



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# FACULTAD DE NEGOCIOS

---

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES

“LA APLICACIÓN DEL SISTEMA COMERCIAL  
FORECAST Y SU INFLUENCIA EN LA GESTIÓN  
LOGÍSTICA DE IMPORTACIONES DE LA  
EMPRESA HUEMURA S.A.C EN EL PERIODO  
2015 – 2016”

Tesis para optar el título profesional de:

**Licenciado en Administración y Negocios Internacionales**

**Autores:**

Br. Giancarlo Catpo Rodríguez

Br. Sandra Ramírez Gonzales

**Asesor:**

Mg. Aldo Cotrina Villar

Trujillo – Perú

2016

## APROBACIÓN DE LA TESIS

El asesor y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por el Bachiller **Giancarlo Catpo Rodríguez y Sandra Micaela Ramírez Gonzales**, denominada:

**“LA APLICACIÓN DEL SISTEMA COMERCIAL FORECAST Y SU INFLUENCIA  
EN LA GESTIÓN LOGÍSTICA DE IMPORTACIONES DE LA EMPRESA  
HUEMURA SAC EN EL PERIODO 2015 - 2016”**

---

Mg. ALDO COTRINA VILLAR  
**ASESOR**

---

Mg. Alan Enrique García Gutti  
**JURADO  
PRESIDENTE**

---

Mg. María Soledad Rodríguez Castillo  
**JURADO**

---

Lic. Lindsay Karen Lazo Béjar  
**JURADO**

## DEDICATORIA

### ***A Dios***

Por hacer de mi camino el más certero, guiándome siempre con su mano divina y mostrándome día tras día las bendiciones que tiene preparadas para mí.

### ***A mi padre Javier Ramírez***

Que puso siempre en mis manos sus sueños y proyectos como padre, que ha sido mi principal referente de esfuerzo y dedicación pero sobretodo porque a través del tiempo ha luchado por hacer de mí una mujer feliz.

### ***A mi madre Rosa E. Gonzales***

Porque ha sido la amiga y cómplice de mis sueños personales y profesionales, porque continua velando por mi bienestar y ha hecho de mí una persona noble y con valores.

### ***A mi hermana Lorena Ramírez***

Porque siempre confía en mí y me recuerda cada día que la vida en familia es la bendición más grande; hermana, sé que tu futuro está lleno de éxitos de eso no tengo duda.

***Sandra M. Ramírez Gonzales***

### ***A Dios***

Por protegernos y orientarnos a continuar por el camino del bien, llenándonos de su infinita bondad y sabiduría. Por ser el artífice de cada uno de nuestros logros.

### ***A mis abuelos Juan B. Catpo y Noria Inga***

Por demostrarme que en la vida se debe emprender y seguir con cada uno de nuestros ideales, enseñándome que con esfuerzo y dedicación que todo se puede. Por inculcarme el valor de la responsabilidad, independencia y por ser una gran ayuda que Dios puso en mi camino.

### ***A mis padres Blanca R. Rodríguez y Robert Catpo***

Por ser los pilares de mi vida y amigos incondicionales, velando por mi bienestar y educación. Por ser las personas más valerosas que he conocido y qué bendigo el momento en que Dios puso a éstas hermosas personas como mis padres.

***Giancarlo Catpo Rodríguez.***

## **AGRADECIMIENTO**

A la plana docente de la Carrera Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte por ser nuestra fuente de conocimientos y enseñanzas para desarrollarnos en el ámbito profesional; y lograr una visión empresarial.

Y sobre todo a nuestro asesor Aldo Cotrina Villar, por brindarnos su apoyo en cada instante de la elaboración de este proyecto de investigación.

**Giancarlo Catpo y Sandra Ramírez**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>APROBACIÓN DE LA TESIS.....</b>	<b>ii</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS .....</b>	<b>v</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>viii</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>x</b>
<b>CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>11</b>
1.1. Realidad problemática .....	11
1.2. Formulación del problema.....	12
1.3. Justificación.....	13
1.4. Limitaciones .....	13
1.5. Objetivos .....	14
1.5.1. <i>Objetivo General</i> .....	14
1.5.2. <i>Objetivos Específicos</i> .....	14
<b>CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>15</b>
2.1. Antecedentes .....	15
2.2. Bases Teóricas .....	16
<b>CAPÍTULO 3. HIPÓTESIS.....</b>	<b>28</b>
3.1. Formulación de la hipótesis.....	28
3.2. Operacionalización de variables .....	28
<b>CAPÍTULO 4. MATERIAL Y MÉTODOS.....</b>	<b>31</b>
4.1. Tipo de diseño de investigación. ....	31
4.2. Material. ....	31
4.2.1. <i>Unidad de estudio</i> . ....	31
4.2.2. <i>Población</i> . ....	31
4.2.3. <i>Muestra</i> . ....	31
4.3. Métodos. ....	32
4.3.1. <i>Técnicas de recolección de datos y análisis de datos</i> .....	32
<b>CAPÍTULO 5. RESULTADOS .....</b>	<b>33</b>
5.4 Propuesta.....	53
<b>CAPÍTULO 7. DISCUSIÓN .....</b>	<b>63</b>

<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>66</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>67</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>68</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>72</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: ANÁLISIS DEL ÁREA DE LOGÍSTICA DE IMPORTACIONES – PRE EXPERIMENTL.....	33
TABLA N°2: ANÁLISIS DEL ÁREA DE LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN – PRE EXPERIMENTAL.....	35
TABLA N° 3: DIAGNOSTICO DE PROBLEMAS EN GESTIÓN LOGÍSTICA DE IMPORTACIONES.....	42
TABLA N° 4: ANÁLISIS DEL ÁREA DE LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN- POST EXPERIMENTAL.....	43
TABLA N° 5: ANÁLISIS DEL ÁREA DE LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN EN LA EMPRESA HUEMURA SAC EN EL PERIODO JULIO 2016 - O2016.....	45
TABLA N° 6: RESUMEN COMPARATIVO DE INDICADORES LOGÍSTICOS.....	52
TABLA N° 7: COSTOS DE OPORTUNIDAD DE ETAPA 1.....	56
TABLA N° 8: COSTOS DE OPORTUNIDAD DE ETAPA 2 – NEGOCIACIÓN.....	56
TABLA N° 9: COSTOS DE OPORTUNIDAD DE ETAPA 3.....	57
TABLA N° 10: COSTOS DE OPORTUNIDAD DE ETAPA 4.....	58
TABLA N° 11: COSTOS DE OPORTUNIDAD DE ETAPA 5.....	55
TABLA N° 12: CUADRO RESUMEN DE COSTOS DE OPORTUNIDAD DE IMPLEMENTAR PROPUESTA DE MEJORA.....	62

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>FIGURA N° 1: PORCENTAJE DE PEDIDOS QUE SE ENTREGAN A TIEMPO A LOS CLIENTES.....</b>	<b>38</b>
<b>FIGURA N° 2: PORCENTAJE DE PEDIDOS QUE SE ENTREGAN FÍSICAMENTE CONFORMES A LOS CLIENTES.....</b>	<b>39</b>
<b>FIGURA N° 3: PORCENTAJE DE PEDIDOS QUE SE ENTREGAN COMPLETOS A LOS CLIENTES.....</b>	<b>39</b>
<b>FIGURA N° 4: METAS DE VENTAS ESTABLECIDAS DURANTE EL PERIODO JUNIO 2015- JUNIO 2016.....</b>	<b>40</b>
<b>FIGURA N° 5: FRECUENCIA DE SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LAS METAS ESTABLECIDAS.....</b>	<b>40</b>
<b>FIGURA N° 6: PLANEAMIENTO PERIÓDICO DE LA DEMANDA DE HUEMURA SAC DURANTE EL PERIODO JUNIO 2015- JUNIO 2016. ....</b>	<b>41</b>
<b>FIGURA N° 7: PLANEAMIENTO CONJUNTO ÁREA COMERCIAL Y LOGÍSTICA.....</b>	<b>41</b>
<b>FIGURA N° 8: PERCEPCIÓN ACERCA DEL TIEMPO DE RESPUESTA A LOS REQUERIMIENTOS DEL COMERCIAL.....</b>	<b>42</b>
<b>FIGURA N° 9: PORCENTAJE DE PEDIDOS QUE SE ENTREGAN A TIEMPO A LOS CLIENTES.....</b>	<b>48</b>
<b>FIGURA N° 10: PORCENTAJE DE PEDIDOS QUE SE ENTREGAN FÍSICAMENTE CONFORMES A LOS CLIENTES.....</b>	<b>48</b>
<b>FIGURA N° 11: PORCENTAJE DE PEDIDOS QUE SE ENTREGAN COMPLETOS A LOS CLIENTES.....</b>	<b>49</b>
<b>FIGURA N° 12: METAS DE VENTAS ESTABLECIDAS DURANTE EL PERIODO JULIO 2016- OCTUBRE 2016. ....</b>	<b>49</b>
<b>FIGURA N° 13: FRECUENCIA DE SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LAS METAS ESTABLECIDAS.....</b>	<b>50</b>
<b>FIGURA N° 14: PLANEAMIENTO PERIÓDICO DE LA DEMANDA.....</b>	<b>50</b>
<b>FIGURA N° 15: PLANEAMIENTO CONJUNTO ÁREA COMERCIAL Y LOGÍSTICA....</b>	<b>50</b>
<b>FIGURA N° 16: PERCEPCIÓN ACERCA DEL TIEMPO DE RESPUESTA A LOS REQUERIMIENTOS DEL COMERCIAL.....</b>	<b>51</b>

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación trata sobre la implementación del sistema comercial Forecast en el proceso de adquisición de materiales de la empresa Huemura SAC y su influencia en la gestión logística de importaciones.

El diagnóstico que se ha realizado en la empresa Huemura SAC, nos ha mostrado deficiencias en los siguientes puntos: seguimiento, control, metas de ventas no establecidas por periodos; pedidos que no eran entregados a tiempo, inconformes e incompletos; falta de respuesta a los pedidos por las diferentes áreas de la empresa; sobre costos de almacén y duda razonable; retraso en entregas y distribución de los productos; y demora en almacén, por lo tanto se ha propuesto un sistema de mejora continua en los procesos de importaciones de los productos en la empresa (sistema comercial Forecast). Entonces esta propuesta se presenta con el fin de mejorar, y que al implementarse, se logrará una reducción de costos considerable, y así se evitarán los problemas antes mencionados

Posteriormente se utilizó la prueba de diferencia de medias porque se realiza para situaciones en donde la misma personas han sido medidos en dos ocasiones distintas por ejemplo un pre- test y un post- test, y como resultado se obtuvo una variación positiva en la cual se concluye que la propuesta de un sistema de gestión logística de importaciones basado en el uso eficiente del sistema Forecast, sea significativa y aprovechada por la empresa Huemura S.A.C para que puedan seguir mejorando su gestión

La Propuesta de Mejora, muestra un aumento del 30% en la eficiencia del proceso de logística ya que se evita que el capital en los almacenes de la empresa (sobre stock) sean utilizados de manera eficiente, y así se recupera la pérdida de mercadería posibilitando un incremento en la rotación de los inventarios y un adecuado análisis de las proyecciones de venta y la gestión del proceso de logística para incrementar la rentabilidad.

Finalmente se recomienda que al realizar esta propuesta de mejora en la obra, el personal involucrado en el área de logística, en su totalidad, deberá estar debidamente enterado del contenido de este trabajo, con la finalidad de evitar puntos débiles y fortalecer la gestión misma, facilitando lograr los objetivos de la empresa.

## ABSTRACT

The present research work is about the implementation of the Forecast commercial system in the process of acquisition of materials of the company Huemura SAC and its influence in the import logistics management.

The diagnosis that has been made in the company Huemura SAC, has shown deficiencies in the following points: monitoring, control, sales goals not established by periods; Orders that were not delivered on time, nonconforming and incomplete; Lack of response to orders by different areas of the company; On warehouse costs and reasonable doubt; Delay in deliveries and distribution of products; And delay in warehouse, therefore a system of continuous improvement in the processes of imports of the products in the company (Forecast commercial system) has been proposed. Then this proposal is presented in order to improve, and that when implemented, a considerable cost reduction will be achieved, thus avoiding the aforementioned problems

Subsequently, the mean difference test was used because it is performed for situations where the same persons have been measured on two different occasions, for example a pretest and a posttest, and as a result a positive variation was obtained in which Concludes that the proposal of an import logistics management system based on the efficient use of the Forecast system is significant and taken advantage of by the company Huemura SAC so that they can continue to improve their management

The Improvement Proposal shows a 30% increase in the efficiency of the logistics process as it avoids that the capital in the warehouses of the company (over stock) are used efficiently, thus recovering the loss of merchandise making it possible An increase in the turnover of the inventories and an adequate analysis of the projections of sale and the management of the logistics process to increase the profitability.

Finally, it is recommended that in making this proposal for improvement in the work, the personnel involved in the logistics area, in its entirety, should be properly aware of the content of this work, in order to avoid weak points and strengthen the management itself, Facilitating the achievement of the company's objectives.

## CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1 Realidad problemática

A partir del año 2010 el comercio internacional se ha convertido en una actividad importante para el desarrollo de nuestro país y esto fomenta la productividad.

Desde hace ya unos años los países han ejercido el comercio de forma multilateral y fluida, las fronteras se han acortado y eso hace factible el intercambio de bienes y servicios entre dos o más países todo ello indica que el aislamiento económico ha quedado atrás (Brandly, 2005).

Las condiciones del mercado actualmente ocasionan una elevada competencia en el sector de Distribución mayorista por lo que las empresas están buscando reducir sus costos para ofrecer un mejor precio de venta con la calidad exigida por el cliente, la globalización de la economía y el fuerte incremento de la competencia obligan a las empresas a optimizar los recursos de los cuales disponen, con el objetivo de generar ventajas competitivas que les permitan obtener ingresos y beneficios, propiciando su viabilidad económica y su crecimiento. Por ello, la gestión adecuada de las operaciones empresariales y el control de los gastos, son aspectos vitales para la subsistencia de las organizaciones (Gonzales de la Rosa, 2013).

El Perú ha experimentado un crecimiento constante en sus exportaciones desde el 2009 hasta el 2012, sin embargo en el año 2014 las exportaciones alcanzaron US\$ 3 149 millones, monto que representó una caída de 18% con respecto al año 2013. Este resultado está asociado fundamentalmente al descenso en 24 % de las exportaciones tradicionales (US\$ 1087 millones) (Ministerio de comercio Exterior y Turismo, 2014).

En cuanto a las importaciones en diciembre de 2014 las importaciones peruanas llegaron a US\$ 3207 millones, lo que representa una caída del 1 % con respecto a similar mes del año 2013. Las importaciones de Bienes de capital y materiales construcción (US\$ 1052 millones) aumentaron en 1%, las importaciones de Materias Primas y Productos intermedios (US\$ 1419) disminuyeron en 6%, mientras que los bienes de consumo (US\$ 735 millones) aumentaron en 7%. Con este resultado las importaciones totales Enero – Diciembre sumaron US\$ 43 281 millones, lo cual representa un incremento de 2.6 % respecto al mismo periodo del 2012. («Mincetur - Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Mincetur | Ministerio de Comercio Exterior y Turismo», s. f.)

El planeamiento de ventas y la gestión logística están estrechamente ligadas, podemos decir que la gestión logística viene a ser un proceso que crea un valor importante en la optimización del uso de los recursos; con la expansión del comercio, la llegada de la globalización y los tratados de libre comercio, ha permitido hacer que las empresas sean más competitivas. No solo pueden vender sus productos fuera de su país de origen y competir a nivel internacional sino que también pueden adquirir materia prima de mejor calidad y a menor precio. Es por estos motivos que se habla de logística y comercio internacional.

Se le denomina proveedor a la persona o empresa que abastece a otras empresas con bienes o servicios, los cuales serán transformados para ser vendidos posteriormente o directamente se compran para su venta (Economic, 2012).

Los bienes adquiridos están dirigidas directamente a la actividad o negocio principal de la empresa que los compra.

Para que una compañía inicie sus actividades, necesitan adquirir existencias y servicios y para ello necesitan de un proceso de búsqueda y selección de sus proveedores que estén en capacidad de abastecerlos con productos más adecuados a sus necesidades, este proceso es normalmente realizado por el área de Compras. El fin de todo esto es elaborar una lista de los posibles proveedores y después de un análisis exhaustivo, seleccionar al más adecuado.

Cuando se ha seleccionado un proveedor se deben tomar en cuenta factores tales como, cotización, precio, calidad, tiempo de entrega, forma de pago, seriedad, validez de la oferta, de igual forma cuando se adquiere un producto por importaciones debe analizar los costos de la existencia más los costos del procedo de importación del producto hasta que está en nuestros almacenes listo para su distribución.

El costo de importación incluye el precio de compra, más todos los gastos incurridos para poner el producto importado en el almacén de la empresa. Estos gastos adicionales están constituidos por fletes, seguros impuestos afectos al producto adquirido, transporte nacional, gastos aduaneros, adicional a ello los gastos administrativos generados por los entes que ejecutan la compra (Cuenca, 2010).

Huemura SAC es una empresa peruana con más de 17 años en el mercado nacional dedicada a la importación y distribución de materiales para la industria y construcción.

Sus productos son importados directamente de los fabricantes, los cuales cuentan con la calidad necesaria para su libre comercialización en el mercado y que cumplen con los requisitos establecidos en la normativa técnica nacional.

El proceso de compras se ve apoyado en base al planeamiento comercial que se realiza dentro de la organización, desde hace 3 meses se viene poniendo en ejecución el uso de un sistema Forecast el cual permite evaluar datos históricos para planificar las ventas de los siguientes periodos. Los presupuestos considerados usualmente como parte fundamental de las finanzas, se convierten entonces, en el principal apoyo a la estrategia comercial de la empresa; proporcionando una serie de controles y parámetros para la toma de decisiones; y visualizando cuantitativamente la situación de la empresa en un momento dado (objetivos del plan maestro).

El pronóstico de ventas es la parte central del proceso estratégico de planeación puesto que se convierte en la piedra angular de toda planeación, presupuestación y toma de decisiones operativas de la empresa. Los gerentes de ventas se preocupan por cinco niveles del cálculo de demanda que ayudan en el proceso de definir el verdadero potencial del mercado, pero que no se tocan a fondo por no tratarse del tema central de este trabajo de investigación, sin embargo se mencionaran como referencia a continuación (Anderson, 1992).

Es importante que las empresas reconozcan que el empleo de instrumentos de planeamiento en las ventas tiene una repercusión en la gestión logística y en los resultados reflejados cuantitativamente.

## 1.2 Formulación del problema

¿De qué manera la aplicación del sistema comercial FORECAST influyó en la gestión logística de la Empresa HUEMURA SAC en el periodo 2015 – 2016?

### **1.3 Justificación**

Es evidente que el sector industrial es un verdadero motor para la economía y el desarrollo de un país, es una actividad que dinamiza el desarrollo y que impulsa el progreso. Por estas razones, el comercio de distribución mayorista es percibido como un sector muy importante.

#### **1.3.1 Justificación teórica**

La presente investigación encuentra su justificación en los Procesos de mejora continua de las empresas.

El mejoramiento continuo, más que un enfoque es una estrategia y como tal constituye una serie de programas generales de acción y despliegue de recursos para lograr objetivos completos en todos los procesos en que se aplique

Desde el Método General de Solución de Problemas (considerado el más simple y antiguo) hasta los contemporáneos como el Programa Permanente de Mejoramiento de la Productividad (Pacheco, 1993) tiene como puntos comunes los siguientes;

- Carácter cíclico.
- Demandan participación activa y compromiso del recurso humano.
- Recorren el camino síntoma – causa – solución, reforzando la necesidad del diagnóstico.
- Contribuyen a la creación de una cultura organizacional.
- Marcado énfasis en el desempeño vinculado a los objetivos.
- Papel preponderante la dirección con un enfoque estratégico.
- Requieren del control y evaluación de los resultados mediante indicadores.

#### **1.3.2 Justificación aplicativa**

La presente investigación encuentra su justificación practica en que ayudara a la empresa Huemura SAC a que se produzcan mejoras en la gestión logística dándole el pleno conocimiento de cuáles son las variables que fomentaron estos resultados favorables tras la aplicación del sistema planteado

#### **1.3.3 Justificación valorativa**

La realización de este trabajo expone la importancia que tiene para generar una administración eficiente y sea un punto clave para ser más competitivos en el mercado; .permite visualizar, entender y comprender los efectos de las proyecciones comerciales en la eficiente gestión logística.

#### **1.3.4 Justificación académica**

Esta investigación tiene como fin académico ser de gran aporte en la carrera de administración y negocios internacionales ya que marcara un precedente para que el comercio internacional siga siendo materia de estudio y análisis en los diferentes cursos de Logística y distribución física internacional.

## 1.4 Limitaciones

- a. La cantidad de tiempo requerido fue muy corto para hacer un estudio más detallado de cada proceso dentro de la cadena de suministro.
- b. Que los estudios y logros realizados no sean tomados en cuenta después de haber mostrado la mejora.
- c. Para hacer una correcta investigación a través de entrevistas, los trabajadores del área de logística y comercial, no cuentan con todo el tiempo disponible.

## 1.1. Objetivos

### 1.5.1 Objetivo General.

Evaluar de qué manera la aplicación del sistema comercial Forecast influyó en la gestión logística de importaciones de la empresa Huemura SAC en el periodo 2015 – 2016.

### 1.5.2 Objetivos Específicos.

- 1) Diagnosticar la situación de la empresa en las áreas comercial e importaciones antes de aplicar el sistema forecast en la gestión en los años 2015- 2016.
- 2) Diagnosticar la situación de la empresa en las áreas comercial e importaciones durante la aplicación del sistema forecast en la gestión del año 2016.
- 3) Proponer un sistema de gestión logística de importaciones basado en el uso eficiente del sistema Forecast en la empresa Huemura SAC en el año 2016.

## CAPITULO 2: MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes

Para dar soporte y apoyo al tema de investigación, se han revisado algunos estudios con respecto al mismo tema. Así se obtiene lo siguiente:

Tal como señala Hernández (2001) en su tesis “Modelo de Presupuestación de ventas y control de compras para una comercializadora de calzado en la Zona Metropolitana de Guadalajara”, Los pronósticos de ventas, forman parte de la estrategia comercial de una empresa, y esta a su vez de la planeación. Ambas elementos fundamentales de la administración del negocio propiamente dicho, antes de formar parte de su actividad financiera.

Las proyecciones de venta son dinámicas, al igual que nuestro mercado y la infinidad de factores que lo influyen. La manera de disminuir esta incertidumbre sería detectando aquellos factores que tienen mayor influencia sobre el mercado, y por lo tanto sobre la estacionalidad de las ventas. Habría que evaluar el costo beneficio de una desviación del 10% que en general no es perjudicial para la empresa, en comparación con la elaboración de una investigación que de momento requerirá de una inversión más o menos grande.

La conclusión de esta publicación es: que la evaluación como en todo proceso administrativo es indispensable pero antes, lo es el establecimiento de objetivos para los varios procesos inherentes a la empresa que están relacionados directamente con las ventas y por lo tanto con las compras es aspectos como: la rotación y el nivel de inventarios, el capital de trabajo y la estrategia comercial que harán una empresa más rentable y por lo tanto, con mayor valor para el mercado y para los inversionistas de dicho negocio.

