuerdo”, el 46% manifestaron estar “De acuerdo”; finalmente los representantes comerciales el 6% manifestaron estar “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”.

Los resultados muestran que la fijación de precios tiene un impacto directo en la rentabilidad, por lo que es imprescindible contar con estrategias adecuadas para que las ventas aumenten. Es fundamental clasificar verificar los costos variables de tal forma evaluar si se puede realizar ajustes, para maximizar la rentabilidad de una

empresa; por lo que se concluye que la Rentabilidad se trata de hacer un examen exhaustivo de los gastos con el objetivo último de reducir los costes.

4.2. Contrastación de Hipótesis

Por consiguiente, se presentará los resultados de las pruebas estadísticas a las que fueron sometidas las Hipótesis planteadas, para ello se presenta los parámetros para la evaluación de los resultados del Rho de Spearman:

Tabla 49

Escala de coeficiente de correlación de Pearson

RANGO	RELACIÓN
-1	Correlación negativa grande y perfecta
- 0.9 - 0.99	Correlación negativa muy alta.
- 0.7 - 0.89	Correlación negativa alta.
- 0.4 - 0.69	Correlación negativa moderada.
- 0.2 - 0.39	Correlación negativa baja.
- 0.01 - 0.19	Correlación negativa muy baja.
0	Correlación nula
0.01 - 0.19	Correlación positiva muy baja.
0.2 - 0.39	Correlación positiva baja.
0.4 - 0.69	Correlación positiva moderada.
0.7 - 0.89	Correlación positiva alta.
0.9 - 0.99	Correlación positiva muy alta.
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota. Hernández (2014, p.132).

4.2.1. Prueba de Hipótesis General

Se plantea la siguiente hipótesis nula y alternativa

H0: La gestión importación de preformas PET no se relaciona significativamente con la competitividad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022

H1: La gestión importación de preformas PET se relaciona significativamente con la competitividad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022

Tabla 50

Correlación entre las variables Gestión de importación y Competitividad

		Gestión de Importación	Competitividad
Gestión de Importación	Correlación de Pearson	1	.617**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	50	50
Competitividad	Correlación de Pearson	.617**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	50	50

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

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

De la tabla 50, al presentar $p=,617$ siendo $p<0.05$, pues existe una correlación estadísticamente significativa fuerte, entre la Gestión de importación y la Competitividad, porque la gestión de importación permitirá generar ventajas gracias a la administración de sus recursos; en conclusión, se procede a aceptar la hipótesis alterna de investigación y se rechaza la hipótesis nula.

4.2.2. Prueba de Hipótesis Específicos

Hipótesis específica N°1: Se plantea la siguiente hipótesis nula y alternativa.

- H0: La gestión de proveedores de preformas PET no se relaciona significativamente con la calidad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022
- H1: La gestión de proveedores de preformas PET se relaciona significativamente con la calidad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022

Tabla 51

Correlación entre las dimensiones Gestión de proveedores y Producción

		Gestión de proveedores	Producción
Correlación de Pearson	Gestión de proveedores	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	.543**
		N	.000
		N	50
Producción		Coeficiente de correlación	.543**
		Sig. (bilateral)	1.000
		N	.000
		N	1.000

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

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

De la tabla 51, al presentar $p=,543$ siendo $p<0.05$, pues existe una correlación estadísticamente positiva moderada, entre la Gestión de proveedores y la Calidad, porque la gestión de proveedores generará garantía de calidad de la empresa; en conclusión, se procede a aceptar la hipótesis alterna de investigación y se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis específica N°2: Se plantea la siguiente hipótesis nula y alternativa.

- H0: El suministro de preformas PET no se relaciona significativamente con la producción de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022.
- H1: El suministro de preformas PET se relaciona significativamente con la producción de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022.

Tabla 52

Correlación entre las dimensiones Suministro y Calidad

			Negociación	Calidad
Correlación de Pearson	Suministro	Coeficiente de correlación	1.000	.393**
		Sig. (bilateral)	.	.005
	Calidad	N	50	50
		Coeficiente de correlación	.393**	1.000
		Sig. (bilateral)	.005	.
		N	50	50

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

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

De la tabla 52, al presentar $p=.393$ siendo $p<0.05$, pues existe una correlación estadísticamente positiva baja, entre el Suministro y la Producción, porque la gestión de proveedores permitirá mayor producción; en conclusión, se procede a aceptar la hipótesis alterna de investigación y se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis específica N°3: Se plantea la siguiente hipótesis nula y alternativa.

- H0: La negociación de preformas PET no se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022.
- H1: La negociación de preformas PET se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022.

Tabla 53

Correlación entre las dimensiones Negociación y Rentabilidad

			Suministro	Rentabilidad
Correlación de Pearson	Negociación	Coefficiente de correlación	1.000	.522**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	50	50
	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	.522**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	50	50

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

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

De la tabla 53, al presentar $p=,522$ siendo $p<0.05$, pues existe una correlación estadísticamente positiva media, entre la Negociación y la Rentabilidad, porque una adecuada negociación permitirá incrementar la rentabilidad de la empresa; en conclusión, se procede a aceptar la hipótesis alterna de investigación y se rechaza la hipótesis nula.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Después de la presentación de los resultados, se procede a discutir su validez, por el cual este trabajo de investigación tuvo como objetivo, determinar la relación de la gestión de importación de preformas PET y la competitividad de la empresa corporación Ekan S.A.C. 2022., es por ello que se realizó el análisis estadístico para verificar los resultados de la hipótesis general y específicas en relación con el capítulo II , donde se encuentra la recopilación de varios trabajos de investigación, por lo que permitirá dar la fiabilidad de los resultados.

Se planteó que la empresa corporación Ekan S.A.C. 2022. debe realizar la compra de las preformas PET con proveedores internacionales, dado que, ello generaría un gran impacto positivo en la rentabilidad de la empresa, se tendría los mejores efectos en el tema de las ventas debido que la empresa podría aminorar el precio del producto, de tal forma teniendo ventajas competitivas.