Por otro lado, Saavedra (2011), en su tesis “Programa de pronóstico de ventas basado en métodos cualitativos y cuantitativos”, señala que este programa de predicción permite entender mejor el proceso de elaboración de pronósticos, evitando y aclarando errores que las personas comenten en el momento en que elaboran sus pronósticos.

Este programa combinará un factor importante, que es la inclusión de dos componentes que normalmente no usan otros programas: la componente cíclica y la componente irregular, indica que las empresas realizan pronósticos de la demanda de sus productos o servicios para calcular sus ventas futuras (pronóstico de ventas) y establecer sus planes de producción (Requerimientos de materiales, insumos, etc.).

Se sabe que muchas empresas no consideran otras componentes, y emplean un sistema de pronóstico lineal y simple. Esto trae consigo que los ajustes que ellos hacen sean muy alejados de la realidad y no reflejen la verdadera demanda.

Finalmente, Cárdenas (2013), “Análisis y Propuestas de Mejora para la Gestión de Abastecimiento de una Empresa Comercializadora de Luminarias” afirma que el pronóstico de la demanda, la frecuencia de colocación de compras y el nivel y la gestión de compras e inventario deben estar completamente vinculados entre sí para tener un inventario adecuado para las ventas mensuales. Las proyecciones son de vital importancia para que la meta mensual de ventas esté alineada al pronóstico valorizado, para que las compras de abastecimiento no generen sobre stock.

Los autores indican la importancia, de los pronósticos para el planeamiento estratégico de las operaciones principales de la empresa, ya sea de aprovisionamiento (compras) o de distribución (ventas).

## 2.2 Bases Teóricas

Como ya es de nuestro conocimiento, las empresas han evolucionado apoyadas en estrategias de gestión que les han permitido mantenerse, crecer posicionarse estratégicamente en este mercado competitivo, en la presente investigación es necesario aclarar algunos fundamentos teóricos que posteriormente permitirán reforzar y rediseñar los procesos de gestión logística de importaciones para el éxito de la empresa Huemura SAC.

### 2.2.1 Demanda

Kotler (2002) afirma que la demanda es el deseo que se tiene de un determinado producto, estando respaldada por una capacidad de pago. De donde se infiere que la demanda define la relación entre la cantidad de un bien o servicio que los clientes y consumidores están dispuestos a comprar y el precio de ese bien o servicio en particular. La relación entre la cantidad y el precio es inversamente proporcional dado el hecho de que las personas están dispuestas a comprar más cantidad a un menor precio y viceversa. Uno de los supuestos para que exista demanda es el hecho de que todas las personas tienen capacidad de compra o adquisitiva.

Algunas de las variables que afectan la demanda son:

- El ingreso de personas
- Los gustos y preferencias del consumidor
- El precio de los productos relacionados.

El ingreso de las personas delimita hasta qué punto las personas están dispuestas a gastar por un bien o servicio en particular. Los gustos del consumidor vienen relacionados con la calidad del bien o servicio y su utilidad. Finalmente, el precio de los productos viene definido por el mercado. Dependiendo del tipo de bien o servicio y del número de oferentes y demandantes se fija un precio de mercado que define el equilibrio entre la oferta y la demanda (Fleitas, 2010).

#### 2.2.1.1 Unidades Estadísticas de Proyección de Demanda

Las unidades estadísticas son valores estadísticos que representan una ponderación relacionada con la necesidad de un determinado producto en un consumidor promedio. Son de gran utilidad porque permiten comparar los niveles de ganancia de elementos de distinta naturaleza y así conocer cuáles representan mayores ingresos para ya compañía y por lo tanto cuáles son los productos y categorías clave en el mercado de cada país.

La mayor importancia de las unidades estadísticas viene dada cuando se hace una proyección general de ventas. Al hacer los cálculos utilizando unidades estadísticas se pueden hacer comparaciones entre artículos de distintas categorías, no solo a nivel de ventas sino a nivel de volumen, esto debido a que para la compañía no es lo mismo vender una caja de un producto costoso que una caja de un producto económico. Una vez que las ventas fueron ponderadas, se puede proceder a calcular otras variables.

#### 2.2.1.2 Ventas

La venta de un bien dada por la transacción económica derivada de la oferta de un bien y su respectiva demanda, dirigida por un precio establecido por el mercado (Pindyck, 2001). Las ventas pueden ser medidas de múltiples formas y se dividen en dos grupos: (Llamas, 2004).

- Ventas directas: Son aquellas que se realizan directamente a los consumidores fuera de locales o establecimientos comerciales particulares.
- Ventas indirectas: Son aquellas ventas realizadas gracias a un

intermediario como tiendas detallistas o establecimientos.

Existen tres tipos distintos de ventas:

#### 2.2.1.2.1 Ventas Brutas:

Las ventas brutas son calculadas multiplicando el precio de un producto (ponderado por su unidad estadística) por la cantidad vendida. En compañías con presencia en varios estados es común convertir las ventas brutas en dólares para comparar unas con otras, por lo cual el tipo de cambio forma parte del cálculo.

$$VB = \frac{\text{PRECIO UNITARIO} * \text{CANTIDAD}}{x}$$

(\$)

#### 2.2.1.2.2 Ventas Brutas con descuentos:

Las ventas brutas con descuentos son calculadas tomando las ventas brutas y restando los descuentos logísticos que se ofrecen a los clientes.

Los descuentos logísticos son reducciones de precios que se hacen a determinados clientes como distribuidores o mayoristas locales que hacen compras que cumplan con determinados requisitos que facilitan el proceso de ventas de. Por ejemplo, elementos como el pronto pago, la compra de un furgón de mercancía o de un camión, representan descuentos logísticos y por lo tanto el cliente se ve beneficiado por ello en la factura final. Al aplicar estos descuentos a las ventas brutas se obtiene la siguiente expresión:

$$VBD = X (1 - \% \text{DESCUENTO})$$

#### 2.2.1.2.3 Ventas Netas:

Las ventas netas son calculadas luego de restarle al NSR dos tipos de inversiones:

- Fondo de Desarrollo de negocios Este tipo de inversión se encuentra enfocada principalmente en los clientes. El objetivo es lograr una promoción de las marcas que ofrece la compañía a cambio de iniciativas que promuevan la mejoría del establecimiento de compra o de algún elemento de mercadeo que beneficie tanto al cliente como a la compañía.

- Reducción Temporal de Precios:

Este tipo de inversión se encuentra relacionada con el consumidor final, la forma en la que se ejecuta es por medio de ofertas. Estas ofertas deben transmitirse a lo largo de la cadena de suministro para llegar hasta el consumidor final y que éste sea el beneficiado.

#### 2.2.1.3 Herramientas tecnológicas de Predicción Comercial.

Una herramienta tecnológica es la composición de instrumentos para facilitar el desempeño de determinadas actividades por medio de la tecnología. En otras palabras, las herramientas tecnológicas son programas o instrumentos informáticos que permiten la ejecución de tareas de una forma sencilla y computarizada (Arango y Ricarte, 2006).

Gracias al uso de herramientas tecnológicas es posible diseñar sistemas que faciliten las tareas y actividades que se desarrollan en distintas áreas empresariales. Las herramientas tecnológicas se caracterizan por servir de base para la creación de distintos sistemas que tengan propósitos diversos en el ambiente en el que sean implementados.

#### **2.2.1.3.1. Proceso de Proyección de Ventas o Forecast**

El Forecasting consiste en la estimación y el análisis de la demanda futura para un producto en particular, componente o servicio, utilizando inputs como ratios históricos de venta, estimaciones de marketing e información promocional, a través de diferentes técnicas de previsión.

En este sentido, el forecasting en logística abarca la predicción de la demanda con el objetivo de mejorar el flujo de información en la cadena de suministro de las empresas y por tanto preparar a la organización en el sentido de medios técnicos, humanos y financieros para soportar las operaciones futuras de la empresa: estimación de compras, producción, necesidades de almacenaje, transportes, etc.

El Sistema Forecast es una estimación de las ventas netas de la compañía cada cierto periodo definido por la misma. Los meses referenciales históricos son aquellos en los cuales ya se conoce cuánto se vendió a nivel de volumen, ventas brutas y ventas netas. Por lo tanto, a medida que la proyección se acerca de un mes a otro, gana en precisión porque es necesario proyectar un menor número de meses.

La proyección es la acción de lanzar un cuerpo pesado o la representación de un cuerpo, sobre un plano. Podemos concluir que los 3 son complementarios, mas no iguales, pero para fines de este trabajo nos referiremos a ellos sin discriminación.

La planeación es la primera tarea del administrador o director, porque proporciona la dirección y la estrategia para todas las decisiones y las actividades de la empresa.

Como parte del plan maestro de una empresa se establecen las estrategias, usualmente para cada una de las áreas que la integran (publicidad, comercialización, finanzas, contabilidad, producción, compras). Si tomamos en principio el concepto de mercadotecnia, todas estas actividades o estrategias estarán enfocadas a lo que el mercado necesita, desea o teme y apoyaran una estrategia de comercialización conjunta que satisfaga dicho mercado y a la vez genere utilidades para la empresa.

El pronóstico de ventas es la parte central del proceso estratégico de planeación puesto que se convierte en la piedra angular de toda la planeación, Presupuestación y toma de decisiones operativas de la empresa. Los gerentes de ventas se preocupan por cinco niveles del cálculo de demanda que ayudan en el proceso de definir el verdadero potencial del mercado, pero que no se tocan a fondo por no tratarse del tema central de este trabajo de investigación, sin embargo se mencionaran como referencia a continuación:

La capacidad del mercado: es la cantidad máxima de un producto o servicio que el mercado podría utilizar sin importar el precio del producto.

El potencial del mercado: es la mayor venta posibles en toda una industria de un producto o servicio a los largo de un periodo determinado.

El potencial de ventas: es el potencial de la mayor participación del mercado que una empresa determinada puede esperar alcanzar.

El pronóstico de ventas: es la mejor estimación de las ventas en dinero o en unidades de la empresa a alcanzar durante un periodo

determinado bajo un plan propuesto de marketing (tema de investigación de esta tesis).

Las cuotas de ventas: son las metas u objetivos de ventas que se asignan a vendedores individuales o a la fuerza de ventas en su totalidad.

#### **2.2.1.3.1.1. Propósitos de un presupuesto**

Los presupuestos sirven para tres propósitos principales: planeación, coordinación y control de las actividades de la empresa.

- A) Planeación. Para lograr las metas y objetivos del negocio, los gerentes deben delinear las tareas esenciales y estimar sus costos. De este modo, el fijar presupuestos es una clase de planeación de utilidades debido a que es un plan operacional expresado en términos financieros y diseñados para proporcionar una guía de acción tendiente al logro de los objetivos de la empresa. A pesar de que el periodo típico de un presupuesto es un año, existen presupuestos de corto alcance para fines de facilitar su control, especialmente en empresas que tienen ventas estacionales. Algunas organizaciones operan sobre un presupuesto continuo al proyectar un mes o un trimestre por anticipado cada vez que termina un mes o trimestre. Este procedimiento fuerza a los gerentes a revisar continuamente y actualizar su presupuesto en respuesta a las oportunidades y problemas externo e internos.
- B) Coordinación. Para obtener resultados con sinergia de una mezcla de marketing coordinada, los presupuestos de todas las funciones de marketing en especial ventas necesitan integrarse muy estrechamente. A menos que sean complementarios y cooperativos todos los departamentos o áreas de la empresa, los presupuestos no se utilizaran de forma eficiente.
- C) Control. Los presupuestos también proporcionan estándares financieros para evaluar resultados reales contra cifras que se presupuestaron. Cualquier diferencia es una desviación del presupuesto, ya sea en su aplicación o en su veracidad respecto a la realidad. Las desviaciones favorables indican áreas en las que el gerente podría reducir presupuestos futuros, en tanto que las desviaciones desfavorables revelan costos no anticipados que requieren análisis y acciones correctivas.

#### **2.2.1.3.1.2 Ventajas que brindan los presupuestos:**

Motiva a la alta gerencia para que definan adecuadamente los objetivos básicos de la empresa.

Propicia que se defina una estructura adecuada, determinando la responsabilidad y autoridad de cada una de las partes que integran la organización

Cuando existe la motivación adecuada incrementa la participación de los diferentes niveles de la organización

Obliga a mantener un archivo de datos históricos controlables

Facilita a la administración la utilización óptima de los diferentes insumos.

Facilita la participación e integración de las diferentes áreas de la compañía

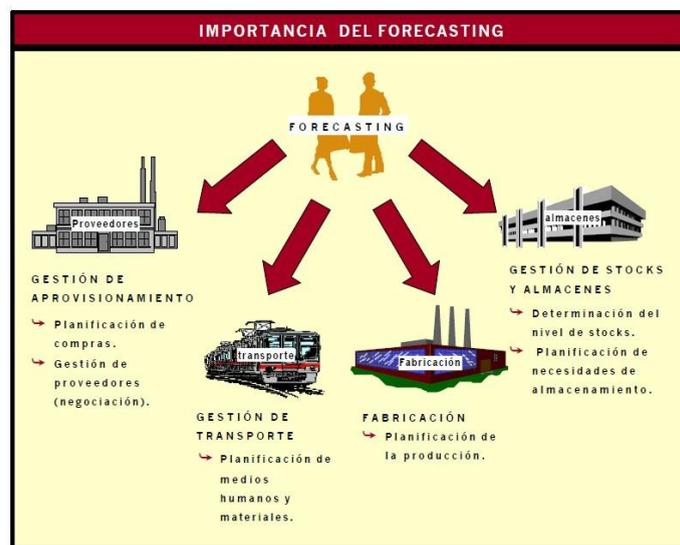
Obliga a realizar el control administrativo

Es un reto que constantemente se presenta a los ejecutivos de una organización para ejercitar su creatividad y criterio profesional a fin de mejorar la empresa.

Ayuda a lograr mayor eficacia y eficiencia en las operaciones

### 2.2.1.3.1.3 Importancia de Forecasting

En la actualidad, la disposición de forecast o previsiones de demanda, constituye una parte fundamental de la logística por las implicaciones que una variación en ésta supone en los principales procesos de la cadena de suministro (gestión de stocks, aprovisionamiento, transporte, fabricación, nivel de servicio, etc.) y por los beneficios que proporciona su correcta estimación y control.



### 2.2.1.3.1.4 Tipos de Proyecciones

#### A) Proyecciones Mayores:

Son aquellas que se ejecutan cada trimestre y tienen como fin hacer la proyección desde el mes siguiente al que se ejecuta hasta el final del año fiscal. Son cuatro proyecciones mayores a lo largo del año fiscal:

**Proyección FPF:** Es la primera proyección que se hace para el siguiente año fiscal, se ejecuta entre Febrero y Marzo del año Fiscal anterior. Se hace una proyección para todo el año fiscal desde julio hasta junio.

**Proyección de Octubre:** Es la segunda proyección que se hace en el año fiscal, se ejecuta en agosto y hace una proyección de ventas desde septiembre hasta junio.

Proyección de Enero: Es la tercera proyección del año fiscal, se realiza en el mes de noviembre y hace una proyección de ventas desde diciembre hasta junio.

Proyección de Abril: Es la cuarta proyección del año y consiste en hacer la estimación de las ventas desde mayo hasta junio.

B) Proyecciones Menores:

Estas proyecciones tienden a hacerse entre los meses de proyecciones menores y tienen como objetivo hacer ajustes a las proyecciones mayores en caso de que hayan cambiado las condiciones de la estimación anterior en forma considerable. De igual forma son útiles para corregir errores que se hayan cometido en estimaciones previas y permiten llevar un mejor seguimiento de los nuevos productos que se piensan ingresar en cada mercado mes a mes.

Finalmente agilizan la ejecución de proyecciones mayores ya que siempre se van a ingresar cambios contra la proyección del mes anterior y no contra la última proyección mayor hecha.

#### 2.2.1.3.5. Definición del Proceso Forecast

Las compañías deben tener definido el proceso de elaboración de Forecasts, de manera que permita establecer y conocer con exactitud:

Las actividades relacionadas con el proceso del desarrollo de Forecasts son:

1.- Generar Forecasts estadísticos a partir de la demanda histórica siempre que existan. A partir de las ventas históricas, es decir, de datos más o menos cuantitativos se generan los Forecasts con la técnica de desarrollo utilizada por la compañía (medias móviles, regresión, modelos econométricos, etc.). Asimismo, debe incluir el resultado del análisis de la coyuntura y del estado del mercado.

2.- Integrar la demanda actual al forecast utilizado. Las compañías deberían utilizar indicadores de la demanda para mejorar los forecasts, por ejemplo, deberían tener conocimiento sobre la cantidad de ventas que han perdido por roturas de stocks, la información de las primeras ventas (desviación acumulada), etc. Incorporando y asumiendo esta información, se consigue obtener un mejor entendimiento sobre la demanda real de cada producto, el cual permite hacer mejor la estimación de las ventas perdidas y del forecasting futuro.

3.- Incorporar información cualitativa. Una vez elaborado y actualizado el forecast con la información que se disponga, se debe realizar un proceso de análisis y de aportación personal, en base a la experiencia y conocimiento del área responsable de su realización.

4.- Identificar y resolver problemas. Las compañías deben disponer de un sistema de identificación de los errores del forecasting, de manera que pudiera mejorar la precisión de los Forecasts futuros.

5.- Revisar forecast. Antes de dar por finalizado el forecast es aconsejable revisar y analizar los resultados que se obtienen. Por

ejemplo, contrastarlo sobre el real anterior, ver detalles a bajo nivel de agregación, etc.

6.- Finalizar el forecast. La finalización del forecast implica la elaboración de la documentación soporte para la presentación a la dirección.

#### **2.2.1.3.6. Mejora del Forecast**

Según un estudio elaborado por Marshall L.Fisher, Ananth Raman y Anna Sheen McClelland, las empresas pueden mejorar significativamente la precisión de sus Forecasts mediante la realización de las siguientes actividades:

Actualizar las previsiones en base a los datos iniciales de las ventas. Las compañías distribuidoras que explotan esta información y la utilizan para la planificación de la producción e inventarios, pueden multiplicar más de la mitad sus beneficios (sobre todo distribuidores de productos ciclos de vida cortos, como libros, música, ropa, etc.).

Los gráficos siguientes muestran cómo el forecast realizado en base a la información de la red de ventas tiene un error del 55%, mientras que el forecast realizado y actualizado a partir de los datos de las ventas iniciales muestra un error del 8%:

Analizar la precisión de los Forecasts.

Es necesario conocer el grado de error del forecast elaborado. Para ello, la compañía debe establecer mecanismos de control y análisis de los Forecasts, detectar las desviaciones en relación con las ventas reales, analizar las causas, establecer las acciones de mejora oportunas para asegurar la fiabilidad en futuros Forecasts. El análisis de las causas de las desviaciones de Forecasts es uno de los aspectos más relevantes para asegurar la fiabilidad de los mismos, y sin embargo, es también uno de los menos practicados.

Probar la aceptación en el mercado de los nuevos productos, antes y después de su lanzamiento. Testar los nuevos productos en diversos puntos de venta antes de su lanzamiento puede orientar y definir las posibilidades de éxito de un producto.

Utilizar distintos métodos de elaboración de Forecasts. La mayoría de las empresas utiliza un solo método de elaboración de Forecasts, pero es recomendable la utilización sistemática de otros métodos para entender las diferencias que se generan entre éstos y los normalmente utilizados, ya que existen tendencias a sobrevalorar o infravalorar los Forecasts, dependiendo de los departamentos facilitadores de la información y los objetivos de éstos.

### **2.2.2 Gestión Logística Integral**

La logística es un concepto desarrollado desde hace mucho tiempo, sus inicios fueron en el contexto militar y fue hasta después de la segunda guerra mundial que se empezó a tomar en cuenta en el mundo empresarial y a reafirmar su importancia para el desarrollo de las

empresas de todo nivel. En sus inicios, la logística era contemplada únicamente como un centro generador de costes sin capacidad de diferenciación (Ronald, 2004).

Con el transcurso de los años, la globalización de la economía y la consiguiente apertura de nuevos mercados distanciados geográficos fueron cambiando la percepción de la logística hacia nuevas dimensiones, en las que la función logística permitía ventajas competitivas basadas en un mayor valor agregado para los clientes (David, 2008). En ese sentido, el concepto de logística ha experimentado un conjunto de transformaciones gracias al aporte de muchos especialistas en el mundo, consiguiendo evolucionar desde el manejo del flujo de materiales hasta la logística integral. A lo largo de las siguientes líneas, se abordarán un conjunto de temas que permitirán al lector profundizar y consolidar el concepto logístico bajo un enfoque de gestión integral.

### **2.2.2.1 Logística**

El concepto de Logística ha tenido una evolución importante a lo largo de la historia, Carmen Berdugo y Carmena Luna resumen la evolución de la Logística de la siguiente manera: “fue desarrollado inicialmente en el campo militar por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos asociado a la adquisición, conservación y suministro de los recursos necesarios para las acciones militares. Con el surgimiento y desarrollo de los enfoques modernos de dirección, este concepto y sus aplicaciones han venido evolucionando, abarcando cada vez más el análisis de las diferentes áreas que intervienen en las organizaciones.” (Berdugo, Carmen; Luna, Carmenza 2002: 14)

Según (Nick, Michael, 2007:1), sostiene que la misión de la logística es absorber las inflexibilidades relacionadas con las compras o a la producción, las cuales se traducen en superficies para almacenar (“guardar”) los materiales. Adicionalmente, la logística es clave para lograr el máximo de eficiencia y efectividad, lo cual teóricamente se puede resumir así:

Eficiencia porque entre menos tiempo permanezca un producto en cada una de las etapas de una cadena logística, menores costos se agregaran al valor final del producto y se abastecerá el mercado con mayor rapidez.

Efectividad porque menores gastos se pueden traducir en mayores utilidades operacionales.

#### **2.2.2.1.1 Cadena de Abastecimiento**

El término Administración de la Cadena de Abastecimiento ha crecido significativamente en uso y popularidad desde la década de los ochenta, aunque se presenta con frecuencia confusión respecto a su significado, ya que muchas personas lo utilizan como sinónimo de Logística.

“La logística tradicional se relaciona solamente con el movimiento físico de materiales y son las áreas anexas como Compras o Producción, Comercial o Ventas, quienes definen su ámbito de actuación. La misión de la logística se centra en absorber las inflexibilidades y mover los productos, dentro de los marcos establecidos, hacia los clientes. Es aquí donde surge el concepto de la gestión de la cadena de suministro, el cual no es un nombre nuevo para las tareas logísticas tradicionales, sino es una redefinición de su radio de acción o cobertura.” (Nick, Michael, et. al 2007: 1).

#### **2.2.2.1.2. Compras y aprovisionamiento**

##### **2.2.3.1.2.1. Definición**

Es el proceso mediante el cual la empresa obtiene los materiales y productos necesarios para dar continuación a la producción de sus

productos y para la posterior comercialización de los mismos (Germán, 2009). Este proceso está generalmente asociado al proceso de compras ya que es mediante este proceso que la empresa obtiene lo necesario para llevar a cabo sus actividades.

#### **2.2.3.1.2.2. Objetivo**

El objetivo es asegurar que las compras y aprovisionamiento cumplan con los requisitos establecidos entre la empresa y sus proveedores (Ortiz, 2004)

#### **2.2.3.1.2.3. Indicadores de gestión**

Los siguientes son tres de los indicadores de mayor utilización en la gestión de operaciones:

Calidad de los pedidos generados. El objetivo es controlar la calidad de los pedidos generados por el área de compras. Para el cálculo del valor del indicador, se debe dividir el número de pedidos generados en problemas entre el total de pedidos generados y expresarlo en términos porcentuales.

Entregas perfectamente recibidas. El objetivo es controlar la calidad de los productos/ materiales recibidos, y la puntualidad de las entregas de los proveedores. Para el cálculo del valor del indicador, se debe dividir el número de pedidos rechazados entre el total de órdenes de compra recibidas y expresarlo en términos de porcentaje.

Volumen de compra. El objetivo es controlar la evolución del volumen de compra en relación con el volumen de venta. Para el cálculo del valor del indicador, se debe dividir el valor de compra entre el total de las ventas y expresarlo en términos de porcentaje

#### **2.2.2.1.3. Distribución Física Internacional:**

Conocida también como DFI por sus siglas, es el proceso logístico que se desarrolla en torno a situar un producto en el mercado internacional buscando cumplir con los términos negociados entre la empresa vendedora y el comprador (Villamizar, 2011). El propósito es reducir al máximo los tiempos, los costos y el riesgo que se puedan generar durante el trayecto desde el punto de origen hasta el punto de destino.

#### **2.2.2.1.3. Importaciones:**

Según el Código Orgánico de la Producción, Comercio, e Inversiones (2010:29), describe: "Es el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas desde el extranjero o desde una Zona Especial de Desarrollo Económico pueden circular libremente en el territorio aduanero, con el fin de permanecer en él de manera definitiva, luego del pago de los derechos e impuestos a la importación, recargos y sanciones, cuando hubiere lugar a ellos, y del cumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras".

Es el proceso de compra de bienes o materiales de ferretería desde mercados internacionales de acuerdo a las normas y procedimientos del país.

#### **2.2.2.1.3.1 Gestión de Importaciones.**

El proceso de compras al extranjero o importaciones tiene otros procedimientos que se detallan de la siguiente manera: al igual que en el

proceso de compras locales, comienza con un requerimiento de. Luego pasa a la gerencia para que sea aprobado y/o se modifiquen las cantidades a pedir.

Una vez aprobado el requerimiento, el encargado de importaciones tiene que pedir una cotización y coordinar el Incoterm a utilizar con el proveedor. Posteriormente, el encargado de importaciones tiene que sustentar la cotización para que tesorería pueda realizar la transferencia bancaria a la cuenta del proveedor según la condición de pago establecida por el proveedor.

La transferencia es efectuada, el encargado de las importaciones escanea una copia y lo adjunta al correo del proveedor para que pueda empezar con la producción del material requerido. Aquí se coordina la fecha de despacho más próxima con el proveedor. Luego de cierta cantidad de días, el proveedor envía por correo una copia escaneada de la factura de la mercadería, del certificado de origen y del packing list. Todo ello antes de despachar en el lugar acordado (según el Incoterm escogido). En algunos casos, el encargado de las importaciones tiene que tramitar el seguro de la mercadería con una aseguradora.

Después de ello, el importador coordina con el agente de carga para que este pueda recoger la mercadería previamente asegurada y transportarla hasta el país de destino. En este trámite, los documentos mencionados anteriormente son enviados al importador para que pueda desaduanar las mercancías mediante el agente de aduanas.

De este modo, dicho agente se encarga de realizar todos los trámites aduaneros y transportar la mercadería hasta los almacenes de la fábrica con todos los documentos pertinentes. Posteriormente, el encargado del almacén verifica la calidad y la cantidad de los materiales comprados, para luego darle la entrada de mercancías al sistema.

Por último, todos los documentos son entregados al importador para que los verifique y así pasen al área de contabilidad, que se encarga de generar una factura reserva que considera todos los gastos efectuados por los servicios del agente de carga y el agente de aduana y finalmente tesorería se encarga de efectuar el pago correspondiente. En este punto finaliza el proceso de importación (Ortiz Acevedo, 2014).

La gestión de importaciones, comprende una serie de elementos que determinan la eficiencia del proceso, estos son:

#### **A) Pedido**

Según Casanovas (2003: 19), “es la actividad que origina el movimiento de los productos y la realización de los servicios”. Además, menciona que la “demanda durante el periodo de reposición más la cantidad estimada de stock de seguridad”.

Es el requerimiento de importación que realiza Huemura SAC de acuerdo a las necesidades del mercado ferretero trujillano.

### **B) Tiempos de Espera o Entrega (Lead Time).**

Según Anaya (2004: 27), “es una expresión genérica utilizada mucho en logística para analizar la rapidez del flujo de materiales y que podríamos definir como el tiempo que media desde que se inicia un proceso operativo aprovisionamiento, almacenaje fabricación, distribución hasta su finalización”

### **C) Aduana**

Según Acosta (2005), en una explicación más completa caracteriza al organismo de la aduana:

“Son las unidades administrativas de la administración pública centralizada, que tienen como funciones principales: Controlar la entrada y salida de mercancías. Recaudar los impuestos al comercio exterior. Ejecutar la parte correspondiente a las políticas económica y comercial.

La aduana es una entidad pública que controla toda la actividad de comercio internacional que realizar Huemura SAC, además aplica los controles en materia de seguridad a través de la verificación de las mercancías por dos tipos de canales que son aforo documental y aforo físico que es la constatación de la mercadería detallada en los documentos frente al contenido, se lo realiza en presencia de un representante o delegado por parte del importador.

### **D) Documentos de Trazabilidad – DUA (Declaración Única de Aduanas )**

Para Chávez (2012), en su documental aporta con su conocimiento en el ámbito del comercio internacional definiéndolo como:

“Única y de carácter personal, consecuentemente se formulará independientemente por cada importador, exportador o pasajero, personalmente o a través de un agente de aduanas debidamente autorizado para el efecto y se presentará bajo el formato determinado por la SUNAT, sea a través de medios electrónicos o documentales de acuerdo a la normatividad que para el efecto dicte dicha corporación”.

Es el documento requisito en el cual consta toda la información de relevancia del importador, así como también el detalle de la carga, partida arancelaria, valores e impuestos generados para el estado.

### **E) Certificado de Origen**

Según Exportafácil (2012), en su portal presenta las características del documento y los lugares que emiten el documento:

“Es el documento que acredita que un producto de exportación cumple los Criterios de origen, según el destino, para ser considerado originario de un territorio y obtener un trato arancelario preferencial.

### **F) Conocimiento de Embarque BL**

Para el portal Comercio Exterior (2013), a través de sus noticias en la sección de Base Legal nos manifiesta “Es un recibo dado al embarcador por las mercancías entregadas, demuestra la existencia de un contrato de transporte marítimo y otorga derechos sobre la mercancía. Recibo de las mercancías puestas a bordo de un barco, firmado por la persona o agente

que se compromete por contrato a transportarlas”.

### **G) Factura Comercial**

Documento que identifica al vendedor y al comprador de bienes o servicios donde se asienta el número de la factura, la fecha de embarque , el medio de transporte, la entrega y términos de pago; así como un listado completo con la descripción de los bienes y servicios en cuestión, incluyendo precios, descuentos y cantidades (Mansur, 2007).

## **CAPITULO 3. HIPÓTESIS**

### **3.1 Formulación de la hipótesis**

La aplicación del sistema comercial Forecast influye de forma positiva en la gestión logística de importaciones de la empresa Huemura SAC en el periodo 2015 – 2016

### **3.2 Operacionalización de variables**

#### **1.1 Variables**

Variable Independiente:

La aplicación del Sistema comercial Forecast.

Variable Dependiente:

La gestión Logística de Importaciones de la empresa Huemura SAC.

#### **1.2 Operacionalización de variables.**

Proceso por el cual se convierte a una variable en un elemento capaz de ser directamente medible a través de un conjunto de operaciones secuenciales. Requiere del establecimiento de dimensiones e indicadores específicos de medición.

### Matriz de Operacionalización

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES O ITEMS
<b>Sistema Comercial FORECAST</b>	La herramienta comercial Forecast detalla en una matriz la proyección de las ventas en periodos determinados por el estratega.(P. Teijeira, 2013)	Sistema de planificación y pronóstico aceptado por toda la organización con la implantación de prácticas que permiten el uso habitual de las herramientas de pronóstico como parte de sus procesos operativos.(Paggi, 2002)	<p>1)Análisis Cuantitativo</p> <p>Capacidad de mercado</p> <p>Mercado potencial</p> <p>Potencial de la empresa</p> <p>Estacionalidad</p>	<p>Nº de clientes en cartera</p> <p>Nº de clientes nuevos por mes.</p> <p>meses con cifras mayores y menores de ventas.</p> <p>Nº de ventas facturadas.</p> <p>Curva de consumo anual (demanda por meses).</p>

			Cuotas de ventas	Detalle de cuotas de venta anual.  Curva de cumplimiento de ventas anual
			2) Análisis Cualitativo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Tendencias de Consumo.</li> <li>•Perfil del consumidor.</li> <li>•Nivel de satisfacción de los clientes actuales</li> </ul>
<b>Gestion Logistica de Importaciones</b>	La gestión Logística de importaciones es el proceso integral compuesto principalmente por la logística de entrada (aprovisionamiento)	Logística de importaciones es el proceso de planificación, operación y control de la negociación, compra venta, movimiento y almacenaje de	- Logística de Entrada(Aprovisionamiento y Recepción )	Tiempo de demora en solicitar una cotización(minutos) Tiempo de demora de respuesta por parte del proveedor Número de Ordenes de compras modificadas. Número de veces que se

	García,	<p>mercadería desde la fuente de materias primas hasta el punto de venta. Es decir el control de toda la cadena de abastecimiento, desde la compra de materia prima hasta la entrega del producto final. En algunos casos, también se considera al servicio de posventa como parte final de la cadena.</p> <p>Dentro de la cadena integral de logística encontramos cuatro subsistemas: abastecimiento, producción, distribución y servicio de posventa.(US, commercial service, 2010)</p>	-	<p>compra una línea en el mes.</p> <p>Tiempo de demora en la programación del adelanto.</p> <p>Tiempo de travesía de nave con importación</p> <p>Tiempo de demora en trámites aduaneros.</p> <p>Tiempo de descarga en almacenes de despacho.</p> <p>Tiempo de transporte interno entre sucursales.</p> <p>Productos inconformes (N° de productos conformes entregados /n  de productos entregados ) *100</p> <p>Pedidos entregados completos (N° de pedidos entregados completos / total de pedidos) *100</p> <p>Sobrecostos de importaciones (N° de observaciones aduaneras/ total de importaciones ) *100</p>
--	---------	--	---	---

## CAPÍTULO 4. MATERIALES Y MÉTODOS

### 4.1 Tipo de diseño de investigación.

La presente investigación es de tipo pre experimental, con diseño de pre prueba - post prueba con una sola medición, porque consiste en diagnosticar la situación de los procesos logísticos y comerciales de la empresa, previa al tratamiento experimental para luego administrar el tratamiento y después de ello, aplicar la prueba posterior (Carrasco, 2013).

Su diagrama es el siguiente

G:  X

La G se refiere al grupo y a letra O acompañada de un subíndice se refiere a la primera observación, con el subíndice 1 se refiere al pre test y el 2 al post test. Mientras el símbolo X se refiere a la presencia de un tratamiento. (Cabrejos, 2015)

### 4.2 Material de estudio.

#### Unidad de estudio.

Los trabajadores y los procesos de la empresa Huemura SAC.

#### Población.

La población está conformada por 20 trabajadores que intervienen en los procesos comerciales y logísticos de la empresa Huemura SAC

#### Muestra.

La muestra la constituye un total de 10 personas.

- Logístico de Distribución
- Logístico de Importaciones
- Jefe de ventas Sucursal Piura
- Jefe de ventas Sucursal Chiclayo
- Jefe de ventas Sucursal Trujillo
- Jefe de ventas Sucursal Lima
- Asistente comercial Sucursal Piura
- Asistente comercial Sucursal Chiclayo
- Asistente comercial Sucursal Trujillo
- Asistente comercial Sucursal Lima

### **4.3 Técnicas, procedimientos e instrumentos.**

#### **4.3.1 De recolección de información.**

Según Aviles (2005) las entrevistas se utilizan para recabar información en forma verbal, a través de preguntas que propone el analista. Quienes responden pueden ser gerentes o empleados, los cuales son usuarios actuales del sistema existente, usuario potencial del sistema propuesto o aquellos que proporcionarían datos o serán afectados por la aplicación propuesta.

- Formulario de encuestas
- Entrevistas.
- Ficha de observación.

#### **4.3.2 De análisis de información.**

Para efectuar el procesamiento de la información obtenida por los instrumentos técnicos, se tendrá en cuenta los siguientes procesos:

- Gráficos
- Tablas de frecuencia.
- Validez de contenido por grupo de expertos
- Prueba de diferencia de medias con datos relacionados.

## CAPÍTULO 5. RESULTADOS

Los resultados de la presente investigación, fueron obtenidos a través de entrevistas, encuestas y visitas guiadas a las zonas de estudio, quedando registro de todas las actividades mencionadas por medio de fotografías, cuestionarios llenados.

### 5.1 Resultado 1. Diagnosticar la situación de la empresa Huemura SAC en las áreas comercial y de importaciones antes de aplicar el sistema FORECAST (Enero 2015 - Junio 2016).

Para analizar la situación de este objetivo hemos desarrollado una entrevista a los jefes de grupo y/o colaboradores que ocupan puestos claves, estos en la conversación tenida con nosotros nos brindaron información puntual de ellos y además información que han recibido de sus colaboradores acerca de la percepción que tienen ellos acerca de cómo se desarrolla actualmente la gestión logística y comercial, para la obtención de esta información se compuso una entrevista que estará dentro de los anexos donde los resultados obtenidos los mostramos en la siguiente tabla.

**Tabla 1: Análisis del área de logística de importaciones en la empresa Huemura SAC en el periodo Junio 2015 – Junio 2016.**

ÁREA	PREGUNTA	VICTOR RUIZ GARCIA	INTERPRETACIÓN TESISTA
		PRE - EXPERIMENTAL	
LOGÍSTICA DE IMPORTACIONES	<b>P1</b> ¿Con cuántos proveedores internacionales, consta la empresa?	5 proveedores (PHILIPS, PREMIUM INDUSTRY, SWIFT, 3M, STANLEY),	Los proveedores internacionales son los que abastecen a la empresa con las principales líneas
	<b>P2</b> ¿En cuánto tiempo el proveedor da respuesta a los pedidos?	10 a 15 días	Antes de aplicarse el sistema FORECAST, se ve en la empresa que se toma mucho tiempo en realizar las coordinaciones y algunos

			ajustes que se hacían al pedido, además de esto trae como consecuencia una falta de stock.
	<b>P3</b> ¿Cuántos pedidos de semestre?	4 veces	Los pedidos se hacen 4 veces por semestre, esto ocasionaba que las proyecciones de ventas no se puedan consolidar y por lo tanto las compras se realicen por periodos más prolongados.
	<b>P4</b> ¿Durante cuántos años se importaron?	2 sobrecostos	Durante años la empresa tenía dos sobrecostos; en almacenaje y duda razonable, esto se da debido a que el área no ejecuta un procedimiento planificado.
	<b>P5</b> ¿Cuánto tiempo se asigna a la revisión de promedio?	Las importaciones de los productos de la empresa a la fecha 2 se registraron con canal naranja, los demás canal verde	Se puede observar que la empresa no realiza la revisión documentaria a detalle esto provoca que la gestión aduanera contenga errores.
	<b>P6</b> ¿Cuántos contenedores se importan por semestre a la empresa, para abastecer a la empresa?	4 contenedores de 20 pies en promedio	La empresa importa 3 contenedores de 20 pies, y esto lo hacían deduciendo las ventas que podrían tener en un periodo determinado, por lo que se genera un aumento en los costos de importación y sobre todo ocasiona en ciertas temporadas, sobre stock o falta de stock.
	¿Cuánto tiempo se demora en llegar las mercancías?	61 a 90 días, con tiempos a prolongarse	Las importaciones demoran en llegar entre 61 días a 90 días, y en algunas temporadas, se pasan de los días establecidos,

			esto se da debido a que la empresa no establece políticas de compras, lo cual ocasiona demora en el proceso de importación.
	<b>P8</b> ¿El área se siente satisfecho con los pedidos que les suministran?	satisfecho	La empresa se siente satisfecha con los pedidos que suministran sus proveedores, aunque se ha visto que algunos proveedores en ocasiones entregan productos faltantes y sobrantes en su pedido pedidos.

Fuente: Elaboración Propia

La tabla N°1 nos muestra que existen deficiencias en la gestión de las importaciones ya que no se han establecido parámetros de atención de pedidos, tampoco un orden en el flujo de los procesos, esto trae como consecuencia que las gestiones de aprovisionamiento internacional se retrasen ocasionando errores, y sobrecostos que afectan significativamente la gestión.

**Tabla N°2: Análisis del área de logística de distribución en la empresa Huemura SAC en el periodo Junio 2015 – Junio 2016.**

ÁREA	PREGUNTA	NAHOKY HUEMURA	INTERPRETACIÓN TESISTA
		PRE – EXPERIMENTAL	
<b>LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN</b>	<b>P1</b> ¿Con cuántos almacenes de distribución cuenta la empresa?	4 almacenes	Para mejorar el sistema de distribución la empresa consta de 4 almacenes en diferentes ciudades (LIMA, TRUJILLO, PIURA, CHICLAYO), lo cual hace que se genere más rápido abastecimiento a sus

			locales de venta, y así generar más ingresos.
	<b>P2</b> ¿En cuánto tiempo se da respuesta a los requerimientos?	8 a 10 días	Se vio reflejado que el área de distribución no daba requerimiento a los pedidos de las demás áreas, trayendo como consecuencias que los productos no sean trasladados de forma eficaz a todas las áreas de la empresa y sobre todo genera pérdida de clientes.
	<b>P3</b> ¿El área logística de la empresa programa la atención a los requerimientos de almacenes, cada cuánto tiempo?	Cada semana	La empresa no coordinaba de forma eficaz con el área de importaciones, y esto ocasionaba que los requerimientos de almacén se den cada semana y traían como consecuencia falta de productos en el área de almacenes (stock).
	<b>P4</b> ¿Cuánto tiempo se demora en llegar las importaciones hasta el almacén (distribución interna)?	5 a 7 días	Al realizar el pedido de los productos, el tiempo de demora es de 5 a 7 días, lo cual ocasiona que los almacenes no tengan stock disponible y genere problemas en el área de distribución y ventas.

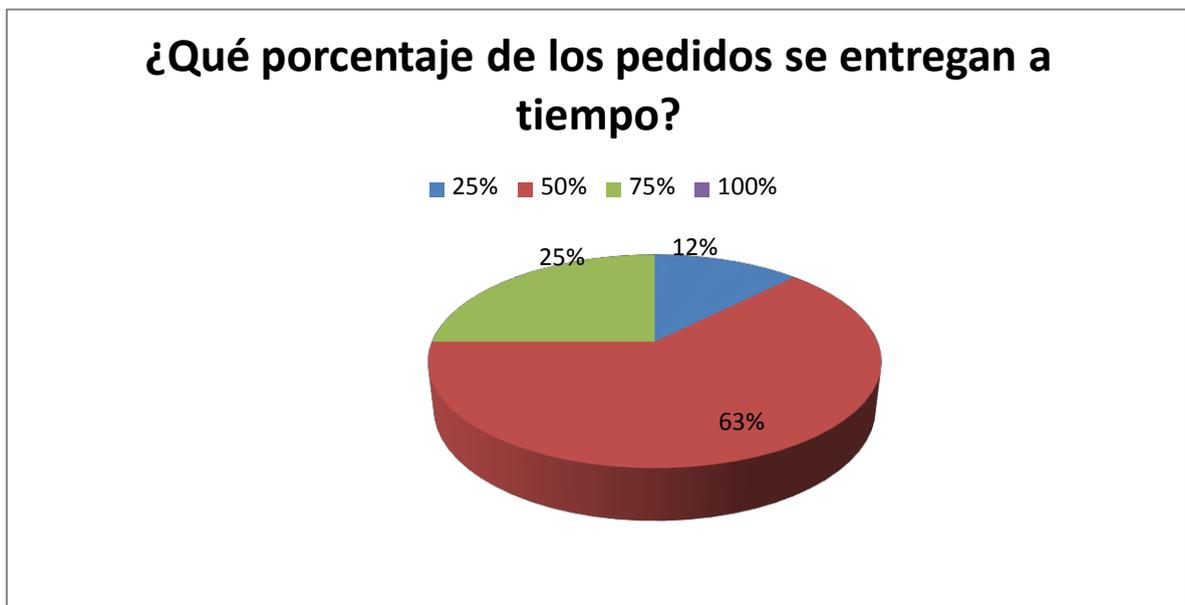
	<b>P5</b> ¿Cuántos pedidos son entregados conformes? ¿En qué porcentaje?	50 %	Los pedidos entregados conformes son solo un 50% del total, lo que generaban que los clientes no estén conformes con los productos.
	<b>P6</b> ¿Con que frecuencia al mes se efectúan los traslados entre almacenes?	Diario	Al realizar los traslados diarios, se da un sobrecosto ya que se realiza pagos de fletes diarios, además no se manejan stocks fijos y determinados para cada almacén.
	<b>P7</b> ¿Cuánto de los productos son entregados a tiempo (porcentaje)?	25%	Se ve reflejado que la empresa excedía en los tiempos de entrega en cada almacén, y sobre todo los productos no eran entregados en el tiempo pactado, y esto se veía revelado en las proyecciones y metas que no tenían presente la empresa
	<b>P8</b> ¿Cuánto de los productos son entregados completos?	50%	La empresa presenta deficiencias en la entrega de los pedidos completos (50%), por lo general se hacían los despachos de

			forma parciales, y traían como consecuencia deficiencias en la entrega de los pedidos completos y también se daban en un tiempo no establecido.
--	--	--	--

Fuente: Elaboración Propia

La tabla N°2 nos muestra que la gestión de logística de distribución, tiene cuellos de botella en sus procesos, hay ausencia de planificación al momento de atender los requerimientos de cada almacén no se ha establecido procedimientos de atención, y la distribución de los suministros se hace de forma repetitiva, esto ha ocasionado que el área incurra en sobrecostos como por ejemplo en fletes internos, además los pedidos no se abastecen de acuerdo a lo requerido por el Área Comercial.