Se tuvo resultados de la parte introductoria del instrumento, la cual, ello permitió verificar que cada empresa estaba con la capacidad experiencia de negociaciones internacionales, en las cuales la mayoría de las empresas ya llevaba varios años con la actividad de importación; en base de los resultados se da la fiabilidad que las empresas participantes de la encuesta, favorece el análisis de todas sus respuestas, por estar acorde del objetivo de este trabajo de investigación.

La hipótesis general, cuyos resultados obtenidos, permitió demostrar la relación que existe entre la Gestión de importación y la competitividad, presentando una correlación estadísticamente significativa fuerte $p=,617$.

Los resultados coinciden con la investigación de Meza, Roque y Salvador (2019); en su tesis "Importación y ventajas competitivas para la comercialización de filtros de aire en vehículos livianos de JD Importadora Distribuidora SRL, Comas 2019". En los resultados que obtuvo, determinó que si existe relación entre la importación y la ventaja competitiva para la comercialización. Por lo tanto, es importante analizar la gestión de compras internacional, buscar un proveedor con precios negociables, para así lograr en el mercado posicionado el liderazgo en costos, manteniendo un récord de ventas óptimas.

Obregón (2019); en su tesis "Conocimientos de los procesos de importación y la competitividad de las Mype importadoras de autopartes de los distritos de Lima: Callao, San Miguel, San Martín de Porres y Los Olivos, 2018"; conforme a los resultados obtenidos se establece la asociación de ambas variables entre "las condiciones de transacción y la infraestructura de las Mypes importadoras de autopartes de los distritos de Lima: Callao, San Miguel, San Martín de Porres y Los Olivos, 2018".

En la tesis presentada, en términos generales, es de suma importancia para la empresa Corporación Ekan S.A.C., dado que manifiesta la importancia de un asesoramiento legal, para que simplifique los tramites de la importación, de tal forma con ello generaría que las Mypes potencien su ventaja competitiva, porque la importación permite reducir costos y ahorrar.

Hipótesis específica 1, cuyos resultados obtenidos, permitió demostrar que la gestión de proveedores de preformas PET, se relaciona significativamente con la calidad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022.; presentado una correlación estadísticamente positiva débil $p=,543$

Estos resultados son similares expuesto por Tejeda, Blanco y Guerra (2019); en sus tesis “Factores que impulsan las importaciones de las empresas de alimentos procesados, mejorando su competitividad”; los resultados que obtuvo las variables resultaron significativos y concuerdan con la literatura analizada, es así como proponen manejar estrategias para ser más competitivos.

En base de ello, se considera de suma importancia que únicamente no se trata de analizar las materias primas, el primer factor determinante, es la evaluación de proveedores internacionales, logrando así que las empresas sean más eficientes manteniendo una excelente calidad, dado que, al escoger a un proveedor con gran compromiso, aportará con la empresa a mejorar la calidad de sus productos.

Hipótesis específica 2, cuyos resultados obtenidos, permitió demostrar que el suministro de preformas PET, se relaciona significativamente con la producción de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022, presentado una correlación estadísticamente positiva débil $p=,393$.

Orellana (2022); en su tesis” Factores de gestión empresarial que impulsan la competitividad de las Mipymes, sector muebles de madera en el sur del Ecuador”; En los escenarios de una nueva normalidad influida por la crisis sanitaria mundial, los

resultados son comparables a los encontrados, aunque se indica que no son estadísticamente significativos (Covid-19).

Por lo que, en este trabajo de investigación, se tiene como referencia el hecho de tener un control de gestión, es de gran importancia para ser más competitivos en el mercado, sin embargo, se debe tener un plan de mejora continua, pues muchas veces los resultados son a largo plazo por lo que de manera paulatina se verá mejores rendimientos en la empresa.

Hipótesis específica 3, cuyos resultados obtenidos, permitió demostrar que la negociación de preformas PET se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022. Presentado una correlación estadísticamente positiva media $p=,522$.

La cual, en base a lo expuesto, guarda relación con Céspedes y Guillén (2020); en su tesis “Diagnóstico y propuesta de mejora del proceso de importación para reducir los costos operativos no previstos de una empresa importadora de telas en Lima-Perú”. Tuvo como resultados un alto grado de significancia puesto que los costes operativos de la empresa se ven afectados por el procedimiento de importación.

La empresa Corporación Ekan S.A.C. deberá tener en cuenta que es necesario buscar la causa del impacto en costos, para así conseguir otros proveedores, de tal forma ir negociando, logrando tener ventajas competitivas en la empresa, porque la reducción de gastos mejorará la rentabilidad de una empresa.

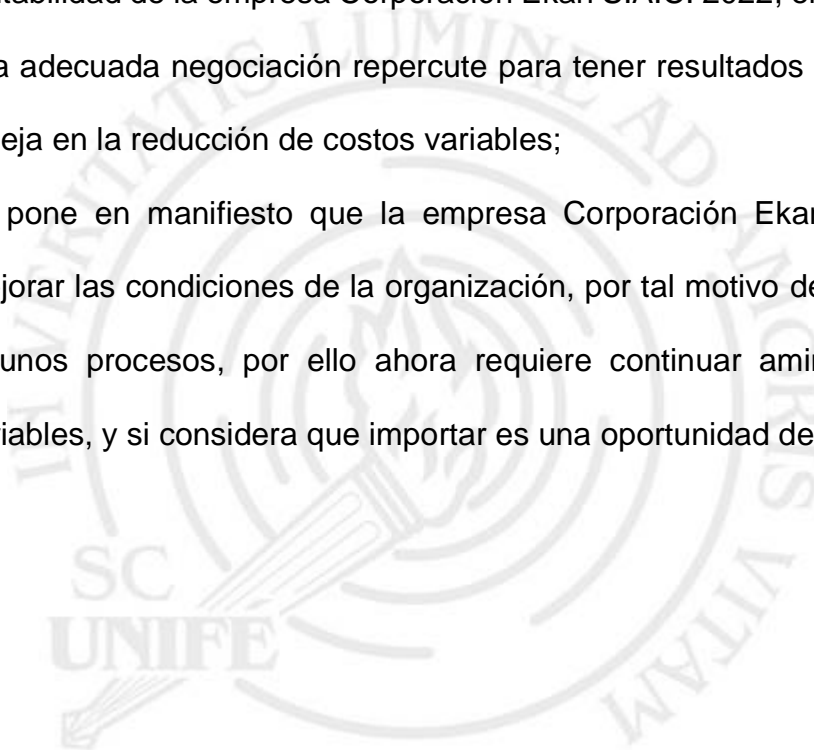
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