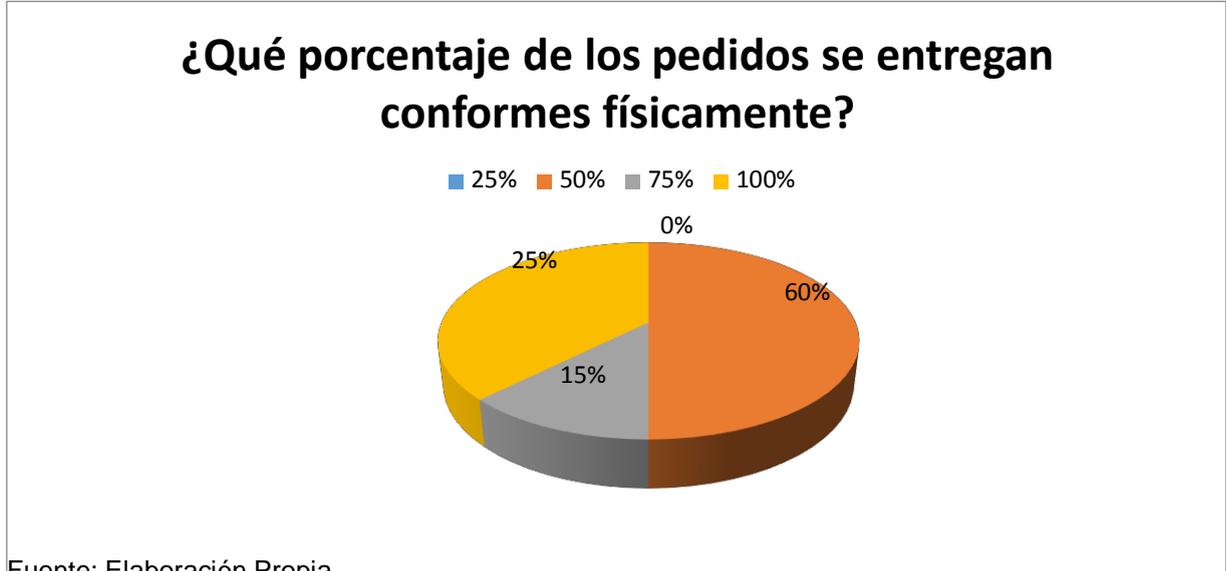
**Figura N° 1: Porcentaje de pedidos que se entregan a tiempo a los clientes de Huemura SAC durante el periodo Junio 2015- Junio 2016.**



Fuente: Elaboración Propia

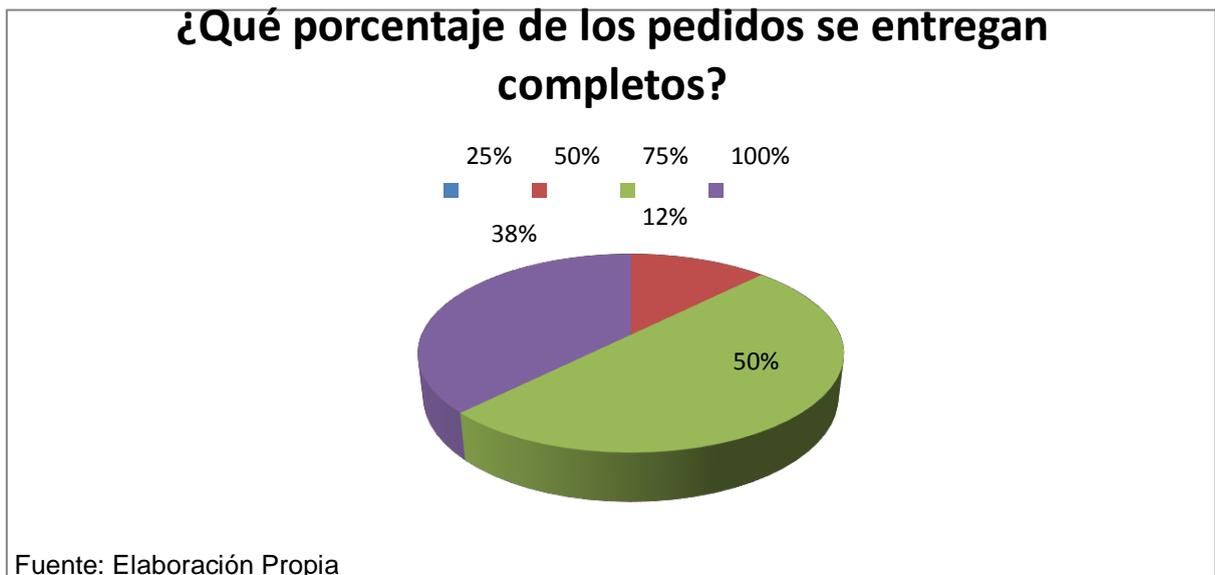
En la figura N°1, el 63% de los encuestados del área comercial manifiesta que el 50% de sus pedidos son entregados a tiempo a sus clientes, ya que por lo general el stock que manejan no es el suficiente y lo restante demora en llegar.

**Figura N° 2: Porcentaje de Pedidos que se entregan físicamente conformes a los clientes de Huemura SAC durante el periodo Junio 2015- Junio 2016.**



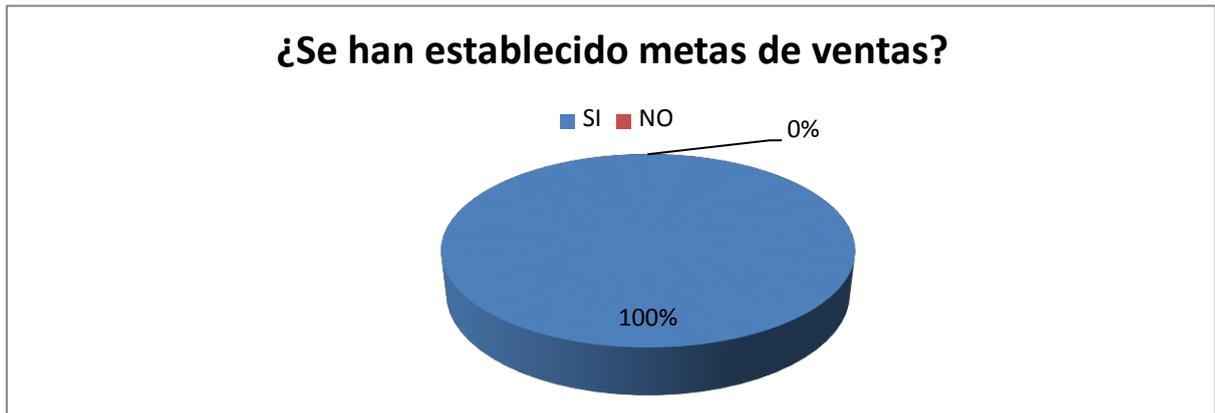
En la figura N°2, se puede observar que solo el 25% de los encuestados (2 personas) indican que todos sus pedidos son atendido conforme físicamente (sin deterioro), el 60% afirma que solo el 50% y un 15% afirma que el 75% de sus pedidos es atendido sin mercadería en estado de deterioro.

**Figura N° 3: Porcentaje de pedidos que se entregan completos a los clientes de Huemura SAC durante el periodo Junio 2015- Junio 2016.**



En la figura N° 3, se puede observar que solo el 38% de los encuestados (3 personas) indican que todos sus pedidos son atendidos completos, el 50% afirma que solo el 75% y un 12% afirma que el la mitad de sus pedidos es atendido sin pendientes.

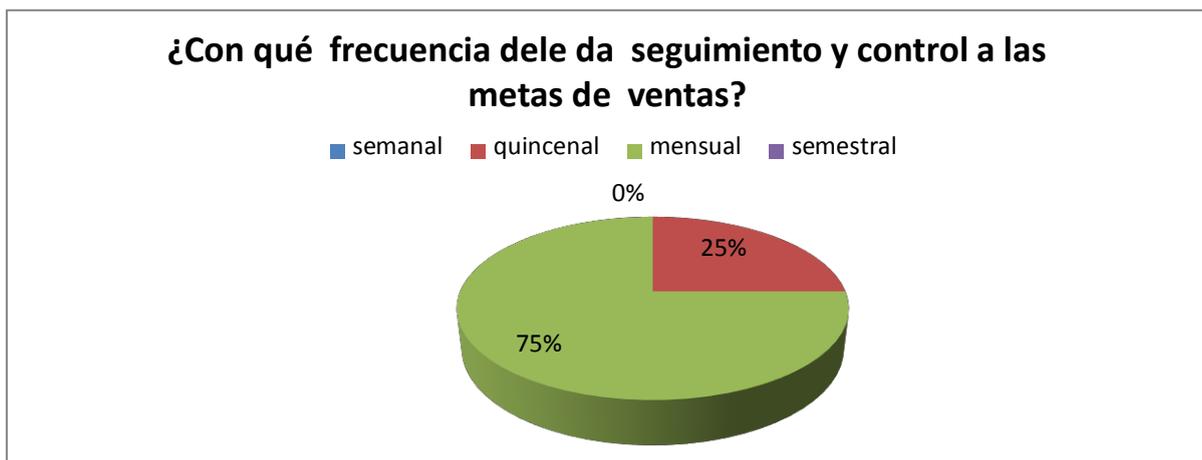
**Figura N° 4: Metas de ventas establecidas durante el periodo Junio 2015- Junio 2016.**



Fuente: Elaboración Propia

En la figura N° 4, se observa que el 100% de los encuestados manifiesta que se han establecido metas de venta a cumplir en el periodo de gestión que está siendo investigado.

**Figura N° 5: Frecuencia de seguimiento y control de las metas establecidas de Huemura SAC durante el periodo Junio 2015- Junio 2016.**



Fuente: Elaboración Propia

En la figura N° 5, se puede ver que de acuerdo a las metas de ventas establecidas por la gerencia comercial, el 75% de los encuestados da el seguimiento y control metas cada 30 días, y el 25% restante lo hace de forma quincenal.

**Figura N° 6: Planeamiento periódico de la demanda de Huemura SAC durante el periodo Junio 2015- Junio 2016.**



Fuente: Elaboración Propia

En la figura N° 6, se nos muestra que el 75% de los participantes de la encuesta no realizan un planeamiento de demanda periódica mientras que el 25% de los encuestados si lo hacen.

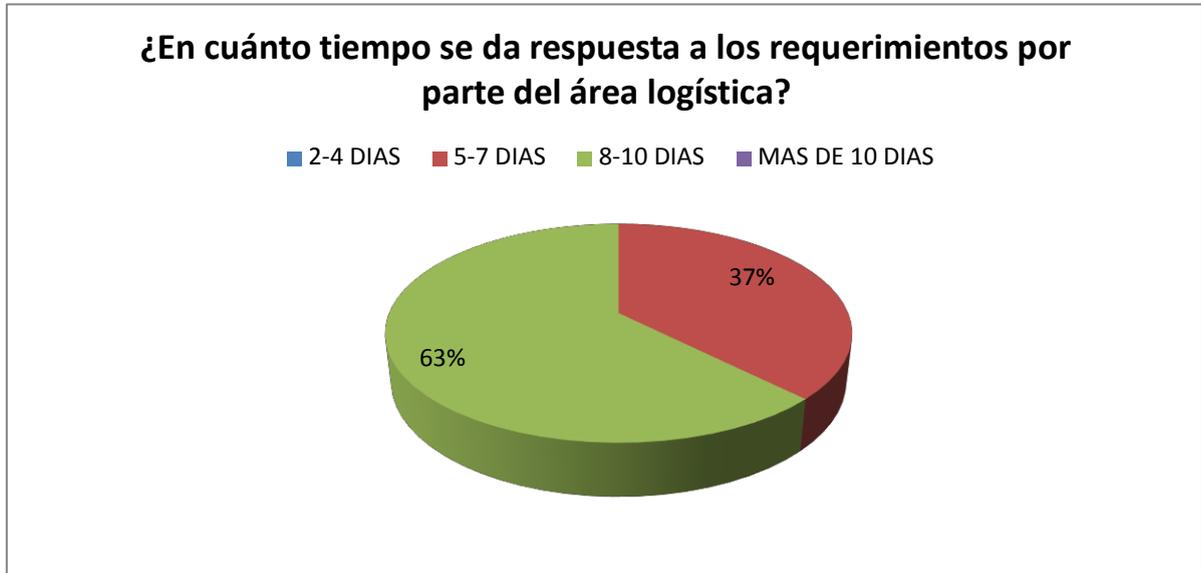
**Figura N° 7: Planeamiento conjunto área comercial y logística de Huemura SAC durante el periodo Junio 2015 - Junio 2016.**



Fuente: Elaboración Propia

En la figura N° 7, nos muestra que el 100% de los participantes del área comercial no trabajaban conjuntamente con el área logística, y si se efectúa un planeamiento este no se trabaja en coordinación con el área de soporte (Logística)

**Figura N° 8: Percepción acerca del tiempo de respuesta a los requerimientos del comercial de Huemura SAC durante el periodo Junio 2015- Junio 2016.**



Fuente: Elaboración Propia

En la figura N° 8, nos muestra que el 63 % de los encuestados indica que el área Logística le da respuesta a sus requerimientos en un rango de 8 a 10 días y el 37% manifiesta que lo hace en un rango de 5 a 7 días.

**Tabla N° 3: Diagnostico de Problemas en Gestión logística de Importaciones.**

Síntomas	Causas	Pronóstico
Hechos o situaciones que se observan al analizar el objetivo de investigación	Hechos o situaciones que se producen por la existencia de los síntomas identificados	Situaciones que pueden darse si se siguen presentando los síntomas identificados en 1 y sus causas en 2
1) Ausencia de planeamiento. 2) Toma de decisiones sobre la marcha. 3) Exceso de costos de operación. 4) Deficiencias en la atención de pedidos. 5) Desorden en los procesos	1) Falta de concientización del personal involucrado acerca de la importancia del planeamiento. 2) No hay una política de previsión con respecto a los acontecimientos. 3) Se proponen acciones en el corto plazo centradas	1) La empresa no aprovechará las oportunidades del entorno ni las fortalezas del personal involucrado en la cadena de abastecimiento. 2) No existirá un trabajo ordenado y estructurado

de importación.	en el stock.	por procedimientos, la
6) Demora en la gestión de importaciones.	<p>4) Se desvirtúa el seguimiento de los procesos de importación.</p> <p>5) Ausencia de comunicación entre las áreas comercial, logística y finanzas.</p> <p>6) Se desvirtúa la importancia de un manual de procedimientos y formatos.</p>	<p>desorganización en los procesos continuará.</p> <p>3) La empresa continuará incrementando sus costos de operaciones.</p> <p>4) Los pedidos continuarán siendo atendidos a destiempo.</p> <p>5) La organización tendrá pedidas significativas si no se le da un correcto seguimiento documentario a las importaciones.</p> <p>6) El inventario valorizado de existencias sin rotación aumentará.</p>

**5.2 Resultado 2: Diagnosticar la situación de la empresa Huemura SAC en las áreas comercial y de importaciones después de aplicar el sistema FORECAST (Julio 2016 - Octubre 2016).**

**Tabla N° 4: Análisis del área de logística de importaciones en la empresa Huemura SAC en el periodo 2016– post experimental**

ÁREA	PREGUNTA	VICTOR RUIZ GARCIA	INTERPRETACIÓN TESISTA
		POST -EXPERIMENTAL	
LOGÍSTICA DE IMPORTACIONES	<b>P1</b> ¿Con cuántos proveedores internacionales, consta la empresa?	5 PROVEEDORES, se mantienen (PHILIPS, PREMIUM INDUSTRY, SWIFT, 3M, STANLEY)	Los proveedores siguen siendo los mismos
	<b>P2</b> ¿En cuánto tiempo el proveedor da respuesta a los pedidos?	Actualmente de 5 a 6 días	Se trabaja de forma más ordenada, se identificaron los cuellos de botella, se estableció

			un formato de Proforma Invoice, se negociaron descuentos anuales y tiempos de entrega.
	<b>P3</b> ¿Cuántas veces al semestre se hacen los pedidos de los productos?	3 veces	Las compras se han organizado ya que las proyecciones de ventas permiten consolidar los pedidos y por lo tanto las compras se realizan 3 veces por semestre.
	<b>P4</b> ¿Durante los pedidos cuantos sobrecostos de importación existen?	0 sobrecostos	Los procesos logísticos mejoraron la empresa actualmente ya no tiene ningún sobre costo.
	<b>P5</b> ¿Cuál es canal asignado que se tiene en promedio?	Canal verde todas las importaciones es este periodo	Al mejorar los procesos, la gestión de importaciones mejoró significativamente, de tal forma que no se incurría en errores que afecten el procedimiento aduanero.
	<b>P6</b> ¿Cuántos contenedores por trimestre importa la empresa, para así abastecer al área comercial?.	3 contenedores de 40 pies en promedio	La empresa ha empezado a importar 3 contenedores de 40 pies en promedio, por lo que se genera una disminución de costos de importación

	<b>P7</b> ¿Cuánto tiempo se demora en llegar las importaciones?	De 31 hasta 60 días	Se establecieron políticas para la negociación de fletes, y agenciamiento de aduanas para poder agilizar el proceso de importación, y así el tiempo de entrega no exceda los 2 meses.
	<b>P8</b> ¿El área se siente conforme con los pedidos que les suministran los proveedores?	Satisfecho.	El encargado manifiesta que en este periodo no hubo faltantes y sobrantes, pero que esa gestión depende más de una mejora en la gestión de atención del proveedor y del seguimiento que se le dé al pedido.

Fuente: Elaboración Propia

La tabla N°3 nos muestra que en el área logística de importaciones se han establecido ciertas mejoras políticas de importación de sus productos, esto ha dado lugar a que se tomen en cuenta los procesos que están involucrados directamente con la gestión como por ejemplo el tiempo de respuesta a los pedidos que se hacen al proveedor, el número de contenedores que se debe de importar de forma mensual, trimestral o semestral, además de que se puede determinar que como resultado de esta nueva gestión que se puso en marcha, es la disminución de costos y que los pedidos ahora son atendidos en tiempo y forma según las necesidades de la empresa.

**Tabla N° 5: Análisis del área de logística de distribución en la empresa Huemura SAC en el periodo Julio 2016 - O2016**

ÁREA	PREGUNTA	NAHOKY HUEMURA	INTERPRETACIÓN TESISTA
		POST – EXPERIMENTAL	
<b>LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN</b>	<b>P1</b> ¿Con cuántos almacenes de distribución cuenta la empresa?	4 almacenes(LIMA, TRUJILLO, PIURA, CHICLAYO),	La empresa cuenta con el mismo número de almacenes en diferentes ciudades

<b>CIÓN</b>			
	<b>P2</b> ¿En cuánto tiempo se da respuesta a los requerimientos?	2 a 4 días.	La empresa realiza sus pedidos en menor tiempo que antes de aplicar el sistema Forecast, lo cual genera que el abastecimiento de productos sea más rápido.
	<b>P3</b> ¿El área logística de la empresa programa la atención a los requerimientos de almacenes, cada cuánto tiempo?	La quincena de cada mes.	Se le da una atención quincenal a los pedidos y coordina con el área de importaciones para efectuarlas, lo cual no se veía anteriormente, ya que era cada semana, lo que traía como consecuencia falta de stock
	<b>P4</b> ¿Cuánto tiempo se demora en llegar las importaciones hasta el almacén (distribución interna)?	2 a 4 días.	El tiempo de distribución a los almacenes mejoró significativamente actualmente se efectúa máximo en 4 días.
	<b>P5</b> ¿Qué porcentaje de pedidos son entregados conformes físicamente?	Actualmente el 75% de los pedidos.	Anteriormente los pedidos entregados conformes eran a un 50%, pero al aplicar el sistema FORECAST, se

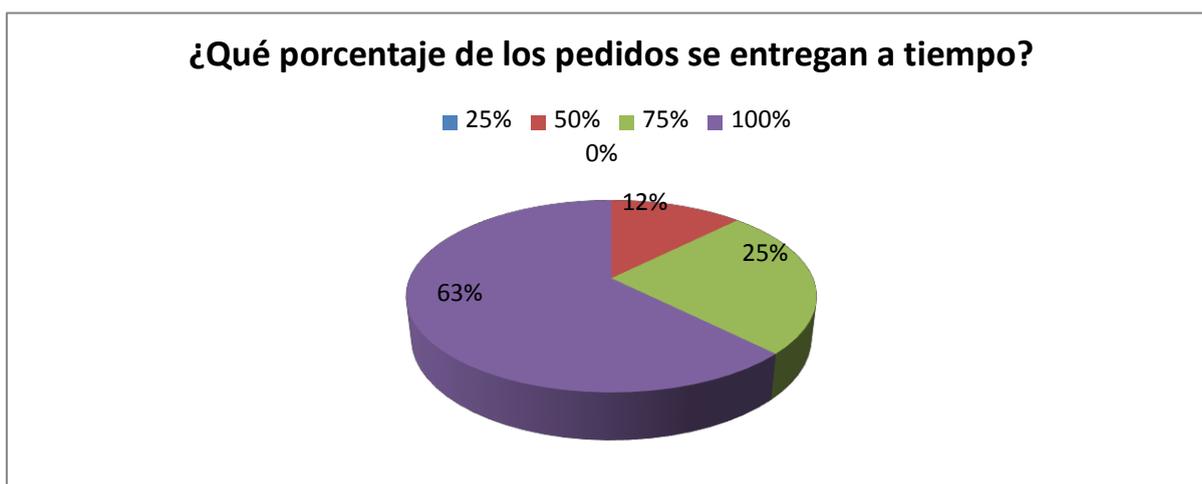
			ve existen menos fallas físicas en los pedidos de importación (75%), lo cual genera también que menos pedidos sean entregados con algún fallo.
	<b>P6</b> ¿Con que frecuencia al mes se efectúan los traslados entre almacenes?	Dos veces por semana, hemos reducido costos de transporte.	Actualmente se manejan stocks fijos y determinados para cada almacén, lo cual permiten se pueden proyectar los traslados y despachos.
	<b>P7</b> ¿Qué porcentaje de los productos son entregados a tiempo?	Actualmente el 75% de los pedidos.	Ahora los productos ya son entregados en el tiempo pactado, gracias a la planificación que realiza actualmente el área.
	<b>P8</b> ¿Cuánto de los productos son entregados completos?	Entre el 50 % y el 75%.	Actualmente la empresa tiene menores deficiencias en la entrega de los pedidos completos, por lo general ya se realizan despachos completos y sobre todo a tiempo.

Fuente: Elaboración Propia

La tabla N°4 nos muestra que en el área logística de distribución también ha establecido mejoras en sus políticas de atención de requerimientos poniendo especial énfasis en la reducción en los tiempos de entrega a los almacenes, reducción de frecuencia en sus traslados entre almacenes, así como en

el manejo de mejores políticas de stocks para poder responder a las necesidades de área comercial de manera oportuna.

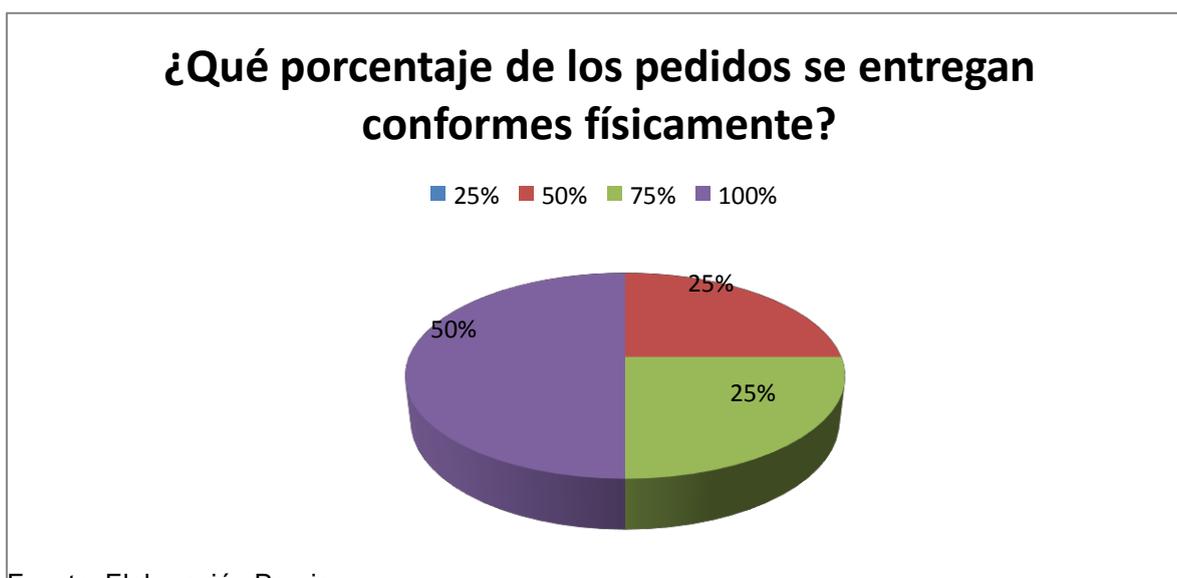
**Figura N° 9: Porcentaje de pedidos que se entregan a tiempo a los clientes de Huemura SAC durante el periodo Julio 2016- Octubre 2016**



Fuente: Elaboración Propia

La figura N°9 expone que el 63% de los encuestados afirma que el 100% de sus pedidos son entregados a tiempo, un 25% afirma que el 75% de sus pedidos es entregado a tiempo y solo el 15% manifiesta que la mitad de sus pedidos no cumple con el tiempo de entrega establecido.

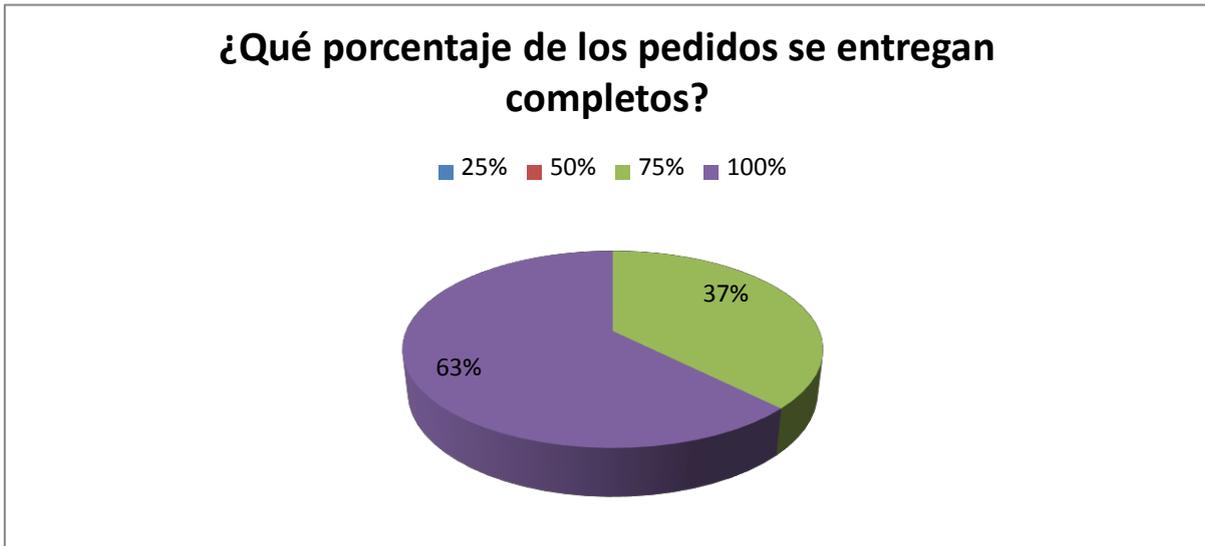
**Figura N° 10: Porcentaje de pedidos que se entregan físicamente conformes a los clientes de Huemura SAC durante el periodo Julio 2016- Octubre 2016**



Fuente: Elaboración Propia

En la figura N°10, se puede observar que solo el 25% de los encuestados (2 personas) indican que el 75% de sus pedidos son atendidos conforme físicamente (sin deterioro), el otro 25% afirma que solo el 50% y el 50% de los participantes de la encuesta afirma que el total de sus pedidos es atendido sin mercadería en estado de deterioro.

**Figura N° 11: Porcentaje de pedidos que se entregan completos a los clientes de Huemura SAC durante el periodo Julio 2016- Octubre 2016.**



Fuente: Elaboración Propia

En la figura N°11, se puede observar que el 63% de los encuestados (6 personas) indican que todos sus pedidos son atendidos completos, y el 37% afirma que solo el 75% de sus pedidos es atendido sin pendientes.

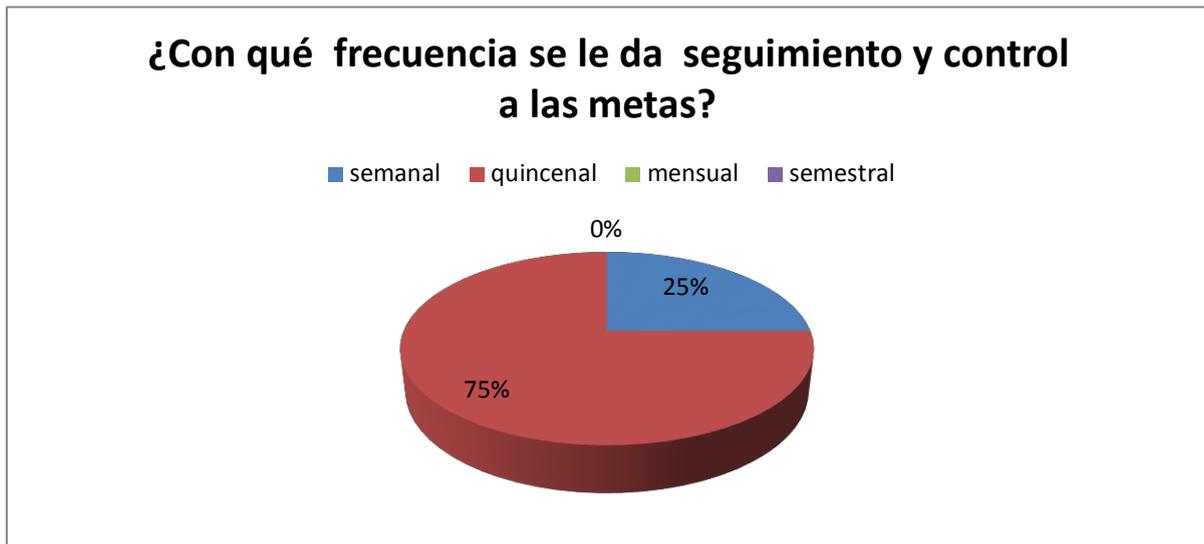
**Figura N° 12: Metas de ventas establecidas durante el periodo Julio 2016- Octubre 2016.**



Fuente: Elaboración Propia

En la figura N° 12, se observa que el 100% de los encuestados manifiesta que actualmente ya se han establecido metas de venta a cumplir en el periodo de gestión que está siendo investigado.

**Figura N° 13: Frecuencia de seguimiento y control de las metas establecidas de Huemura SAC durante el periodo Julio 2016- Octubre 2016**



Fuente: Elaboración Propia

En la figura N° 13, se puede ver que de acuerdo a las metas de ventas establecidas por la gerencia comercial, el 75% de los encuestados da el seguimiento y control metas cada 15 días, y el 25% restante lo hace de forma semanal

**Figura N° 14: Planeamiento periódico de la demanda de Huemura SAC durante el periodo Julio 2016- Octubre 2016**



Fuente: Elaboración Propia

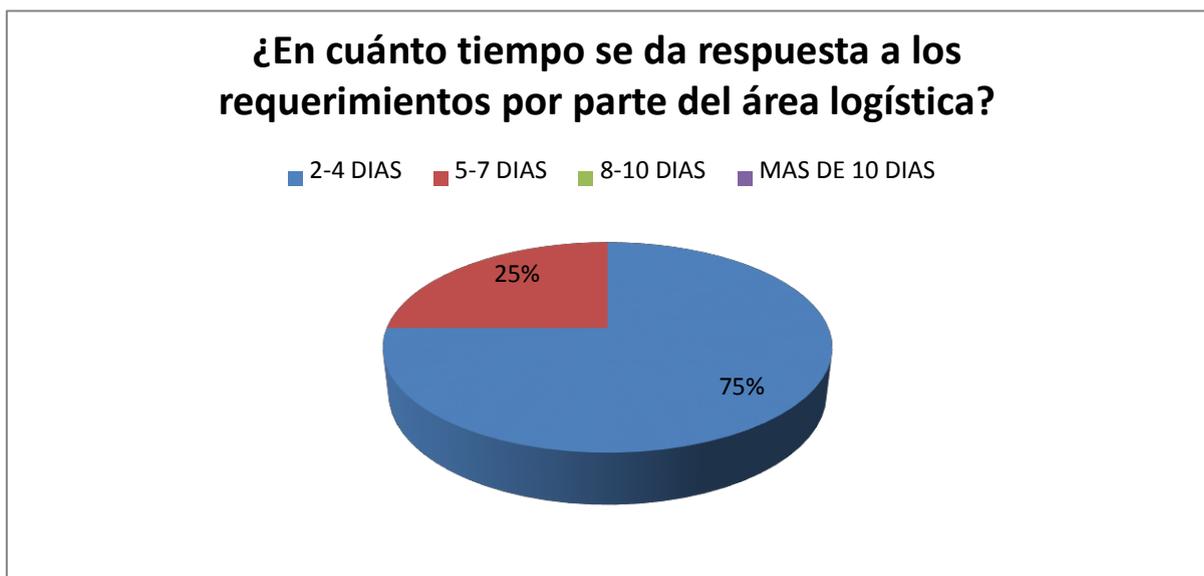
En la figura N° 14, se nos muestra que el 100% de los participantes de la encuesta realizan un planeamiento de demanda periódica.

**Figura N° 15: Planeamiento conjunto área comercial y logística de Huemura SAC durante el periodo Junio Julio 2016- Octubre 2016**



En la figura N° 15, nos muestra que el 100% de los participantes del área comercial actualmente trabajaban conjuntamente con el área logística, y el planeamiento se trabaja en coordinación con el área de soporte (Logística)

**Figura N° 16: Percepción acerca del tiempo de respuesta a los requerimientos del comercial de Huemura SAC durante el periodo Julio 2016- Octubre 2016**



En la figura N° 16, nos muestra que el 75 % de los encuestados indica que el área Logística le da respuesta a sus requerimientos en un rango de 2 a 4 días y el 25% restante manifiesta que lo hace en un rango de 5 a 7 días.

### 5.3 Resultado 3: Evaluar de qué manera el sistema comercial FORECAST influyo en la gestión logística de importaciones de la empresa Huemura SAC en el periodo 2015 – 2016

**Tabla 6: Resumen comparativo de indicadores Logísticos.**

Indicador	Pre - aplicación de forecast	Post aplicación de forecast	Diferencias	Ahorro soles (Mes)
N° oc corregidas al mes	18 de 20 = 18/20 90%	2 de 10 = 2/10 20%	Reducción del 70% de re-procesos	Horas Hombre (s/.10.42/60)*10min*10oc <b>S/.35 soles.</b>
Tiempo desde el requerimiento hasta la emisión de la oc	6 días	4 días	Reducción de 2 día (16 horas de trabajo)	(16*10.42) <b>S/.166.72 soles.</b>
N° de requerimientos atendidos completos al mes	4 de 20 =4/20 20%	6 de 10 =6/10 60%	Incremento del 40%	Tiempo de despachos parciales (re-procesos)(360 minutos) <b>Hrs hombre: S/.62.51 soles.</b>
N° de requerimientos atendidos conformes en el mes	12 de 20 =12/20 60%	9 de 10 =9/10 90%	Incremento del 30%	Tiempo de devolución reclamo al proveedor (12 horas). <b>Hrs hombre: S/.125.04 soles.</b>
N° de importaciones aduaneras con observaciones al trimestre	1 de 4 =1/4 25%	0 de 2 =0/0 0%	Reducción al 100%	969.00 Dólares <b>S/.3246.15 soles</b>

N° de traslados entre almacenes al mes	26 traslados al mes	8 Traslados al mes	Reducción de 18 días del proceso.	Costo Diario Promedio: S/.8.48 X 18 = <b>S/. 152 Soles</b>
Tiempo de demora de proceso de importación (días)	45 días	40 días	Reducción de tiempo en 5 días.	Tiempo de Atención reclamo a cliente int(120min) <b>Hrs hombre: s/.20.84</b>
Inventario valorizado por trimestre	2 millones de soles en stock	1.2 millones de soles en stock	Reducción del 60% en inventario	Ahorro de <b>S/.800000</b> soles de inventario sin rotación

Fuente: Elaboración Propia

La tabla N°5 presenta los principales indicadores con resultados favorables una vez aplicado el sistema de predicción comercial forecast, esto ha traído mejoras en la gestión logística reduciendo los tiempos de entrega, optimizando la gestión de pedidos y requerimientos. Reduciendo costos y tiempos de gestión en los procesos.

#### **5.4 Propuesta de mejora en el sistema de gestión logística de importaciones basado en el uso eficiente del sistema Forecast en la empresa Huemura SAC en el año 2016**

Se plantea la siguiente propuesta de mejora para ser aplicada en la empresa Huemura SAC, para ello se va a tener en cuenta las 7 etapas de la gestión de importaciones y además se trabajara con el diagnostico de problemas en gestión logística de importaciones encontrado antes de la aplicación del sistema comercial Forecast en la empresa Huemura SAC (Tabla N° 3).

Etapa 1: Pedido.

Etapa 2: Negociación.

Etapa 3: Compra.

Etapa 4: Carga / Despacho de mercancía

Etapa 5: Trámites y Gestiones aduaneras

Etapa 6: Designación de canal.

Etapa 7: Liberación de la Carga y Traslado Interno

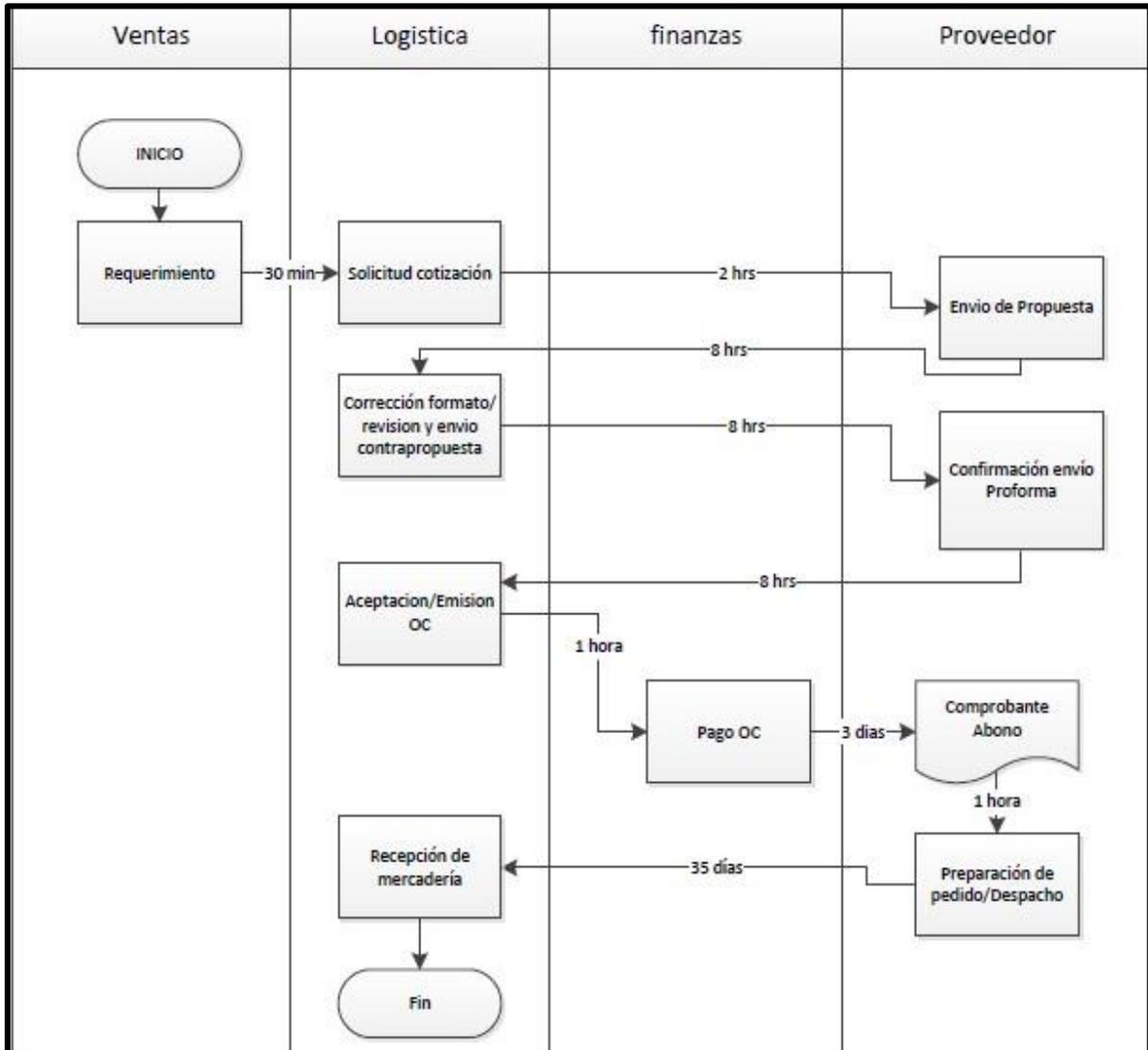
## 6.1 Etapa 1: Pedido.

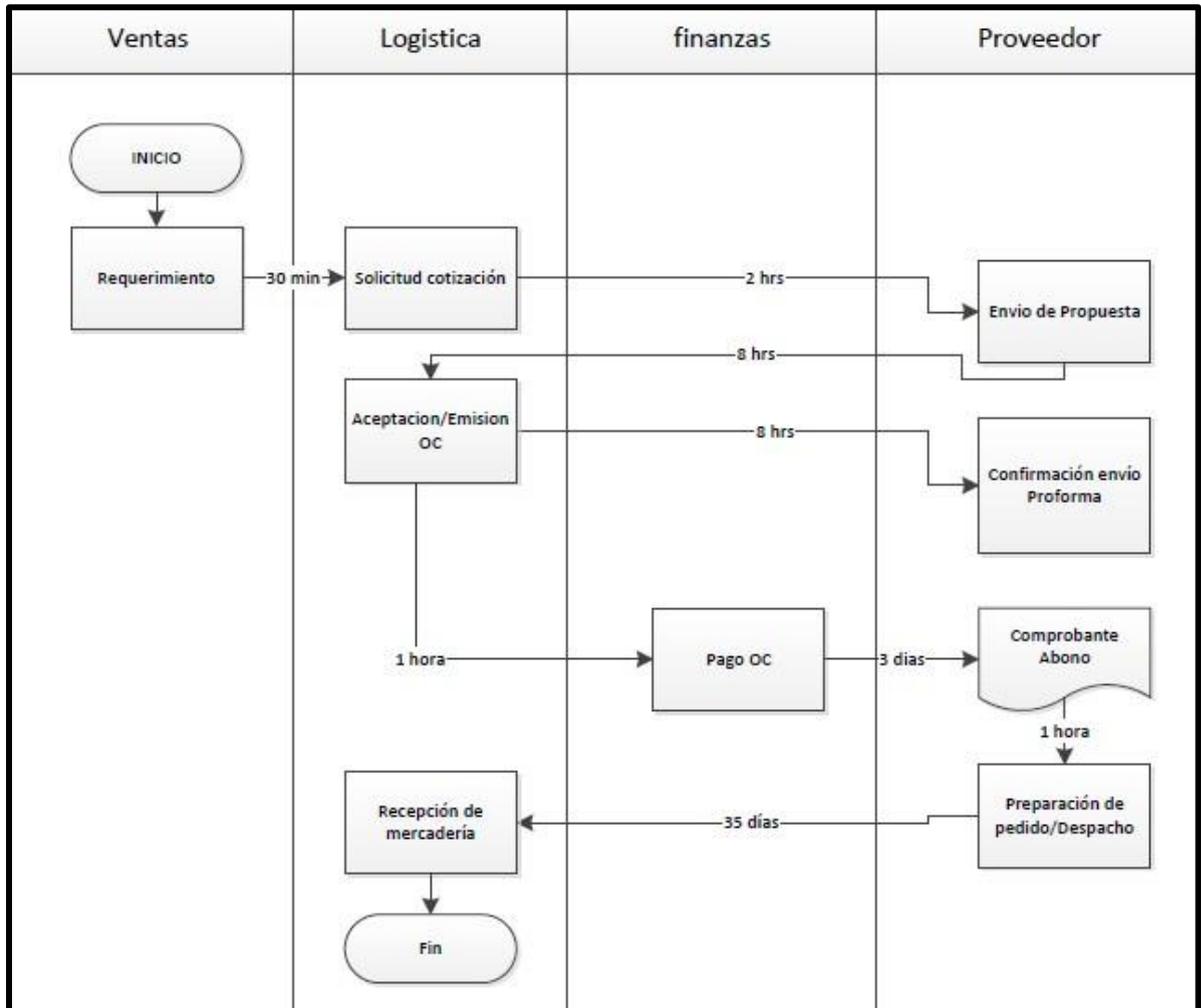
### 6.1.2 PROBLEMA:

Los tiempos de pedido son muy largos ya que se cometen errores en el momento de emitir las órdenes de compra, se efectúan modificaciones, y tras hacer la coordinación con el proveedor de un día para otro, debido al cambio horario, se dilata el tiempo de pedido.

### 6.1.3 PROPUESTA:

Cuando el requerimiento de importación es aprobado, el encargado de las importaciones, procede a pedir cotización al proveedor en el exterior, solicitando una mejora en el precio, se solicitan descuentos tomando como referencia la última compra, se propone utilizar el formato de cotización establecido para evitar demoras y enmendaduras (1 día de retraso), se recibe la propuesta del proveedor, y se solicita la aprobación pertinente. Tras la aplicación de esta propuesta tendríamos un Ahorro Trimestral de 333.44 soles y un ahorro anual de 1333.76 soles, respecto al costo del tiempo del encargado de importaciones puesto que deja de ser productivo y de alcanzar los resultados esperados por día.





**Tabla N° 7: Costos de oportunidad de Etapa 1**

Horas /Importación	Ahorro por hora	Ahorro por importación	Ahorro por trimestre	Ahorro Anual (Etapa1)
8 horas	10.42	S/. 83.36	S/./333.44	S/./1333.76

Fuente: Elaboración Propia

## 6.2 Etapa 2: Negociación.

### 6.2.1 PROBLEMA:

En esta etapa se detectaron demoras para hacer los acuerdos de los términos de compra, procedimientos de pago y responsabilidades del importador y exportador.