1. Las conclusiones están basadas en los resultados y el análisis estadístico; por lo que se tuvo, que existe relación de las variables, entre la Gestión de importación y la Competitividad; por esta razón se concluye que la importación de preformas PET, mejoraría la imagen de la empresa Corporación Ekan S.A.C. frente a los competidores; por lo tanto, la situación actual de la empresa Corporación Ekan S.A.C., no realiza ningún tipo de importación, pero si ha considerado la posibilidad de iniciar con la gestión de importación, porque quiere posicionar su marca, generar mayor rentabilidad y conseguir clientes potenciales.
2. La gestión de proveedores de preformas PET, se relaciona significativamente con la calidad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022; en ese sentido se concluye que la calidad se ve afectada por la búsqueda de proveedores internacionales, por lo que está sumamente relacionado con la satisfacción del cliente, y aquello repercute en las ventas y fidelización del cliente de la empresa Corporación Ekan S.A.C. Dicha consideración aporta que se mantenga y/o fortalezca la ventaja competitiva en el mercado.
3. El suministro de preformas PET se relaciona significativamente con la producción de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022; se da a conocer la importancia de la disponibilidad del producto, porque se obtendría mayor eficiencia en el proceso de producción y así realizar una óptima venta final.

Actualmente la empresa Corporación Ekan S.A.C.; tiene proveedores nacionales (preformas PET) en la cual es reducido el número de empresas proveedoras dedicadas a dicho rubro), por lo que hay situaciones que no abastecen oportunamente, y la venta en muchos casos son con condiciones, por lo que se considera limitantes para la adquisición inmediata del producto.

4. La negociación de preformas PET se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022; en consecuencia, una adecuada negociación repercute para tener resultados óptimos, ello se refleja en la reducción de costos variables;
5. se pone en manifiesto que la empresa Corporación Ekan S.A.C, busca mejorar las condiciones de la organización, por tal motivo dejó de tercerizar algunos procesos, por ello ahora requiere continuar aminorando costos variables, y si considera que importar es una oportunidad de negocio.

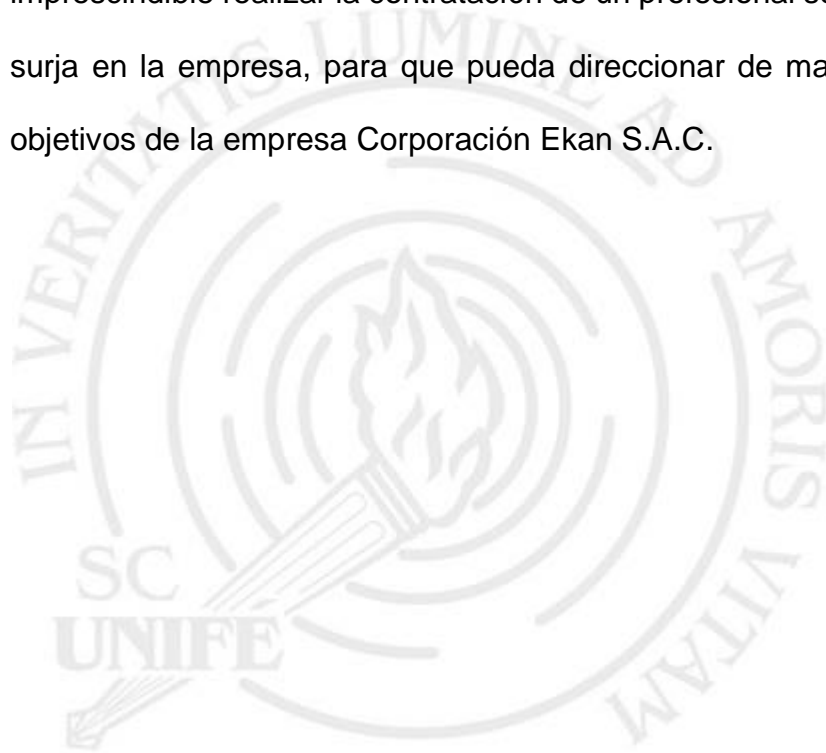


6.2. Recomendaciones:

1. Se sugiere iniciar con la gestión de importación, dado que se obtiene beneficios económicos, mayor productividad y realce de la imagen corporativa, logrando una ventaja competitiva en el mercado nacional. Para ello deberá buscar el asesoramiento con un agente de aduanas para la simplificación del proceso de importación.
2. Se aconseja contemplar una de evaluación de los postores a seleccionar, en la cual, en base de criterios a considerar, se designe un proveedor en la cual cumpla las expectativas de la empresa. Posteriormente cada período debería realizar un seguimiento de los procesos y/o inspección de la adquisición de los productos, de tal manera reportar a tiempo alguna inconformidad.
3. Con relación al suministro, se recomienda establecer un control, en la cual oportunamente se pueda realizar la orden de compra, y de tal manera la producción no se vea perjudicada, para ello se debe tener el control de stock del proveedor, muy aparte del stock que tiene la empresa. Es necesario tener en cuenta este aspecto por tratarse que el transporte para la importación más económico es el marítimo (sujeto a retrasos adicionales).
4. Según los resultados se recomienda fortalecer la comunicación al momento de realizar una negociación con el proveedor, para ello es necesario que dicha comunicación lo realice un profesional de Administración de Negocios Internacionales, dado que tiene la preparación y herramientas para determinar un acuerdo favorable para la

empresa, ello va a repercutir en las ganancias de la empresa, las ventas incrementarán generando rentabilidad, por lo que se tendrá una sostenibilidad económica.