### 6.2.2 PROPUESTA:

Se propone establecer términos de importación según las Líneas y proveedores para mantener costos estandarizados, reducir riesgos y así agilizar los pagos con el área pertinente, se sugiere como forma de pago 30% Adelantado y 70% contra Draft BL, el termino establecido para las próximas importaciones es FOB, así mismo se propone adquirir una Póliza de seguro de transporte anual que permita agilizar los trámites y reducir los costos. Tras la aplicación de esta propuesta tendríamos un ahorro anual de \$720.00.

**Tabla N° 8: Costos de oportunidad de Etapa 2 - Negociación**

TIPO DE POLIZA	COSTO ANUAL	AHORRO
INDIVIDUAL( 16 al año)	\$3520.00 (\$220.00 por importación en promedio)	\$720.00 dólares
ANUAL	2800\$	

Fuente: Elaboración Propia

### 6.3 Etapa 3: Compra

#### 6.3.1 PROBLEMA:

En esta etapa se detectaron problemas en la etapa del abono del dinero de la OC, ya que tras no existir una planificación de las compras, el área de finanzas no podía hacer proyecciones de sus transacciones y el proceso de solicitud de financiamiento se hacía más largo. El tiempo de demora en solicitud del financiamiento al banco es de 5 horas, entre preparación documentaria y presentación de solicitud

#### 6.3.2 PROPUESTA:

Se propone establecer un programa de importaciones cada 6 meses para que el área de finanzas pueda planificar los pagos de las facturas de forma pertinente, así pues cuando se tenga la aprobación el abono del 30% la documentación se prepare con tiempo y en un máximo de 2 horas se presente la solicitud al banco. Tras la aplicación de esta propuesta tendríamos un ahorro anual de 1000 soles en el tiempo empleado por la persona que se encarga de efectuar los trámites correspondientes.

**Tabla N° 9: Costos de oportunidad de Etapa 3**

Horas /Preparación Formatos	Horas Trimestre	Ahorro por importación	Ahorro por trimestre	Ahorro Anual (Etapa1)
5 horas	20 horas	S/. 62.5	S/.250.00	S/.1000.00

Fuente: Elaboración Propia

#### 6.4 Etapa 4: Carga / Despacho de mercancía

##### 6.4.1 PROBLEMA:

Con respecto a esta etapa del proceso podemos ver que existen solo dos propuestas a evaluar para hacer la cotización de los fletes, esto se estableció desde el año pasado tras la urgencia de ir a prisa con el proceso de importación se eligen entre dos agentes de carga, a los que en la mayoría de oportunidades deben estar supeditados a las tarifas y tiempos establecidas por ellos.

##### 6.4.2 PROPUESTA:

Se propone establecer un comparativo de cotizaciones con 5 agentes de carga, en donde se establezcan claramente los costos que estarán incluidos en el proceso, así mismo hacer las coordinaciones oportunas para que la carga zarpe en la fecha indicada respetando las condiciones del flete. Se logró contactar con otros 4 agentes, donde podemos ver que el ahorro es representativo, si tomamos en cuenta un ejemplo de carga consolidada de 2 .5 TN. Los proveedores usuales son Cargo World y Navifreight, al tomar en cuenta otras opciones el ahorro puede ser entre\$40 y \$80 por carga.

**Tabla N° 10: Costos de oportunidad de Etapa 4**

COSTOS	VLG	ALIANCA	NAVIFRE	FASTMARK	CARGO WORL
Flete	5\$ XTN	5\$ X TN	7\$ X TN	9\$ X TN	6\$X TN
Handling	\$35	EXONERADO	\$45	\$35	EXONERADO
BL	\$25	\$15	\$35	\$15	\$25
Desconsolidación	80\$	40\$	\$80	\$50	\$125
Almacenaje	\$100	\$150	\$120	\$100	\$150
<b>TOTAL</b>	<b>252.5</b>	<b>217.5</b>	<b>297.5</b>	<b>222.5</b>	<b>\$315.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 6.5 Etapa 5: Trámites y Gestiones aduaneras

### 6.5.1 PROBLEMA:

Con respecto a esta etapa del proceso podemos ver que existen sólo 1 propuesta a evaluar para hacer la cotización del agenciamiento aduanero esto se estableció desde las importaciones del 2014, esto ha permitido detectar que el agente actual está cobrando una comisión del 4% entre otros costos que podrían negociarse para reducirlos.

### 6.5.2 PROPUESTA:

Se propone cotizar y hacer negociaciones con otras dos propuestas, en las que se pactó 3% de comisión por importación. El ahorro significa un 1% de ahorro del valor CIF, además de obtener mejoras en los demás costos de nacionalización.

**Tabla N° 11: Costos de oportunidad de Etapa 5.**

<b>Cuadro comparativo de cotización de agente de aduanas</b>			
<b><u>IMPUESTOS - ADUANAS</u></b>	<b><u>Cargo World</u></b>	<b><u>Kbs</u></b>	<b><u>Alianca Lines</u></b>
<b><u>V. CIF: 94.975.49</u></b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>US\$</b>	<b>US\$</b>	<b>US\$</b>
<i>AD-VALOREN</i>	-	-	-
<i>IGV 16%</i>	15,196.00	15,196.00	15,196.00
<i>IPM 2%</i>	1,900.00	1,900.00	1,900.00
<i>PERCEPCION 3.5%</i>	-	-	-
<b>Total Pago Impuestos</b>	<b>17,096.00</b>	<b>17,096.00</b>	<b>17,096.00</b>
<b><u>AGENCIAMIENTO ADUANERO</u></b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>US\$</b>	<b>US\$</b>	<b>US\$</b>
<i>COMISION 0.30% CIF (Cargo World)</i>	284.93	379.90	284.93
<i>GASTOS OPERATIVOS (Exonerado)</i>	30.00	30.00	30.00
<i>RETIRO DE CARGA (Cargo World)</i>	270.00	270.00	270.00
<i>V°B°(IAN TAYLOR)</i>	70.63	100.00	85.00
<i>ALMACEN (NETUNIA)</i>	150.00	150.00	150.00
<i>IGV</i>	145.00	167.38	145.00
<b>Total Gastos Agencia de Aduanas y Terceros</b>	<b>950.56</b>	<b>1,097.28</b>	<b>964.93</b>
		<b>AHORRO \$147.28</b>	

Fuente: Elaboración Propia

## 6.6 Etapa 6: Designación de canal.

### 6.6.1 PROBLEMA:

Dentro de las fechas de estudio se ha detectado 2 oportunidades en que la carga fue designada para canal naranja provocando en el proceso un incremento en los costos de \$969 dólares, no se tomó en cuenta un detalle de descuentos en la factura comercial dando lugar a una Duda Razonable,

### 6.6.2 PROPUESTA:

Se propone implementar una política de importación en donde los procesos y la información necesaria para las gestiones se encuentren correctamente definida, así pues evitar incurrir en sobrecostos de liberación de carga almacenamiento, transporte o desaduanaje.

### 6.6.3 PROBLEMA:

El proceso de nacionalización termina cuando la mercancía es liberada para su traslado interno, el principal inconveniente es que no se tienen diversas propuestas de agencias de transporte para hacer la distribución a las demás sucursales, la única es Transportes Grau.

### 6.6.4 PROPUESTA:

Se propone establecer un formato de cotización de fletes internos para poder determinar las tarifas más convenientes y a corto plazo establecer un contrato de homologación con la agencia de transportes seleccionada para que se efectúen las reparticiones futuras.

Tabla N° 12: Costos de oportunidad de Etapa 7

## 6.7 Etapa 7: Liberación de carga y Traslado Interno.

**COTIZACION AG DE TRANSPORTE (precios x m3 incluido el igr)**

Items	T. GRAU			T. MELLIZO			SERVINORTE			DIFERENCIA		
	PRECIO X ZONAS			PRECIO X ZONAS			PRECIO X ZONAS					
	TRUJILLO	CHICLAYO	PIURA	TRUJILLO	CHICLAYO	PIURA	TRUJILLO	CHICLAYO	PIURA	TRUJILLO	CHICLAYO	PIURA
SPRAY PINTURAS SHARK	1.00	1.50	1.50	0.80	1.20	1.50	1.00	1.20	1.50	0.20	0.30	0.00
DISCO DE CORTE 3M	1.20	1.20	1.50	0.80	1.00	1.20	1.20	1.20	1.50	0.40	0.20	0.30
LUMINARIA PHILIPS	0.50	0.80	1.20	0.50	0.80	1.00	1.20	0.80	1.00	0.00	0.00	0.20
STANLEY	1.00	1.20	1.50	1.00	1.00	1.50	1.00	1.20	1.50	0.00	0.20	0.00
SWIFT CAJAS	1.20	2.00	2.50	1.00	1.20	2.00	1.00	2.00	3.50	0.20	0.80	0.50
SWIFT VALVULAS	1.50	1.20	1.50	1.00	1.00	1.00	1.00	1.20	1.20	0.50	0.20	0.50
SWIFT LLAVES	1.20	1.20	1.50	1.00	1.00	1.20	1.00	1.20	1.50	0.20	0.20	0.30
SWIFT TEFLON	1.00	1.20	1.50	1.00	1.20	1.00	1.00	1.20	1.50	0.00	0.00	0.50

Fuente: Elaboración Propia.

Según los resultados obtenidos con respecto a la situación de la empresa, con respecto a la gestión logística antes de aplicarse el sistema comercial Forecast, forma parte del primer objetivo, donde la figura N° 6 muestra el índice de porcentaje que tuvo la empresa a la hora de realizar planeamiento de demanda, en donde el 75% de los encuestados dice que ésta se realiza cada quince días, y por eso se tuvo en cuenta a (Mora García, 2008), donde explica que cualquier actividad empresarial, el objetivo clave de la logística es lograr minimizar riesgos económicos y mejorar la rentabilidad de la empresa. Para conseguirlo, se debe efectuar una planeación dentro de la empresa ya sea como: planeamiento de compras o gestión de compras, distribución de mercancías, maximizar los centros de distribución y almacenes, gestión de stocks, canales de distribución.

Teniendo en consideración los procesos antes mencionados, la empresa Huemura SAC aplicó el sistema comercial Forecast, y nos demostró la figura N° 11, que el 63% de los pedidos son entregados completos en un 100%, donde muestra un aumento respecto a la Figura N° 3, donde solo el 50% de los encuestados decía que solo el 75% de los pedidos son entregados completos, y esto se debía a la planificación que no realizaba el área correspondiente y sobre todo el seguimiento que debería haber realizado la empresa Huemura SAC respecto a sus productos que comercializa.

**Tabla N° 12: Cuadro Resumen de Costos de Oportunidad de implementar Propuesta de Mejora**

Etapas	Procedimiento	Unidad Medida	Soles	Beneficios
Etapa1 : Pedido	Empleo de formato de cotización.	Costo Horas hombre	S/.1333.76	Aumento de Productividad de Responsable de Importaciones
Etapa 2: Negociación	Compra de Póliza anual.	Monto facturado	S/. 2412.00	Disminución de costos de importación
Etapa 3: Compra	Elaboración de Proyección de compras. Gestión bancaria	Costo Horas hombre	S/.1000.00	Aumento de Productividad de Responsable de Financiamiento.
Etapa 4: Carga / Despacho de mercancía	Cotización con mínimo 5 opciones de agentes de carga	Monto de fletes facturado	S/.268.00	Disminución de costos de importación.
Etapa 5: Trámites y G. Aduaneras.	Negociación de 30 % de comisión	Monto de comisión facturado (1%CIF Prom)	S/.488.00	Disminución de costos de importación
Etapa 6: Designación de canal	Seguimiento oportuno y eliminación de sobrecostos.	Monto de sobrecostos facturados	S/. 3197.7	Disminución de costos de importación
Etapa 7: Liberación de carga y Traslado Interno	Cotización con mínimo 3 opciones de agencias de transporte	Monto de traslados facturados (80 M3)	S/.1500.00	Disminución de costos de importación

## CAPITULO 6. DISCUSIÓN

Este capítulo se ha considerado hacer una discusión a nivel de análisis teórico sobre los resultados, diagnósticos y sobre la utilidad de la propuesta planteada en relación a los antecedentes, además de hacer un análisis a los resultados de la prueba de pre test y post test aplicado el sistema comercial Forecast.

De acuerdo con (Miguel David Rojas López, Érica Yaneth Guisao Giraldo, & José Alejandro Cano Arenas, 2011) en su libro “Logística integral”, nos describe que la tecnología y los programas(software), son beneficiosos para las empresas, ya que pueden generar valor al ámbito de la planeación, ayuda también a manejar grandes valores(stock), y sobre todo como administrar un inventario y aprovisionamiento de forma correcta, teniendo en cuenta lo antes descrito, la empresa Huemura SAC, tomo en cuenta cada una de la información y aplico el sistema comercial Forecast, para así poder llevar una buena planeación de sus productos, además llevar una correcta administración de sus inventarios, logrando prevenir riesgos para la toma de decisiones. Para así poder realizar informes sobre riesgos corporativos significativos y de deficiencias de su gestión que pudiera estar dándose dentro de su aplicación.

La empresa Huemura SAC, no estaba llevando un buen manejo de stocks, la distribución, y el almacenaje, lo cual traía como resultado la existencia de distintos problemas en el área logística, eso se ve demostrado en las figuras N° 4, 5, 6 y 7, además de la tabla y también las tablas N° 2 y N°5 donde se puede ver la reducción en el stock valorizado; (Sunil Chopra & Peter Meindl, 2013), menciona que una correcta gestión de stocks constituye uno de los pilares básicos en los cuales se apoyan las nuevas tendencias logísticas en la empresa, a fin de reducir costos, incrementar la productividad, equilibrar el servicio y la disponibilidad, mejorar la fiabilidad, para así ser más competitivos.

Los resultados de los cuestionarios de la gestión logística de importaciones en el área de estudio muestran que se estaba haciendo deficientemente, pues como se ve no se ve los procesos no estaban definidos de forma concreta, el principal cuello de botella en esta gestión es la ausencia del planeamiento en el área comercial y de importaciones, como consecuencia de ello, los pedidos y las compras se hacen a destiempo, haciendo que la cadena de suministros y distribución se vea afectada, generando retraso en la entrega de los producto a los clientes finales, o entregando pedidos incompletos o disconformes.

Desde el punto de las principales teorías de gestión empresarial y administrativa Según Martínez G, 2013 en “La gestión empresarial, equilibrando objetivos y valores” , una buena comunicación entre

áreas relacionadas, facilita el uso de sus fuerzas ; pues bien la relación entre las áreas es directa respecto a sus objetivos , y la relación que se mantiene no es adecuada , pues al no establecerse objetivos y lineamientos comunes no se puede trabajar con sinergia e pro del cumplimiento de las metas.

Los resultados obtenidos durante la aplicación del sistema comercial forecast, mostraron que el área de venta estableció lineamientos comerciales( metas, objetivos) a cumplir; identificando las principales deficiencias de su gestión de atención de pedidos así como en las de requerimientos al área de Logística y distribución , tras la aplicación de sistema forecast los indicadores logísticos arrojen mejores resultados, la gestión ,sea más eficiente, permitiendo establecer negociaciones y mejorar las condiciones de compra con los diversos proveedores internacionales.

Se establecieron procedimientos para la atención de requerimientos del área comercial, dándole mejor seguimiento a los pedidos para hacer la distribución y entrega de la mercadería e forma oportuna; respecto a los procesos de importación se hicieron menos engorrosos y costosos ya que los plazos y requisitos fueron cumplidos en tiempo y forma, eliminando los sobrecostos en la gestión de importaciones, Según Pricewaterhouse Coopers(PWC), 2014 "Manual Forecasting", la disposición de Forecasts o previsiones de demanda, constituye una parte fundamental de la logística por las implicaciones que una variación en ésta supone en los principales procesos de la cadena de suministro (gestión de stocks, aprovisionamiento, transporte, fabricación, nivel de servicio, etc.) y por los beneficios que proporciona su correcta estimación y control.

Después de contrastar cada variable de estudio los resultados muestran que, en la empresa Huemura SAC, no se planteaban objetivos específicos de venta que faciliten el planeamiento comercial, por lo tanto las estadísticas comerciales no mostraban un incremento significativo a lo largo de los periodos de estudio, a raíz de estos resultados se pudo determinar que no existía una buena gestión logística de importaciones(compras), ya que las metas de ambas áreas no estaban alineadas correctamente lo que trae por consecuencia que el abastecimiento a los diferentes almacenes haya mostrado deficiencias; esta situación influyó en que los clientes finales no sean atendidos oportunamente.

La aplicación del sistema Forecast ha favorecido en la mejora de los procesos comerciales y logísticos, dando lineamientos de ejecución para trabajar con objetivos comunes, metas concretas que permitieron mejorar los procesos de aprovisionamiento y distribución, viendo resultados favorables al finalizar el estudio. Según Enrique Yacuzzi, Guillermo Paggi, 2013 en " Diseño e implementación de pronóstico de ventas en Brasil no basta con contar con buenos sistemas de pronóstico, sino que estos deben encuadrarse en un marco de aprendizaje continuo y estar alineados con la misión, los valores y las aspiraciones de todas las áreas de la empresa; este alineamiento se

da generalmente en firmas globales en donde se buscan pautas de comportamiento que posibiliten no sólo la subsistencia sino también el desarrollo de la organización en su entorno competitivo. La forma de integrar fríos pronósticos estadísticos en la vida cotidiana de la firma se facilita con la adopción de prácticas de clase mundial, con la puesta en marcha de procesos productivos y administrativos que respondan a un estándar de eficiencia, y con la focalización en el cliente a través de la oferta de productos y servicios de calidad.

## CONCLUSIONES

1. La implementación del sistema comercial Forecast, tuvo un impacto positivo en el área de gestión logística, logística de distribución, y logística de importaciones, ya que quedó demostrado que al aplicar el sistema Forecast, se mejoró en y cual quedo también demostrado con la prueba de hipótesis que se realizó( Anexo N°19): las proyecciones de ventas que realiza la empresa son más reales, la secuencia de atención y requerimientos entre las diferentes áreas de la empresa y los clientes mejoró , también influyó positivamente en la gestión de la emisión de órdenes de compra, de recepción de pedidos en almacén, control de stock y trajo como consecuencia que se incrementa la rotación de inventarios.
2. Antes de la aplicación del sistema comercial Forecast, la empresa venia gestionado sus procesos de forma ineficiente ya que no se tenían lineamientos entre las áreas involucradas, originando que los resultados obtenidos no sean comunes puesto que no se identificaban oportunamente los cuellos de botella que dificultaban el trabajo del áreas logística y el área comercial .
3. Durante la aplicación sistema comercial Forecast se pudo apreciar mejor seguimiento en los procesos de gestión logística y esto trajo como resultado que el desempeño de la empresa y de sus recursos tanto humanos como materiales mejoren, esto se evidencio en indicadores como: reducción del 100% en sobrecostos de importación, reducción de costos de traslado interno, reducción de 60% de inventario y aumento en el porcentaje de pedidos completos y conformes que se entregaban entre el área de distribución y el área de almacén.
4. La implementación de la política de gestión logística de importaciones generará mejores resultados en el desempeño de las importaciones, los procedimientos fomentan una organización y protocolo que al ponerse en ejecución favorece significativamente en la rentabilidad de la empresa, haciendo de sus flujos de procesos más productivos y eficaces.

## RECOMENDACIONES

1. Concientizar a los colaboradores del área, sobre los beneficios que trae el buen uso del sistema comercial Forecast, y así reforzar el impacto que tiene en sus labores y en la mejora del área.
2. Realizar una evaluación continua a los colaboradores que hacen uso del sistema comercial Forecast, para conocer como ésta se va desarrollando, desde su implementación hasta la aplicación del programa, y el impacto que tiene a través de la existencia de mejoras en la gestión logística
3. Contrastar los resultados de la implementación del sistema comercial Forecast, con la productividad del área logística, para identificar su impactando en los procesos, y así poder fortalecerlos y reforzarlos de forma continua, dando a conocer mediante informes de manera mensual o trimestral los resultados obtenidos.
4. Recomendar a otras empresas distribuidoras que no hayan utilizado antes el sistema comercial Forecast, que implementen dicho sistema de pronósticos, ya que traerá beneficios para la empresa y los hará competitivos, teniendo pronósticos de ventas más reales sobre sus ventas y productos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- González, P. (2015). *Forecast Solution*. Obtenido de <http://www.forecast-solutions.com/material-educativo/el-forecasting-y-sus-beneficios.html>
- INFOCIF, R. (09 de 06 de 2015). *Infocif*. Obtenido de Forecast: Qué es y cómo se hace: <http://noticias.infocif.es/noticia/forecast-que-es-y-como-se-hace>
- Teijeira, P. (17 de 12 de 2013). Obtenido de Forecast: Qué es y para qué sirve: <http://pabloteijeira.es/blog/forecast-que-es-y-para-que-sirve/>
- Yacuzzi, E., & Paggi, G. (2002). *DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE PRONÓSTICO DE VENTAS EN WHIRLPOOL ARGENTINA*. Buenos Aires: s.e.
- Exporta Fácil. (2012). Recuperado 21 de octubre de 2016, a partir de [http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?\\_page\\_=808.4860](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=808.4860)
- Kotler, P. (2002). Dirección de Marketing, conceptos esenciales. (Primera). México D.F: Prentice Hall.
- LAVALLE, G. (2009). Flexibilidad Productiva en un sistema mixto de fabricación ha pedido y para inventario. Flexibilidad Productiva en un sistema mixto de fabricación ha pedido y para inventario. Recuperado a partir de [http://www.eseade.edu.ar/files/riim/RIIM\\_50/50\\_2\\_lavalle\\_santucci.pdf](http://www.eseade.edu.ar/files/riim/RIIM_50/50_2_lavalle_santucci.pdf) (Consulta: 27 de Julio del 2012) (Amaya, 2000)
- Llamas. (2004). Estructura Científica de la Venta. España: Limusa.
- Luna Carmena, & Berdugo, C. (2002). QFD y logística integral; la voz del cliente es el primer eslabón de la cadena. 2002. Recuperado a partir de

<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/ingenieria/article/view/2303/1504>)

(Consulta: 18 de Agosto del 2012)

MANSUR, E. (2012, de Setiembre del). La gestión logística integral en las Pymes. Un instrumento generador de valor. Universidad Nacional de Cuyo, Argentina.

Recuperado a partir de

[http://old.fing.uncu.edu.ar/mlogistica/tesis/Tesis\\_MMansur.pdf](http://old.fing.uncu.edu.ar/mlogistica/tesis/Tesis_MMansur.pdf)

MINCETUR > Comercio Exterior. (S. f.). Recuperado 21 de octubre de 2016, a partir de

<http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=124>

Mincetur - Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Mincetur | Ministerio de Comercio

Exterior y Turismo. (S. f.). Recuperado 21 de octubre de 2016, a partir de

<http://ww2.mincetur.gob.pe/>

Ortiz, A., & Alarcon, F. (2004). Planificación Colaborativa en el contexto de variar cadenas por Suministro: Ventajas y Desventajas.

Picarte, A. (2006). Manual de Herramientas Tecnológicas. Medellín: Universidad de Medellín.

Ronald Ballou. (2004). Business Logistic Management Planing, organizing and controlling the supply chain (Cuarta). New Jersey: Prentice Hall.