5. Finalmente, se recomienda que la empresa contemple que, ante cualquier mejora empresarial, se va a requerir de una inversión económica, posteriormente, a largo o corto plazo se verá los resultados, para ello es imprescindible realizar la contratación de un profesional según necesidad surja en la empresa, para que pueda direccionar de manera eficaz los objetivos de la empresa Corporación Ekan S.A.C.



REFERENCIAS (APA)

- Allende Rodríguez, B. A. (2019). *La asociatividad como estrategia para el desarrollo de una oferta exportable para la producción de lechuga en la cooperativa Boza del distrito de Aucallama en Huaral, periodo 2018*. [Tesis de Licenciatura, Universidad de San Martín de Porres, Lima-Perú].
<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/5455>
- Álvarez Quijije, G. J., y Montesdeoca Briones, I. A. (2018). *Análisis de los procesos logísticos de la empresa Sumbadist SA y su incidencia en las importaciones al Ecuador* [Tesis de Licenciatura, Universidad de Guayaquil, Guayaquil-Ecuador].
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/30209>
- Aguirre Flores, I. S. (2018). *Establecer un proceso estandarizado para mejorar la gestión de importaciones de la empresa Eficiencia Laboral SA*. [Tesis de Licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola, Lima-Perú].
<https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/9002a767-0c93-48fb-80d1-2b9d40301d97>
- Apagueño Armas, E. E., Gonzales del Aguila, J. C. y Campos Bernaldes, J. J. (2020). *Importación en marco del Convenio de Cooperación Aduanera Peruano Colombiano, con incidencia financiera en Industrias del Espino, periodo 2018*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de San Martín Lima-Perú].
<http://repositorio.unsm.edu.pe/handle/11458/3982>
- Asmad Morgado, M. F. y Pérez Apagueño, S. I. (2020). *Análisis en el desarrollo de la producción del arándano peruano y su influencia en la exportación hacia el*

mercado chino: una revisión sistemática de la literatura científica. [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte, Lima-Perú].

<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/25661>

Baltazar Casas, C. (2018). *Asesoramiento técnico y comercial para aumentar las unidades por ticket de venta de la empresa Masterbread SA.* [Tesis de Licenciatura, Universidad Le Cordon Bleu, Lima-Perú].

<https://repositorio.ulcb.edu.pe/handle/ULCB/46>

Berrocal Leiva, S y Villarreal López, M. (2018). *Las estrategias de marketing para el posicionamiento de la marca Wayllu de la empresa Wambra Corp S.A.C. -2018.* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional José Faustino Sanchez Carrión, Lima-Perú]

<https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/3801>

Busca Gómez, V. (2021). *El comienzo de la importación de artículos deportivos por una empresa familiar.* [Tesina de grado, Universidad Nacional de Cuyo, Argentina]. <http://ddhh.bdigital.uncu.edu.ar/16807>

Calcina Garrafa, J. L. (2022). *Propuesta de un sistema de gestión logística integral para mejorar el aprovisionamiento y la calidad del servicio que brinda IMCO SERVICIOS SAC.* [Tesis de Licenciatura Universidad Autónoma San Francisco, Arequipa-Perú]

<http://repositorio.uasf.edu.pe/bitstream/UASF/650/3/TESIS%20CALCINA%20GARRAFA.pdf>

Cando Pinta, M. L., & Pinta Pinduisaca, S. C. (2021). *Análisis de las Estrategias de Negociación Implementadas por las Empresas De Logística en el Comercio*

Exterior Ecuatoriano. Período 2019 – 2020 [Tesis de Licenciatura, Universidad de Guayaquil, Guayaquil-Ecuador].

<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/60942>

Carhuamaca Flores, J. M. (2017). *Importación, comercialización y distribución de paños húmedos desde China para el mercado de Lima Metropolitana*. [Tesis de Licenciatura, Universidad de San Martín de Porres, Lima-Perú].

<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/3119>

Céspedes Pérez, G. C. A., y Guillén Chávez, G. B. (2020). *Diagnóstico y propuesta de mejora del proceso de importación para reducir los costos operativos no previstos de una empresa importadora de telas en Lima-Perú*. [Tesis de Título Profesional, Universidad Ricardo Palma, Lima-Perú].

<https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/3749?localeattribute=n>

Contreras Noa, C. E. (2021). *Gestión de importaciones y aduanas en la empresa Home Kit SAC en el periodo 2017-2019*. [Tesis de Licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola, Lima-Perú].

<https://repositorio.usil.edu.pe/items/3779ed01-dc3d-4fe4-9503-62ea18e2de87/full>

De La Fuente Ignacio, Y. (2021). *Los rasgos culturales que deben conocer los alumnos portugueses para tener éxito en las negociaciones empresariales con los hispanohablantes*. [Tesis de Maestría, Universitat Rovira i Virgili, España].

https://repositori.urv.cat/estatic/TFM0011/es_TFM734.html

Díaz, R., Velarde, G. y Lino, G. (2020). *Análisis de flujo de materiales de plásticos para la producción, consumo y comercio de envases rígidos del polietileno de tereftalato (PET) en Perú durante 2018*. [Revista La Saeta Universitaria Académica y de Investigación, Vol. 9(2), 15-38, Lima-Perú].

<https://unae.edu.py/ojs/index.php/saetauniversitaria/article/view/238>

Escobar Bada, M. I. y Galindo Moreno, S. M. (2021). *Factores críticos del componente producción de la cadena de suministro en la pequeña minería de Ancash*. [Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica Del Perú, Lima-Perú]

<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/19551>

Flores Mier, P. J. (2022). *Innovación y competitividad en los restaurantes en tiempos de pandemia en la provincia de Imbabura*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica del Norte, Lima-Perú]

<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/12556>

Galbiati Riesco, J. M. (2015). *Conceptos básicos de Estadística*. [Página Web Ejercicio Práctico].

http://jorgegalbiati.cl/ejercicios_4/ConceptosBasicos.pdf

GOB.PE (2021) *Exportaciones crecen más de 40% en primeros ocho meses del 2021*. [Revista del Ministerio del Comercio Exterior y Turismo, Vol.49, 16-89, Lima-Perú]

<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/543513-exportaciones-crecen-mas-de-40-en-primeros-ocho-meses-del-2021>

Heredia Viveros, N. L. (2013). *Gerencia de compras: La nueva estrategia competitiva*. [ECOEDICIONES].

<https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2015/09/Gerencia-de-compras.pdf>

- Hernández R; Fernández C., y Baptista P. (2003). *Metodología de la investigación* [Vol. 4, pp. 310-386]. Editorial: McGraw-Hill Interamericana, México]
<http://www.sites.upiicsa.ipn.mx/uteycv/rdd/metodologia/docs/disenio>
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista P. (2014). *Metodología de la investigación. Interamericana editores, S.A. DE C.V.* [Ed. Quinta. ISBN: 978- 607-15-0291-9. Editorial: McGraw-Hill Interamericana, México]
<https://dspace.scz.ucb.edu.bo/dspace/bitstream/123456789/21401/1/11699.pdf>
- Industrias (2019), *Exportaciones de productos de plásticos, 2008-2019.* [Boletín reporte Nro. 4 - IEES recuperado de Infotrade-Veritrade, Lima-Perú]
https://www.sni.org.pe/wp-content/uploads/2019/07/Reporte-Sectorial-PI%20C3%A1sticos_2019.pdf
- Lau Mego, C. S. (2022). *Estrategias de marketing digital para la generación de demanda de productos en la empresa Cotton Life Textiles E.I.R.L. 2020.* [Tesis de Licenciatura, Universidad Inca Garcilaso De La Vega, Lima-Perú]
<http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/6107>
- Lezama Zamora, K. L. (2016). *Mejora de procesos en la gestión de proveedores para la reducción de costos en la adquisición de materias primas de una empresa manufacturera.* [Trabajo de Suficiencia Profesional, Universidad Privada del Norte, Lima-Perú]
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/23120>
- Mamani Yllatopa, L. M. (2021). *Alternativas de financiamiento y su incidencia en la rentabilidad de la empresa constructora AMAFE Contratistas Generales SAC– año 2020.* [Tesis de Licenciatura, Universidad Ricardo Palma, Lima-Perú].
<https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/5002>

- Martínez Aragón, C. L. Arellano González, A. y Carballo Mendivil, B. (2020). *La creación de la ventaja competitiva desde la perspectiva de las teorías administrativas*. [Revista de la Facultad de Ciencias Económicas, Argentina].
<https://revistas.unne.edu.ar/index.php/rfce/article/view/4362>
- Martínez Luján, D. F. (2018). *Los procedimientos documentados y su incidencia en la reducción de costos del proceso de fibra de vidrio en Bruce SA Trujillo – 2017*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte, Lima-Perú].
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/13832>
- Marcial, J. P., Díaz, M. D. C. S., Linares, G. T. R., y Vázquez, A. C. Z. (2019) *Diseño thinking para resolución de problemas. Innovaciones tecnológicas en las ciencias computacionales*. [Libro primera edición, Editorial Montiel & Soriano Editores S.A. De C.V. 15 sur 1103-6 Col., México].
<https://docplayer.es/185096580-Aportes-y-aplicaciones-en-las-ciencias-computacionales.html>
- Map, T. (2021). *Trade Map – información estadística*. [Página Web Trade Map].
<https://www.trademap.org/Index.aspx>
- Méndez López, M. L. (2017). *Propuesta de implementación del programa de mantenimiento productivo total para la mejora de la gestión de compras en la empresa fábrica peruana ETERNIT*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Ricardo Palma, Lima-Perú].
<https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/1591>

- Mendoza Sandoval, P., & Tello Ureta, L. C. (2022). *Clima social laboral y engagement en trabajadores de una empresa industrial de Lima Metropolitana. ETERNIT*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Femenina del Sagrado Corazón, Lima-Perú].
<https://repositorio.unife.edu.pe/repositorio/handle/20.500.11955/1031>
- Meza Fasabi, J. M. Roque Valeriano, E. J. y Salvador Cerna, N. B. (2019). *Importación y ventajas competitivas para la comercialización de filtros de aire en vehículos livianos de JD Importadora Distribuidora SRL, Comas 2019*. [Trabajo Académico de Bachiller, Universidad César Vallejo, Lima-Perú].
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/64475>
- Minitab. (2023). Interpretar los resultados clave para Prueba de normalidad - [Página Web Minitab]
<https://support.minitab.com/es-mx/minitab/20/help-and-how-to/statistics/basic-statistics/how-to/normality-test/interpret-the-results/key-results/>
- Obregón Mariluz, M. A. (2019). *Conocimientos de los procesos de importación y la competitividad de las Mype importadoras de autopartes de los distritos de Lima: Callao, San Miguel, San Martín de Porres y Los Olivos, 2018*. [Tesis de Licenciatura, Universidad de San Martín de Porres, Lima-Perú].
<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/6052>
- Olivo Bermeo, D. G., y Hernandez Lucin, S. C. (2019). *Estudio de factibilidad para la importación a consumo de equipos tecnológicos de alta gama y su potencial comercialización en Ecuador*. [Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador].
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/45715>

- Orellana Bueno, D. V. (2022). *Factores de gestión empresarial que impulsan la competitividad de las Mipymes, sector muebles de madera en el sur del Ecuador*. [Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Nuevo León, México].
<http://eprints.uanl.mx/23005/1/1080315804.pdf>
- Paredes Prado, G. M. (2021). *La quinua orgánica: análisis de los canales de distribución y la promoción de exportaciones en Acocro–Ayacucho*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Ricardo Palma, Lima-Perú].
<https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/4236>
- Pineda Contreras J. (2021). *Estrategias para la mejora de la gestión comercial que generen un impacto en la cartera de clientes de la agencia de carga internacional G&S Logistics SAC en el año 2019*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Ricardo Palma, Lima-Perú].
<http://168.121.49.87/handle/URP/4193>
- Piñero, L., & Piñero, L. D. M. P. (2020). *Construcción teórica: sinónimo, definición operacional y sistematización de variables educativas*. [Revista Orbis de Ciencias Humanas, 16(47), 16-30, Venezuela].
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/33184/Vasquez%20Mari%20David%20Leonardo.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Ponce Cevallos, L. J. (2018). *Propuesta para la elaboración de preformas ecobase con menor gramaje en la Empresa Amcor Rigid Plastics*. [Tesis de Doctoral, Universidad de Guayaquil, Ecuador].
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/28196>

Porter, M. E. (1981). *The contributions of industrial organization to strategic management*. [Revista Academy of management Vol 6(4), 609-620, Estados Unidos].