Miguel David Rojas López, Erica Yaneth Guisao Giraldo, & José Alejandro Cano Arenas.

(2011). Logística Integral. Bogota: EDICIONES DE LA U.

Mora Garcia, L. A. (2008). Gestion Logística Integral. Bogota: ECOE EDICIONES.

Sunil Chopra, & Peter Meindl. (2013). Administración De La Cadena De Suministro (QUINTA). Mexico: PEARSON EDUCATION.

- Acebedo, O. (2004). Estandares de Importación. Medellín: ESIC.
- Acosta, J. (2005). Regimen Aduanero. Santiago: OCEANO DE CHILE.
- Alberto, A. (2007). Logistica y despacho. Santiago: Nueva Patriz.
- Alfoso. (s.f.). libro de autores cubanos .
- Amaya. (2000). Logística Integral. La gestion operativa de la empresa. España: ESIC  
EDitorial.
- Anderson. (1992). Pronóstico de Ventas y Cálculo de Demanda. Quito: ABYA YALA.
- Aviles, M. (2005). Recolección de Datos. Caracas: CYLEX.
- Benavides, F. (2010). Demanda de un Bien o Servicio, Según se calidad. La Paz: EL  
TIEMPO.
- Brandly. (2005). Comercio Económico. Medellin: ANORMIS.
- Cardenas. (2013). Análisis y Propuesta de Mejora para la Gestión de Abastecimiento de  
una Empresa Comercializadora de Luminarias. Buenos Aires: EL ATENEO.
- Casanovas. (2013). Almacén y Logística. Madrid: S.L EDICIONES.
- Castañeda, R. C. (2012). Comercio Internacional. Asunción: ATLAS.
- Castro, J. (2012). Logistica. Medellin: La Vida.
- Cuenca. (2010). gestion del comercio exterior. Quito: Planeta.
- Desposorio, E. (2011). Propuesta en la implementacion de la gestion del proceso logistico.  
Buenos aires: Flor S.R.L.
- Diaz, C. (2013). Procesos Logísticos y Comerciales. Medellín: ISBN.
- Guerrero. (2010). Implementacion de un sistema logistico. Quito: El Conejo.
- Huete, L. (2005). Servicios y beneficios . Barcelona: Ediciones Deusto.
- Inza, A. U. (2013). Logistica integral. Manual de logistica integral, 153.

- Jerem Hope, S. P. (2012). Mejores prácticas de gestión empresarial. Maccsachuset:  
Harvard Business School.
- Keith Denton, D. (1991). Calidad en servicio a los clientes. Ediciones Dias De Santos.
- Kotler, P. (2002). Demanda de Bienes y Servicios. Chicago: CHICAGO NEWS.
- Lacalle, G. (2013). Gestion logistica comercial. Quito: Oceano.
- Lavat. (2007). Comercio internacional. Lima: SM SAC.
- Mendoza, V. (207). Tesis de licenciatura. trujillo: n.a.
- Michael, N. (2007). Logística Tradicional. Nueva York: EDWARD RUTHERFURD.
- Navarro, e. (2004). La gestion logistica en genral. Madrid: Calleja.
- Niño, S. (2011). Programa de Pronóstico de Ventas. Mexico D.F: CYLEX.
- Osorio, E. V. (2004). Que es la logistica. The counal of logistics managmnet, 320.
- Pagi, P. (2002). Sistema de Planificación de Importación. Asunción: EN ALIANZA.
- Peréz Fernandez de Velaco, J. A. (1994). Gestion de la calidad empresarial: calidad en los  
servicios y atencion al cliente. ESIC Editorial.
- Peris, Llherie, & Parra. (2008). Logistica y un sistema integral. lima: Bruño.
- Pintado Blanco, M. T. (2013). Influencia en la gestión empresarial. Esic Editorial.
- Quiroz, J. E. (2012). Logistica fisica internacional. Madrid: Grupo Planeta.
- Ricardo, D. (2008). Logística: Como Lograr Ventaja Competitiva. Londres:  
SPINETINGLERS.
- Rodriguez. (2011).
- Rosa, G. d. (s.f.). Gestión de Operaciones Empresariales. Bogota: ESIC.
- Ruesta, M. .. (2011). Medicion de la satisfaccion del cliente en una empresa Retail. Piura.
- Sabria, C. (2005). Planes Para Mejorar La Logisistica. Santiago: Lexis Nexis.

## **ANEXOS**

**Anexo N°1: Aviso de Llegada de importación**



SAN ISIDRO 27 DE JULIO DEL 2016

SEÑORES  
**HUEMURA SAC**  
PRESENTE

ATT.: Srta. Cinthian Quispe

NOS DIRIGIMOS A USTEDES CON LA FINALIDAD DE SALUDARLES E INFORMARLES QUE HEMOS RECIBIDO AVISO DE LLEGADA, EL CUAL DETALLAMOS A CONTINUACION:

PUERTO DE EMBARQUE	:	PORT EVERGLADES
PUERTO DE DESTINO	:	CALLAO
VAPOR	:	RUDOF SCHEPERS V224S
EMBARCADOR	:	STANLEY BLACK & DECKER
CONSIGNATARIO	:	HUEMURA SAC
BL	:	HBOL73454
PESO / VOLUMEN	:	1 X 20 ST
ETD PORT EVERGLADES	:	21 DE JULIO DEL 2016
ETA CALLAO	:	31 DE JULIO DEL 2016
VISTO BUENO	:	KRYSTAL - COSMOS
ALMACEN	:	TRAMARSA
ALMACENAJE	:	15 DIAS LIBRES

AGRADECERE TOMAR NOTA DEL PAGO POR LOS SIGUIENTES CONCEPTOS:

FLETE + GASTOS EN ORIGEN	USD	2465.00
HANDLING DESTINO (\$50 + IGV)	USD	59.00
DOC FEE ( \$35 + IGV)	USD	41.30
<b>TOTAL</b>	<b>USD</b>	<b>2565.30</b>

FAVOR DEPOSITAR EN EFECTIVO LA SIGUIENTE CUENTA:

BANCO SCOTTIABANK PERÚ S.A.A.  
CTA. CTE. DOLARES 0662367  
TITULAR: KRYSTAL LOGISTICS S.R.L

BANCO DE CREDITO DEL PERU S.A.  
CTA. CTE. DOLARES 193-1714634-1-44  
TITULAR: KRYSTAL LOGISTICS S.R.L

**IMPORTANTE:**

AGRADECERE COPIAR EL PRESENTE AVISO A SU AGENTE DE ADUANA Y SOLICITARLE EFECTUEN LA VERIFICACION FISICA Y DOCUMENTARIA DE SU CARGA ( PESO, MARCAS, DESCRIPCION, NUMERO DE BULTOS, ETC) ANTES DE ENUMERAR SU POLIZA DE IMPORTACION, A FIN EVITEN DEMORA EN LA LIBERACION DE SU CARGA Y POSIBLE MULTA DE ADUANA, EN CASO DE EXISTIR ALGUNA DISCREPANCIA ENTRE LO DESCARGADO Y MANIFESTADO.

SIN OTRO PARTICULAR DE MOMENTO, ME DESPIDO.

ATENTAMENTE,

Johanna Alarco  
Krystal Logistics S.R.L  
Tel: (511) 716 8282

Anexo N° 2: BL original de importación

**Krystal Logistics Inc.** **BILL OF LADING**

**STANLEY BLACK & DECKER**  
9850 PREMIER PARKWAY, Tel: 954-824-1129  
MIRAMAR, FL 33025  
UNITED STATES

**HUEMURA SAC**  
AV. ESPAÑA 2419 OF 201 TRUJILLO,  
Tel: 44207910, RUC:20396466768  
CALLAO, PERU

**RUDOLF SCHEPERS / V - 2245**  
Callao-Peru

**Port Everglades, FL**

**Port Everglades, FL**

**Callao-Peru**

**Buque en contenedor FCL/FCL**

**Yes X No**

**ORIGINAL**

MARKING NUMBER (18)	NUMBER OF PACKAGES (19)	DESCRIPTION OF COMMODITIES (20)	GROSS WEIGHT (KG) (21)	MEASUREMENT (22)
SUDU7788985 6203958	01X20'ST	24 PIECES S.T.C.: HAND TOOLS  AES ITN : X20180718448997 T & E 186.912.808  **** EXPRESS RELEASE @ DESTINATION ** *****FREIGHT COLLECT*****	6287.24 KG "13661.00LB"	668.33 FT3 "18.62 M3"
VGM 10207.24 KG				

**FREIGHT RATES, CHARGES, WEIGHTS AND/OR MEASUREMENTS**

SUBJECT TO CONNECTION	PREPAID	COLLECT
Bonded Fee		150.00
Local Drayage		350.00
OCEAN FREIGHT		1400.00
BL AND SED		90.00
VGM Fee		25.00
Loading Fee		450.00
<b>GRAND TOTAL</b>	<b>USD</b>	<b>2465.00</b>

**CANCELADO**  
Lima, 02 de Julio del 2016  
KRISTAL LOGISTICS

Received by the Carrier for shipment by ocean vessel between port of loading and port of discharge, and for arrangement or procurement of ocean carriage from date of receipt and/or carriage to place of delivery, when stated above, the goods as specified above in apparent good order and condition unless otherwise stated. The goods to be delivered at the above mentioned port of discharge or place of delivery, whichever is applicable, subject always to the exceptions, limitations, conditions and terms set out on the reverse side hereof, to which the Shipper and/or Consignee agree to accept by the Bill of Lading.

IN WITNESS WHEREOF, this Bill of Lading has been signed, and otherwise completed, by the undersigned, who is authorized to sign for the carrier, on the date and at the place stated above.

DATED AT: **MIAMI**

July 21, 2018

MO. DAY YEAR

BL No: **HBOL73454**

**Anexo N°3: Certificado de origen de importación**

MEP1030 CERTIFICADO DE ORIGEN PAGINA #: 1

EXPORTADOR: STANLEY BLACK & DECKER  
9850 PREMIER PARKWAY  
MIRAMAR, FLORIDA 33025  
USA

IMPORTADOR: HUEMURA S.A.C  
AV. ESTANA #2419 OFF-201  
LA LIBERTAD, PERU  
044

NUMERO DE REGISTRO FISCAL: 06-0548860 TELEFONO: (954) 624-1100  
TELEFONO: (954) 624-1100 FAX: (954) 704-3763  
FAX: (954) 704-3763

TELEFONO: 005144482125  
FAX: 5544 482126  
MEDIO DE TRANSPORTE:

CERTIFICADO DE ORIGEN No: 76

ARTICULO	DESCRIPCION	U/M	CANTIDAD	PAIS DE ORIGEN
		No DE FACTURA	FECHA DE FACTURA	No DE ORDEN
		157579	2016/07/01	143277
0785783	20 pc Wrench Set GAS/MM	EA	400	CHINA
	Jgo de Llaves 20 pc GAS/MM			
0786736	1/2" DR. 25PC SKT SET (3/8"-3/4")	EA	200	CHINA
	JGO DADOS-M1/2"-25PC(3/8"-3/4")			
951B30615	GLOBAL FLOE TAPR RULE 5m/16'	EA	1,002	CHINA
	CINTA METR. GLOBAL FLOE 5m/16'			
951B970061A	1/2" Dr. Impact Wrench Dual Cl	EA	20	CHINA
	1/2" Llave de Impacto Doble Sm			
951B20206	Fixed Hacksaw Frame	EA	504	TAIWAN
	Arco de Sierra Fijo			
9786081	COMB. W. SET 14PC (7-24MM)	EA	60	CHINA
	JGO. LL/COMB 14PC (7-24MM)			
951B30626	GLOBAL FLOE TAPR RULE 8m/26'	EA	162	CHINA
	CINTA METR. GLOBAL FLOE 8m/26'			
9786082	COMB. W. SET 14PC (10-32MM)	EA	36	TAIWAN
	JGO. LL/COMB 14PC (10-32MM)			
951B89646	Medium-Duty Riveter 3 nozzelale	EA	240	TAIWAN
	Romachadora 3 boquillas M-D			
951B42073	Thrifty Level 18"	EA	480	THAILAND
	Thrifty Level 18"			
97R991501A	Codec Racing Mech Tools Set	EA	12	CHINA
	Juego Mecanico Racing de 150pc			
951B42074	Thrifty Level 24"	EA	20	THAILAND
	Nivel Thrifty 24"			
951B87435	CHROMED ADJ. WRENCH 15"	EA	96	CHINA
	Llave AJUSTABLE CROMADA 15"			
0713572	Pro Torque Wr 1/2 50-250 FtLb	EA	5	TAIWAN
	Torquimetro Pro 1/2 50-250 Pib			
86-737	1/2" DR. 25PC SKT SET (10-17MM)	EA	60	CHINA
	JGO DADOS-M1/2"-25PC(10-17MM)			
89-101	019PC 14DR. SKT SET MM	EA	12	CHINA
	JGO DADOS-3/4" MET-20PC			
951B78031	Grassie Gun	EA	42	CHINA
	Grasera Tipo Palanca			
951B84054	DIAGONAL CUTTING PLIER 6"	EA	36	CHINA
	ALICATE- CORTR DIAGONAL 6"			
9786855	COMBINATION WRENCH 10MM	EA	702	CHINA
	Llave COMBINADA 10MM			
951B87434	CHROMED ADJ. WRENCH 12"	EA	120	CHINA
	Llave AJUSTABLE CROMADA 12"			

#### Anexo N°4: Correo de asignación de canal verde

Cesar Saenz - KBS Logistic (kbslogistic.com), Jackeline Seminario Perez (jseminario@huemura.com.pe), Antonio Sumari - KBS (kbslogistic.com) [2 más](#)

Re: PROFORMA 487 HUEMURA SAC

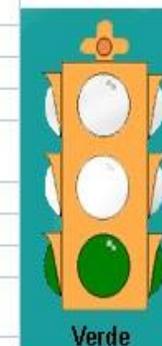
Para informarle que ya contamos con canal verde tavor confirmar dirección de entrega y fecha de retiro

Principio del formulario

Ingrese Número de DUA: 118 - 2016 - 10 -  
Consultar

Final del formulario

Número de Declaración :	118-2016-10-171924-01-4-00
Fecha de Numeración :	17/09/2016 16:02:22
Modalidad de Despacho Aduanero :	Excepcional
Comitente :	<u>RUC-20396466768 HUEMURA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA</u>
Agencia de Aduanas :	<u>RUC-20492369137 KBS LOGISTIC S.A.C.</u>
Valor CIF :	<u>USD CIF : 82,513.00</u> <u>FOB : 81,337.60 Flete : 1,060.04 Seguro : 115.36</u>
Monto Liquidado :	<u>USD 14,852.00</u>
Monto Garantizado :	
Monto Cancelado :	<u>S/. 49,502.00</u>
Fecha y Hora de Cancelación :	17/09/2016 16:33:52
Tipo de Cancelación :	<u>CANCELACION EN BANCO - PAGO ELECTRONICO</u>
Banco :	002 BANCO DE CREDITO DEL PERU
Garantía :	
Estado de la Declaración :	En conclusión <b>LEVANTE AUTORIZADO</b>
Punto de llegada :	1 - DEPOSITO TEMPORAL - <u>RUC-20100010217 NEPTUNIA S.A.</u>
Cantidad de Bultos :	11



Cesar Saenz - KBS Logistic (kbslogistic.com), Cinthia Quispe Perez (cquispe@huemura.com.pe), Nahoky Huemura Caceda, Luis Bravo (kbslogistic.com) 1 más

Re: IMPORTACION SHARK

Victor

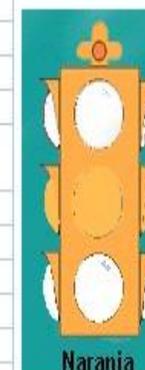
Salio canal naranja

Principio del formulario

Ingrese Número de DUA: 118 - 2016 - 10 -  
Consultar

Final del formulario

Número de Declaración :	118-2016-10-301213-01-2-00
Fecha de Numeración :	12/05/2016 11:26:50
Modalidad de Despacho Aduanero :	Excepcional
Comitente :	RUC-20396466768 HUEMURA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
Agencia de Aduanas :	RUC-20492369137 KBS LOGISTIC S.A.C.
Valor CIF :	USD CIF : 56,337.36 FOB : 54,158.70 Flete : 2,050.00 Seguro : 128.66
Monto Liquidado :	USD 14,129.00
Monto Garantizado :	
Monto Cancelado :	S/. 45,439.00
Fecha y Hora de Cancelación :	12/08/2015 12:16:19
Tipo de Cancelación :	CANCELACION EN BANCO - PAGO ELECTRONICO
Banco :	002 BANCO DE CREDITO DEL PERU
Garantía :	
Estado de la Declaración :	En conclusión
Punto de Llegada :	1 - DEPOSITO TEMPORAL - RUC-20347646891 LOGISTICA INTEGRAL CALLAO S.A. LICSA



## Anexo N°6: Endoso de Póliza de importación



### ENDOSO DE MODIFICACIÓN N° 5183892

Código de Registro de Pólizas SBS: RG0411100060  
Adecuado a la Ley N° 29946 y sus normas reglamentarias

#### Datos de la Póliza

Póliza N°:	60014802		Ramo:	TRANSPORTES
Vigencia-Inicio:	20/09/2016	12:00 hrs	Término:	05/05/2017
Oficina:	Trujillo			

#### Datos del Contratante

Nombre o Razón Social:	HUEMURA S.A.C.
Dirección:	AV. ESPAÑA NRO. 2419 - DPTO. 201 , URB. C HICAGO - TRUJILLO (LA LIBERTAD) - TRUJILLO (PROV)

#### Observaciones y Comentarios

Se hace constar, por medio del presente endoso, que mediante comunicación via solicitud electrónica Nro. 03559385 de los Sres. Magaseguros Asesores y Corredores de Seguros SAC, Asesor y Corredor de seguros del contratante en referencia, estamos procediendo a modificar la póliza desde el 20.09.2016, de acuerdo al siguiente detalle:

- Se procede a asegurar el siguiente transporte:  
Origen: Houston- USA  
Destino: Perú- Via Calleo, hasta los almacenes del asegurado  
Suma asegurada: US\$ 95,800.00  
Mercadería:

ITEM	DESCRIPTION	QTY
1	PWR PART # DCB6018.175ST, DOUBLE CROSSARM V- BRACE STYLE ONE PIECE 60" SPAN X 18" DROP. TYPE 316 STAINLESS STEEL	6
2	PWR PART # ACAB42.275ST-SP, ANGLE CROSSARM BRACE 42" SPAN X 27" DROP TYPE 316 STAINLESS STEEL	3
3	PWR PART # MBSM20ST, 58" X 9" SQUARE HEAD MACHINE BOLT TYPE 316 STAINLESS STEEL INCLUDES: (1) SQ. NUT & (1) LOCK NUT	15
4	PWR PART # MBST-25, 3/4" X 14", SQUARE HEAD MACHINE BOLT TYPE 316 STAINLESS STEEL w/ (1) SQUARE NUT & (1) SQUARE LOCK NUT  FINISH: ELECTRO- POLISHED	198
5	PWR PART # OEB58126ST, 5/8" X 12" OVAL EYE BOLT TYPE 316 STAINLESS STEEL W/ (1) NUT	3
6	PWR PART # CB- 58124ST, 5/8" X 12" CLEVIS BOLT W/ 1/4" CLEVIS PIN TYPE 316 STAINLESS STEEL INCLUDES (1) SQUARE NUT	30
7	PWR PART # SW-1222-ST, 2-1/4" X 2- 1/4" X 3/16" SQUARE WASHER TYPE 316 STAINLESS STEEL W/ 11/16" HOLE	21



50765807

**Anexo N°7: Encuesta al encargado del área de logística de importaciones**

**ENCUESTA AL ENCARGADO DEL ÁREA DE LOGÍSTICA DE  
IMPORTACIONES PRE/POST-EXPERIMENTAL**

Por favor, dedique un momento a completar esta pequeña encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para recaudar información sobre el área.

Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación llevada a cabo por las personas encuestadoras.

**1. ¿Con cuántos proveedores internacionales, consta la empresa?**

1       2       3       4       más

**2. ¿En cuánto tiempo el proveedor da respuesta a los pedidos?**

1-2 días       3-4 días       5-6 días        MÁS

**3. ¿Cuántas veces al semestre se hacen los pedidos de los productos?**

1       2       3       4       5

**4. ¿Durante los pedidos cuantos sobrecostos de importación existen?**

1       2       3       4       5

Cual(es): \_\_\_\_\_

**5. ¿Cuál es canal asignado que se tiene en promedio?**

rojo       naranja       verde

**6. ¿Cuántos contenedores por mes importa la empresa, para así abastecer al área logística?**

1       2       3       4       5

**7. ¿Cuánto tiempo se demora en llegar las importaciones?**

5-30 días       31-60 días       61-90 días        de 90 días

**8. ¿Los pedidos que son entregados por el proveedor, el área se siente conforme con los pedidos que les suministran?**

Completamente satisfecho

Satisfecho

Insatisfecho

Completamente insatisfecho

**La encuesta ha concluido.**

**Muchas gracias por su colaboración.**

**Anexo N°8: Encuesta al encargado del área de logística de distribución**

**ENCUESTA AL ENCARGADO DEL ÁREA DE LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN  
PRE/POST - EXPERIMENTAL**

Por favor, dedique un momento a completar esta pequeña encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para recaudar información sobre el área.

Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación llevada a cabo por las personas encuestadoras.

**1. ¿Con cuántos almacenes de distribución cuenta la empresa?**

1       2       3       4       más días

**2. ¿En cuánto tiempo se da respuesta a los requerimientos?**

2-4 días       5-7 días       8-10 días        AS días

**3. ¿El área logística de la empresa programa la atención a los requerimientos de almacenes, cada cuánto tiempo?**

Cada semana       La quincena de cada mes       Al finalizar el mes       MAS de 1 mes

**4. ¿Cuánto tiempo se demora en llegar las importaciones hasta el almacén (distribución interna)?**

2-4 días       5-7 días       8-10 días       más días

**5. ¿En qué porcentaje Los pedidos son entregados conformes ¿**

SI...       NO

25%  
 50%  
 75%  
 100%

**6. ¿Con que frecuencia se efectúan los traslados entre almacenes?**

diario       semanal       quincenal       mensual

**7. ¿Cuánto de los productos son entregados a tiempo (porcentaje)?**

25%  50%  75%  100%

**8. ¿Cuánto de los productos son entregados completos?**

25%  50%  75%  100%

**La encuesta ha concluido.**

**Muchas gracias por su colaboración.**

**Anexo N°9: Encuesta al encargado de sucursal**

**ENCUESTA AL ENCARGADO DE SUCURSAL PRE/POST - EXPERIMENTAL**

Por favor, dedique un momento a completar esta pequeña encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para recaudar información sobre el área.

Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación llevada a cabo por las personas encuestadoras.