<https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/amr.1981.4285706>

Porter, M. E. (1979). *How competitive forces shape strategy*. [Revista Harvard business 57, N° 2 : 137–145, Estados Unidos].

<https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=lp3v6>

Porter, M. E. (2004). *Ventaja competitiva*. [Libro, edición N° 1 , Editorial Pirámide Madrid, España].

<https://biblioteca.uazuay.edu.ec/buscar/item/62728>

Retal Industries LTD, *PET Preform*. [Página Web Empresa Retal Industries].

<https://www.retalgroup.com/es/products/preforms/>

Rincon Rodríguez, F. Y. (2016). *La gestión de calidad y la rentabilidad en las empresas del sector textil en el distrito de La Victoria, año 2015*. [Tesis de Licenciatura, Universidad de San Martín de Porres, Lima-Perú].

<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/2758>

Ramos Rosas, C. D. (2020). *La Gestión de Calidad, la Competitividad, el Financiamiento y la Formalización en las Mype de la Provincia de Sullana, Perú*. [Revista Tecnológica-ESPOL, 32(1), 5-5., Ecuador].

<http://www.rte.espol.edu.ec/index.php/tecnologica/article/view/699/413>

Roque Paredes, A. y Roque Fernández, D. (2022) *Posicionamiento de la marca y fidelización de los clientes de la empresa Inversiones Hanaluck S.A.C., Santa Anita 2022 Vallejo tesis* [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo, Lima-Perú].

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/113828>

Sánchez, G. (2022). ¿Qué es muestra y censo? definición y proceso del diseño del muestreo [Artículo, CONSOMADI Marketing Digital, Lima-Perú].

<https://consultasobremktdigital.com/investigacion-de-mercados/que-es-muestra-y-censo/>

Sistema Integral de Información de Comercio Exterior. (2021). [Página Web SIICEX].

https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=160.00000

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2021).

Tratamiento Arancelario Por Subpartida Nacional [Página Web SUNAT].

<http://www.aduanet.gob.pe/servlet/AIScrollini?partida=3923302000>

Tejeda Villanueva, A. Blanco Jiménez, M. y Guerra Moya, S. (2019). *Factores que impulsan las importaciones de las empresas de alimentos procesados, mejorando su competitividad*. [Trabajo de Licenciatura, Universidad Autónoma de Nuevo León, México].

<http://www.scielo.org.mx/pdf/ia/v48n124/2448-7678-ia-48-124-00002.pdf>

Westreicher Guillermo (2020). *Suministro*. [Página Web Economipedia.].

<https://economipedia.com/definiciones/suministro.html>

APÉNDICE 1: Matriz de consistencia

Gestión de importación de preformas PET y la competitividad de la empresa corporación Ekan S.A.C. 2022

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	METODOLOGÍA
<p>Problema General</p> <p>¿Cómo la gestión de importación de preformas PET se relaciona con la competitividad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿Cómo la gestión de proveedores se relaciona con la calidad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022?</p> <p>¿Cómo el suministro de preformas PET se relaciona con la producción de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022?</p> <p>¿Cómo la negociación se relaciona con la rentabilidad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación de la gestión de importación de preformas PET y la competitividad de la empresa corporación Ekan S.A.C. 2022.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Determinar la relación de la gestión de proveedores de preformas PET y la calidad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022.</p> <p>Determinar la relación del suministro de preformas PET y la producción de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022.</p> <p>Determinar la relación de negociación de preformas PET y la rentabilidad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>La gestión importación de preformas PET se relaciona significativamente con la competitividad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>La gestión de proveedores de preformas PET se relaciona significativamente con la calidad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022.</p> <p>El suministro de preformas PET se relaciona significativamente con la producción de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022.</p> <p>La negociación de preformas PET se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa Corporación Ekan S.A.C. 2022.</p>	Variable X: Gestión de importación	Gestión de proveedores	Evaluación de proveedores	01 - 02 03 - 04	<p>Tipo de Investigación:</p> <p>Básica</p> <p>Nivel de Investigación:</p> <p>Correlacional</p> <p>Diseño de investigación:</p> <p>No experimental</p> <p>Censo:</p> <p>La muestra por tratarse de la totalidad de la población para el análisis de datos de estudio se consta por 50 empresas (representantes comerciales) que son clientes corporativos de la empresa Corporación Ekan S.A.C.</p>
				Negociación	Capacidad de Cotización	05 - 06 07 - 08	
				Suministro	Nivel de cumplimiento	09 - 10 11 - 12	
			Variable Y: Competitividad	Producción	Nivel ventas	13 - 14 15 - 16	
				Calidad	Nivel de garantía	17 - 18 19 - 20	
				Rentabilidad	Reducción de Costos	21-22	
						23-24	

APÉNDICE 2: Instrumento para la recolección de información

Este cuestionario tiene como propósito levantar información, para validar Gestión de importación de preformas PET y la competitividad de la empresa corporación Ekan S.A.C. 2022, que deseamos obtener. Por favor, rellene y envíe la encuesta si decide participar en el estudio.

Ahora bien, rellene lo siguiente, marcar con una (X):

Datos informativos:

A. Tipo de empresa jurídica

1. Sociedad Anónima cerrada ()
2. Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada ()
3. Empresario Individual de Responsabilidad Limitada ()

B. Tiempo de inicio empresarial

1. Menor a 5 años ()
2. 6 a 10 años ()
3. 11 años o más ()

C- Tiempo importando

1. Menor a 3 años ()
2. 4 a 10 años ()
3. 11 años o más ()

D- Giro comercial

1. Industria ()
2. Comercio ()

En cada alternativa indique con una (X) la opción que considere adecuada teniendo en cuenta la escala de valoración:

(1) Totalmente de acuerdo (2) De acuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (4) En desacuerdo (5) Totalmente en desacuerdo

GESTIÓN DE IMPORTACIÓN – DIMENSIONES / ÍNDICADORES						
Nro	GESTIÓN DE PROVEEDORES	1	2	3	4	5
1	¿Los proveedores por ser socios estratégicos de la empresa deben de asegurar el suministro en terminos de oportunidad?					
2	¿Considera importante obtener el suministro directo del fabricante porque responden de mejor forma?					
3	¿Considera que el orden burocrático es parte de realizar una gestión de proveedores para lograr un eficiente aseguramiento?					
4	¿Considera importante que la empresa debería tener el control sobre el rendimiento de los proveedores?					
Nro	NEGOCIACIÓN					
5	¿Es necesario que las cotizaciones del proveedor sean acorde a la capacidad económica de la empresa?					
6	¿Es necesario evaluar periódicamente a los proveedores e insumos para negociar los terminos del suministro y los costos?					
7	¿Es importante que una empresa logre negociar un buen acuerdo con el fabricante, para lograr el acompañamiento en el crecimiento en el mercado?					
8	¿Si la empresa planifica una convocatoria de cotizaciones permite una eficiente negociación?					
Nro	SUMINISTRO	1	2	3	4	5
9	¿Cree que la sostenibilidad de una empresa depende de que los procedimientos logísticos estén sincronizados?					
10	¿Considera importante el control del rendimiento de los proveedores para lograr una disminución de los costos de aprovisionamiento?					
11	¿Considera usted que contar con una información actualizada del stock, ayudará a un trabajo eficaz en la gestión de proveedores?:					

12	<i>¿Considera usted que la capacidad de abastecimiento de almacén influye en disponibilidad de productos solicitados?</i>					
COMPETITIVIDAD : DIMENSIONES / INDICADORES						
Nro	PRODUCCIÓN	1	2	3	4	5
13	<i>¿Es importante que la empresa logre incrementar el canal de distribución para superar las proyecciones de las ventas corporativas?</i>					
14	<i>¿El menor costo unitario permitira a la empresa desarrollar un mayor nivel de ventas y participación en el mercado?</i>					
15	<i>¿Mientras más crecen las ventas en la empresa, mayor es el nivel de reconocimiento por los clientes?</i>					
16	<i>¿La empresa debe reducir costes en todas sus operaciones, para tener una estrategia de precios competitivos?</i>					
Nro	CALIDAD	1	2	3	4	5
17	<i>¿Considera comprar con mayor frecuencia al proveedor que otorgue los mejores estándares de calidad del producto?</i>					
18	<i>¿Es importante contar con un proveedor que brinde solución rápida ante cualquier falla o irregularidad con el producto adquirido?</i>					
19	<i>¿El proveedor debería tener el cuidado en la formalidad de la documentación sobre los productos brindados?</i>					
20	<i>¿Para determinar el precio es importante contar con un producto de calidad?</i>					
Nro	RENTABILIDAD	1	2	3	4	5
21	<i>¿El incremento de ventas permite a una empresa realizar un mayor nivel de rentabilidad?</i>					
22	<i>¿Cree que una empresa puede ser rentable si su estructura de costes es adecuada?</i>					
23	<i>¿La capacidad de importar bienes e insumos repercute en la reducción de los costes variables?</i>					
24	<i>¿Para ser sostenible, una empresa debe mantener la rentabilidad en todas sus operaciones, gestionando adecuadamente los gastos y los precios?</i>					


ANEXO 01 Matriz de evaluación de expertos – Validación Encuesta

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la investigación:	GESTIÓN DE IMPORTACIÓN DE PREFORMAS PET Y LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA CORPORACIÓN EKAN S.A.C. 2022			
Línea de investigación:				
Apellidos y nombres del experto. DNI:	VALDIVIA MEYAN MARIA LAURA. 09296863			
Institución del experto:	UNIFE			
El instrumento de medición pertenece a la variable:	SI			
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
<p>Sugerencias: En la pregunta 23 del Instrumento para recolección de la información es necesario cambiar la expresión "para reducir los costos fijos" a la siguiente frase "para reducir los costos variables" ya que se reduce el costo unitario del producto.</p> <p>Mejorar la redacción en la pregunta 3: <i>¿Considera un "que el" orden burocrático es parte de realizar una gestión de proveedores para lograr un eficiente aseguramiento?</i></p> <p>Mejorar la redacción en la pregunta y 10: <i>¿Considera importante el control del rendimiento de los proveedores permite "para lograr" una disminución de los costos de aprovisionamiento?</i></p>				
 <hr style="width: 20%; margin: auto;"/>				
Firma del experto:				

ANEXO 02 Matriz de evaluación de expertos – Validación Encuesta

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la investigación:	GESTIÓN DE IMPORTACIÓN DE PREFORMAS PET Y LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA CORPORACION EKAN S.A.C. 2022			
Línea de investigación:	NUEVOS MERCADOS PARA PRODUCTOS PERUANOS EN EL CONTEXTO DE GLOBALIZACIÓN Y APERTURA COMERCIAL			
Apellidos y nombres del experto. DNI:	FLORES ROMANI JUAN VIDAL DNI 07026567			
Institución del experto:	UNIFE			
El instrumento de medición pertenece a la variable:	GESTIÓN DE IMPORTACIÓN COMPETITIVIDAD			
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
Sugerencias: En la variable: GESTION DE IMPORTACIONES, Dimensiones SUMINISTRO, Considerar oferta exportable.				
Firma del experto: 				

ANEXO 03 Matriz de evaluación de expertos – Validación Encuesta

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la investigación:	Gestión de importación de preformas PET y la competitividad de la empresa corporación Ekan S.A.C. 2022			
Línea de investigación:	Nuevos mercados para productos peruanos en el contexto de globalización y apertura comercial.			
Apellidos y nombres del experto. DNI:	Fernández Chavesta Juan Manuel			
Institución del experto:	Docente UNIFE			
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Competitividad y Gestión Comercial			
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
Sugerencias: El instrumento recoge la información para cumplir con los objetivos				
Firma del experto: <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  </div>				

ANEXO 04

- **Prueba piloto - Variable “X” Gestión de importación**

Para la consistencia interna de los 24 ítems, se procedió a verificar según variables, por lo que el instrumento fue analizado, por ello se aplicó la encuesta piloto conformada por 12 preguntas y tuvo como encuestados a 10 empresas (representantes comerciales).

Tabla 54

Confiabilidad para el instrumento – Variable X: Gestión de importación

ESTADÍSTICAS DE FIABILIDAD	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,748	12

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

En la tabla 54, se evidencia el análisis del Alfa de Cronbach que fue de ,748, teniendo un alto nivel de fiabilidad.

Tabla 55

Resumen de procesamiento de casos – Variable X: Gestión de importación

RESUMEN DE PROCESAMIENTO DE CASOS			
		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido	0	,0
Total		10	100,0

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Tabla 56*Estadísticas del total de elemento – Variable X: Gestión de importación*

ITEM	PREGUNTAS	PROMEDIO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	CORRELACIÓN ÍTEM – TOTAL
1	<i>¿Los proveedores por ser socios estratégicos de la empresa deben de asegurar el suministro en terminos de oportunidad?</i>	4,600	,516	,381
2	<i>¿Considera importante obtener el suministro directo del fabricante porque responden de mejor forma?</i>	1,500	,527	,338
3	<i>¿Considera que el orden burocrático es parte de realizar una gestión de proveedores para lograr un eficiente aseguramiento?</i>	3,400	,843	,563
4	<i>¿Considera importante que la empresa debería tener el control sobre el rendimiento de los proveedores?</i>	1,800	,632	,788
5	<i>¿Es necesario que las cotizaciones del proveedor sean acorde a la capacidad económica de la empresa?</i>	4,500	,527	,646
6	<i>¿Es necesario evaluar periódicamente a los proveedores e insumos para negociar los terminos del suministro y los costos?</i>	3,800	,788	,285
7	<i>¿Es importante que una empresa logre negociar un buen acuerdo con el fabricante, para lograr el acompañamiento en el crecimiento en el mercado?</i>	1,800	,632	,562
8	<i>¿Si la empresa planifica una convocatoria de cotizaciones permite una eficiente negociación?</i>	1,800	,788	,369
9	<i>¿Cree que la sostenibilidad de una empresa depende de que los procedimientos logísticos estén sincronizados?</i>	1,300	,483	,593
10	<i>¿Considera importante el control del rendimiento de los proveedores para lograr una disminución de los costos de aprovisionamiento?</i>	3,900	,316	,144
11	<i>¿Considera usted que contar con una información actualizada del stock, ayudará a</i>	2,000	,816	-,103

	<i>un trabajo eficaz en la gestión de proveedores?:</i>			
12	<i>¿Considera usted que la capacidad de abastecimiento de almacén influye en disponibilidad de productos solicitados?</i>	4,100	,567	,347
Alfa de Cronbach = 0,748				

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

- **Prueba piloto – Variable “Y” Competitividad**

Para la consistencia interna de los 24 ítems, se procedió a verificar según variables, por lo que el instrumento fue analizado, por ello se aplicó la encuesta piloto conformada por 12 preguntas y tuvo como encuestados a 10 empresas (representantes comerciales).

Tabla 57

Confiabilidad para el instrumento – Variable Y: Competitividad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,683	10

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

En la tabla 57, se evidencia el análisis del Alfa de Cronbach que fue de ,683, teniendo un alto nivel de fiabilidad.

Tabla 58

Resumen de procesamiento de casos – Variable Y: Competitividad

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	12	100,0
	Excluido	0	,0
Total		12	100,0

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

Tabla 59*Estadísticas del total de elemento – Variable Y: Competitividad*

ITEM	PREGUNTAS	PROMEDIO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	CORRELACIÓN ÍTEM – TOTAL
13	<i>¿Es importante que la empresa logre incrementar el canal de distribución para superar las proyecciones de las ventas corporativas?</i>	4,40	,843	,346
14	<i>¿El menor costo unitario permitira a la empresa desarrollar un mayor nivel de ventas y participación en el mercado?</i>	4,60	,516	,539
15	<i>¿Mientras más crecen las ventas en la empresa, mayor es el nivel de reconocimiento por los clientes?</i>	4,00	,816	,112
16	<i>¿La empresa debe reducir costes en todas sus operaciones, para tener una estrategia de precios competitivos?</i>	2,90	1,287	,756
17	<i>¿Considera comprar con mayor frecuencia al proveedor que otorgue los mejores estándares de calidad del producto?</i>	2,90	1,370	,466
18	<i>¿Es importante contar con un proveedor que brinde solución rápida ante cualquier falla o irregularidad con el producto adquirido?</i>	3,80	,919	,624
19	<i>¿El proveedor debería tener el cuidado en la formalidad de la documentación sobre los productos brindados?</i>	3,50	1,080	,123
20	<i>¿Para determinar el precio es importante contar con un producto de calidad?</i>	3,50	,707	,207
21	<i>¿El incremento de ventas permite a una empresa realizar un mayor nivel de rentabilidad?</i>	4,10	,738	,060
22	<i>¿Cree que una empresa puede ser rentable si su estructura de costes es adecuada?</i>	4,50	,527	,436
23	<i>¿La capacidad de importar bienes e insumos repercute en la reducción de los costes variables?</i>	4,30	,823	,570
24	<i>¿Para ser sostenible, una empresa debe mantener la rentabilidad en todas sus</i>	3,70	,949	,132

*operaciones, gestionando adecuadamente los
gastos y los precios?*

Alfa de Cronbach = 0,683

Nota. Elaboración propia obtenido del SPSS