**1. ¿Qué porcentaje de los pedidos se entregan a tiempo?**

25%       50%       75%       100%

**2. ¿Qué porcentaje de los pedidos se entregan conformes físicamente?**

25%       50%       75%       100%

**3. ¿Qué porcentaje de los pedidos se entregan completos?**

25%       50%       75%       100%

**4. ¿Se han establecido metas de ventas?**

Sí       No

**5. ¿Con que frecuencia deben cumplirse?**

Quincenal       mensual       semestral       anual

**6. ¿Se realiza un planeamiento de la demanda periódicamente?**

Sí       No

**7. ¿Se comparte este planeamiento con el área Logística?**

Sí       No

**8. ¿En cuánto tiempo se da respuesta a los requerimientos por parte del área logística?**

2-4 días

5-7 días

8-10 días

más de 10 días

**La encuesta ha concluido.**

**Muchas gracias por su colaboración.**

**Anexo N°10: Matriz de consistencia**

	MATRIZ		DE		CONSISTENCIA	
PLANT EAMIE NTO DE PROBL EMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	MUESTRA	DISEÑO	INSTRUMENTO
<p><b>Pregun ta:</b></p> <p>¿De qué manera la aplicaci ón del sistema comerci al FOREC AST influye en la gestión logístic</p>	<p><b>Objetivo general:</b></p> <p>Evaluar de qué manera la aplicación del sistema comercial FORECAST influye en la gestión logística de la Empresa HUEMURA SAC en el periodo 2013 – 2016.</p>	<p><b>Hipótesis general:</b></p> <p>La aplicación del sistema comercial Forecast influye favorablement e en la gestión logística de importaciones de la empresa Huemura SAC en el periodo 2013 – 2016</p>	<p><b>VARIABLE INDEPENDI ENTE:</b></p> <p><b>LA APLICACIÓ N DEL SISTEMA COMERCIA L FORECAST</b></p>	<p><b>Unidad de estudio.</b></p> <p>La empresa HUEMURA SAC</p> <p><b>Población.</b></p> <p>La población estuvo conformada por todos los trabajadores de las áreas e estudio</p>	<p><b>Nivel de Investigación:</b> Descriptivo</p> <p><b>Diseño:</b> Descriptivo – Correlacional</p> <p><b>Tipo de Investigación:</b> Cuasi Experimental</p>	<p><b>4.3.1 De recolección de información.</b></p> <p>- Formulario de encuestas (Validado a través del Alfa de Cronbach (Ver Anexo...) y validez de contenido por grupo de expertos (Ver Anexo...))</p> <p>- Entrevistas (Validado a través de la validez de contenido por grupo de expertos (Ver anexo N°))</p> <p>- Ficha de observación (Validado a través de la validez de contenido por grupo de expertos (Ver anexo --))</p>

<p>a de la Empresa HUEMURA SAC en el periodo 2013 - 2016</p>	<p><b>Objetivos específicos:</b></p> <p>1. Diagnosticar la situación de la empresa en las áreas comercial e importaciones antes de aplicar es sistema forecast en la gestión en el año 2016.</p> <p>2. Diagnosticar la situación de la empresa en las áreas comercial e importaciones después de aplicar es sistema forecast en la gestión en el año 2016.</p>	<p><b>VARIABLE DEPENDIENTE:</b></p> <p><b>LA GESTIÓN LOGÍSTICA DE LA EMPRESA HUEMURA SAC</b></p>	<p>(Comercial/Logística)</p> <p><b>Muestra.</b></p> <p>La muestra la constituye un total de 6 personas , 2 del área Logística (Importaciones), y 1 representante de ventas de cada sucursal (Piura, Chiclayo, Trujillo, Lima)</p>		<p><b>4.3.2 De análisis de información.</b></p> <p>Para efectuar el procesamiento de la información obtenida por los instrumentos técnicos, se tendrá en cuanto los siguientes pasos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gráficos</li> <li>- Tablas de frecuencia.</li> <li>- Validez de contenido por grupo de expertos</li> <li>- Prueba de diferencia de medias con datos relacionados.</li> </ul>
--	--	--	---	--	---

	<p>3- Proponer un sistema de gestión logística de importaciones basado en el uso eficiente del sistema Forecast en la empresa Huemura SAC en el año 2016.</p> <p><b>JUSTIFICACIONES</b></p> <p><b>1. Justificación teórica:</b></p>					
--	---	--	--	--	--	--

	<p>La presente investigación encuentra su justificación en los Procesos de mejora continua de las empresas.</p> <p>El mejoramiento continuo, más que un enfoque es una estrategia y como tal constituye una serie de programas generales de acción y despliegue de recursos para lograr objetivos completos en todos los procesos en que se aplique</p> <p>Desde el Método General de</p>					
--	---	--	--	--	--	--

	<p>Solución de Problemas (considerado el más simple y antiguo) hasta los contemporáneos como el Programa Permanente de Mejoramiento de la Productividad (Pacheco, 1993) tiene como puntos comunes los siguientes ;</p> <p>Carácter cíclico. Demandan participación activa y compromiso del recurso humano. Recorren el camino síntoma – causa –</p>					
--	---	--	--	--	--	--

	<p>solución, reforzando la necesidad del diagnóstico.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contribuyen a la creación de una cultura organizacional.</li> </ul> <p>Marcado énfasis en el desempeño vinculado a los objetivos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Papel preponderante la dirección con un enfoque estratégico.</li> </ul> <p>Requieren del control y evaluación de los resultados mediante</p>					
--	--	--	--	--	--	--

	<p>indicadores</p> <p><b>1.3Justificación valorativa.</b></p> <p>La realización de este trabajo expone la importancia que tiene para generar una administración eficiente y sea un punto clave para ser más competitivos en el mercado; .permite visualizar, entender y comprender los efectos de las proyecciones comerciales en la eficiente gestión logística.</p> <p><b>1.4Justificación</b></p>					
--	--	--	--	--	--	--

	<p><b>Académica.</b></p> <p>Esta investigación tiene como fin académico ser de gran aporte en la carrera de administración y negocios internacionales ya que marcará un precedente para que el comercio internacional siga siendo materia de estudio y análisis en los diferentes cursos de Logística y distribución física internacional.</p>						
--	--	--	--	--	--	--	--

**Anexo N°11: Marcas Propias.**

MARCAS PROPIAS



**Línea Shark Spray Paint**

La pintura esmalte de secado rápido SHARK, es una pintura ideal para proteger, restaurar y decorar diferentes superficies de metal, madera, cerámica y más, que necesitan de una mayor resistencia, durabilidad y lavado. Posee una gama de colores en acabados brillante y mate.



**Línea Swift**

La marca Swift se encarga de distribuir productos como llaves termomagnéticas y diferenciales; así también, cuenta con una amplia gama de tableros de distribución para aplicaciones residenciales y comerciales. De igual manera, dispone de artículos para gasfitería como válvulas de paso, cintas teflón y llaves de jardinería.

**Anexo N°12: Marcas Importadas.**

**MARCAS IMPORTADAS**

**3M**

**3M**

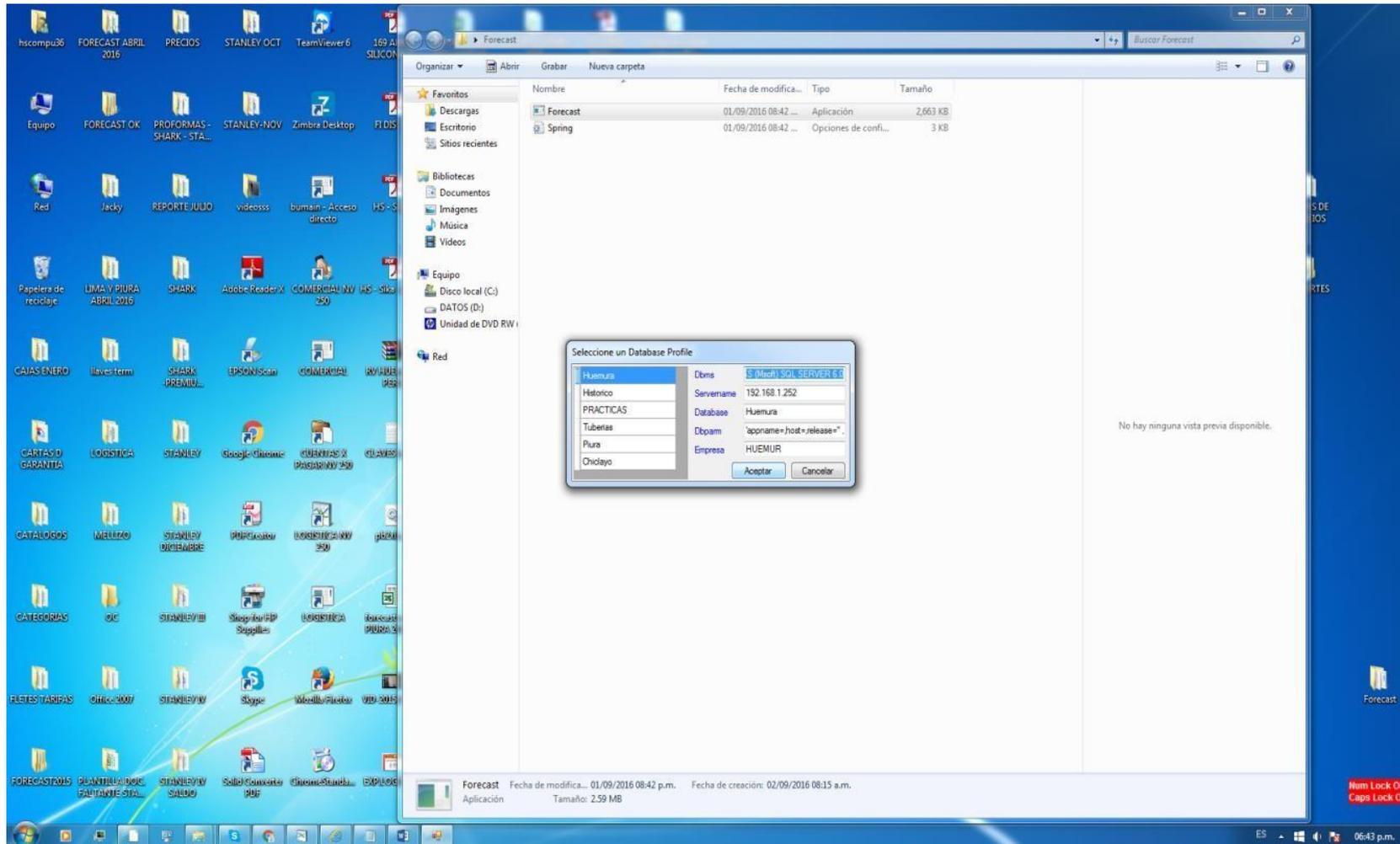
3M combina el pensamiento imaginativo con tecnología basada en la ciencia para crear soluciones en constante evolución. Esta marca cuenta con artículos de seguridad, cintas eléctricas, línea automotriz y discos abrasivos para el sector ferretero e industrial

**PHILIPS**

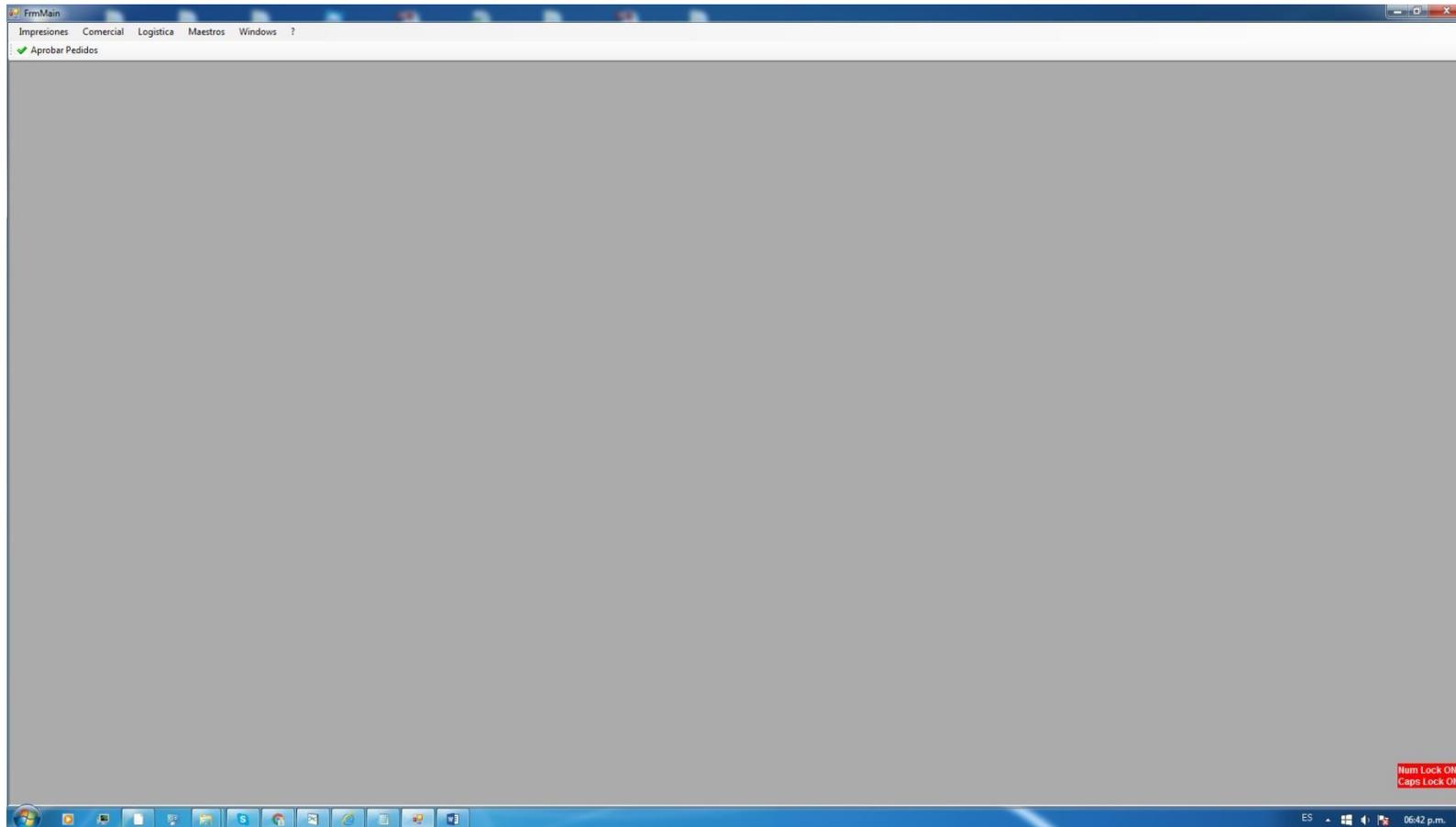
**Philips**

Los sistemas de iluminación de Philips ayudan a que las personas se sientan cómodas, productivas y seguras. Embellecen espacios y transforman entornos. Los sistemas de iluminación combinan luminarias LED y tradicionales de la máxima calidad con controles analógicos y digitales que permiten ofrecer exactamente las experiencias de iluminación correctas, cuando y donde las necesite.

Anexo N°13: Modulo Forecast en el sistema



**Anexo N°14: Modulo Forecast en el sistema – Primera pagina**



Anexo N°15: Modulo Forecast en el sistema – Plantilla de datos

FrmMain - [Forecast Compras]

Impresiones Comercial Logística Maestros Windows ?

✓ Aprobar Pedidos

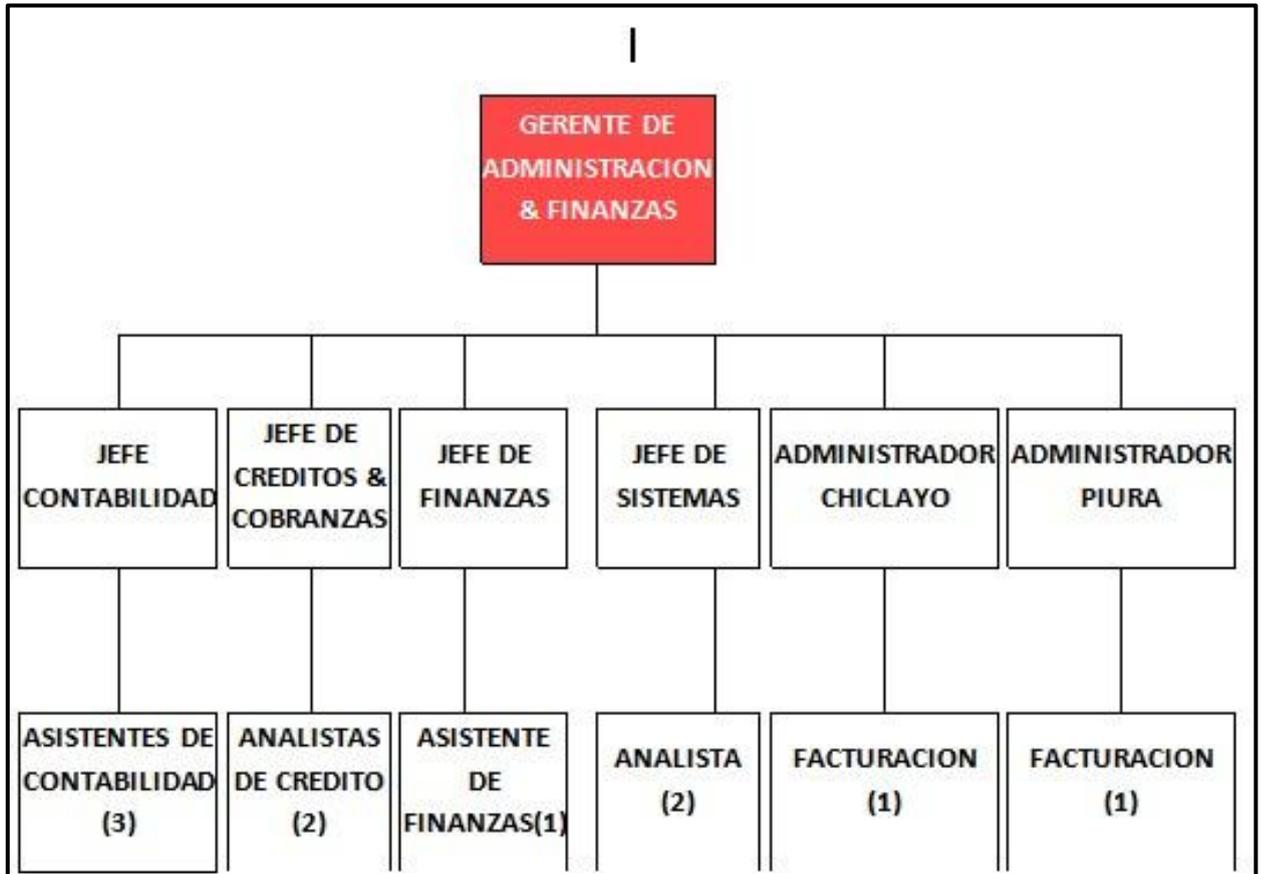
Sucursal: PIURA Linea: 3M Período: 201609 Consultar

TOTALES		18585.76	6508.13	10461.19	16291.63	10588.11	14917.11	37888.65	21180.38	29142.3	21180.38
Item	DescripcionLocal	Stock	OCxRecep.	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Promedio	Forecast	Sugerido
000001443	CINTA AISLANTE TEMFLEX 1000 3/4" X 5 yds. NEGRA - 3M	1,377		2,550	5,662	3,370	5,330	22,930	10,543	15,000	10,543
000001444	CINTA AISLANTE TEMFLEX 1000 3/4" X 20yds. NEGRA - 3M	2,047	1,000	4,641	10,760	3,884	7,591	20,240	10,572	10,000	10,572
000001447	CINTA AISLANTE SCOTCH SUPER 33+ 3/4" X 20 MTS - 3M	18				1	6		2	5	2
000001449	CINTA SCOTCH 23 VULCANIZANTE 3/4" x 9.15 M (caja x 20) - 3M	3		6		49		17	22	20	22
000001451	CINTA SCOTCH 130C 1 1/2" X 9.15 MTS - 3M	9									
000004608	EMPALME (3M-2) MOD. 91-B-34-P CAL. 70mm2 WE6000-1736-5	6		4							
000004795	CINTA AISLANTE AZUL SCOTCH 35 3/4"X20 M.					16			5	5	5
000004896	CINTA AISLANTE TEMFLEX 1600 3/4" X 20 MTS. VERDE - 3M	29									
000006738	LIMPIA CONTACTO ELECTRIC/ELECTRON NOVEC. NO INFLAM.ECOLG-3M	2									
000006739	NOVEC- DESENGRASANTE ELECTRICO AEROSOL NO INFLAM.ECOL-3M	1									
000007550	CINTA REFLECTIVA 3M 983 - 326 2" x 50 Yd Rojo /B	83		38	43	21	42	65	43	60	43
000007551	CINTA REFLECTIVA 3M 983 - 326 4" x 50 Yd Rojo /B	3									
000007554	S/B ESPONJA VERDE DISPLAY x 18 (caja x 6) - 3M	4									
000007559	S/B PAÑO SECATODO 4x3 (BOLSA x 6)-3M	30			3						
000007562	LIMPIADOR DE ACERO INOX 12/CS (caja x 12) - 3M	15						12	4	12	4
000007567	Rueda de limpieza Clean&Strip con vañtago 1 rueda 4"x1/2- 3M			10	-10			10	3	10	3
000007583	MASKING AUTOMOTRIZ 188N 18MM x 45 MTS- 3M	192		96	216	162		300	154	150	154
000007584	MASKING AUTOMOTRIZ 188N 12MM x 45 MTS- 3M			72	72			72	24	36	24
000007585	Pegamento Rapido Quick Fix (caja x 12) - 3M	6									
000007586	SPRAY LUBRICANTE Y PENETRANTE AFLOJATODO (CAJA x 12) - 3M	7			10		6		2	5	2
000007589	GUANTES RECUBIERTO 5122-10 - 3M	28									
000007630	S/B GUANTE MULTIUSO 6- 3M		24								
000007632	S/B GUANTE MULTIUSO 8- 3M	12									
000007635	CINTA DE TELA MULTIPROPOSITO 3903 PN6984 (DUCT TAPE)- 3M	24	72				11	12	8	12	8
000007640	CASCO AMER MEGA RATCHET BLANCO -3M	105				38		6	15	10	15
000007641	CASCO AMERICANA AMARILLO CON RATCHET (CAJAX150)-3M	48				12			4	10	4
000007642	CASCO AMERICANA AZUL C/RATCHET (CAJAX150)- 3M	31		1		18			6	10	6
000007652	RESPIRADOR MONOVIA P/PARTICULAS S3000 (CAJA X 6)-3M	8				3	1		1	3	1
000007659	LENTE CLASICOS ECO L/CLR CS/300-3M	58		61	84	48	60	72	60	70	60
000007660	LENTE CLASICOS ECO L/OCs CS/300-3M	79		89	42	18	24	18	20	48	20
000007661	LENTE VIRTUA 11329 M/CLR AF L/CLR CS/20-3M	5	20		12	20	24	6	17	24	17
000007662	LENTE VIRTUA 11330 M/GRIS AF L/OCs CS/20-3M	46			12	62	24	30	39	48	39
000007664	40660 334 GOGGLE P/SALPICADURAS L/CLR CS/288-3M						10		3	5	3
000007690	CINTA EMBALAJE 301 2"X90 MTRS. TRANSPAR (CAJA X 36)-3M	828		252	108	684	576	792	684	720	684
000007693	CINTA EMBALAJE 301 2"X100 MTRS. TRANSPAR (CAJA X 36)-3M	368		108		180		46	75	144	75

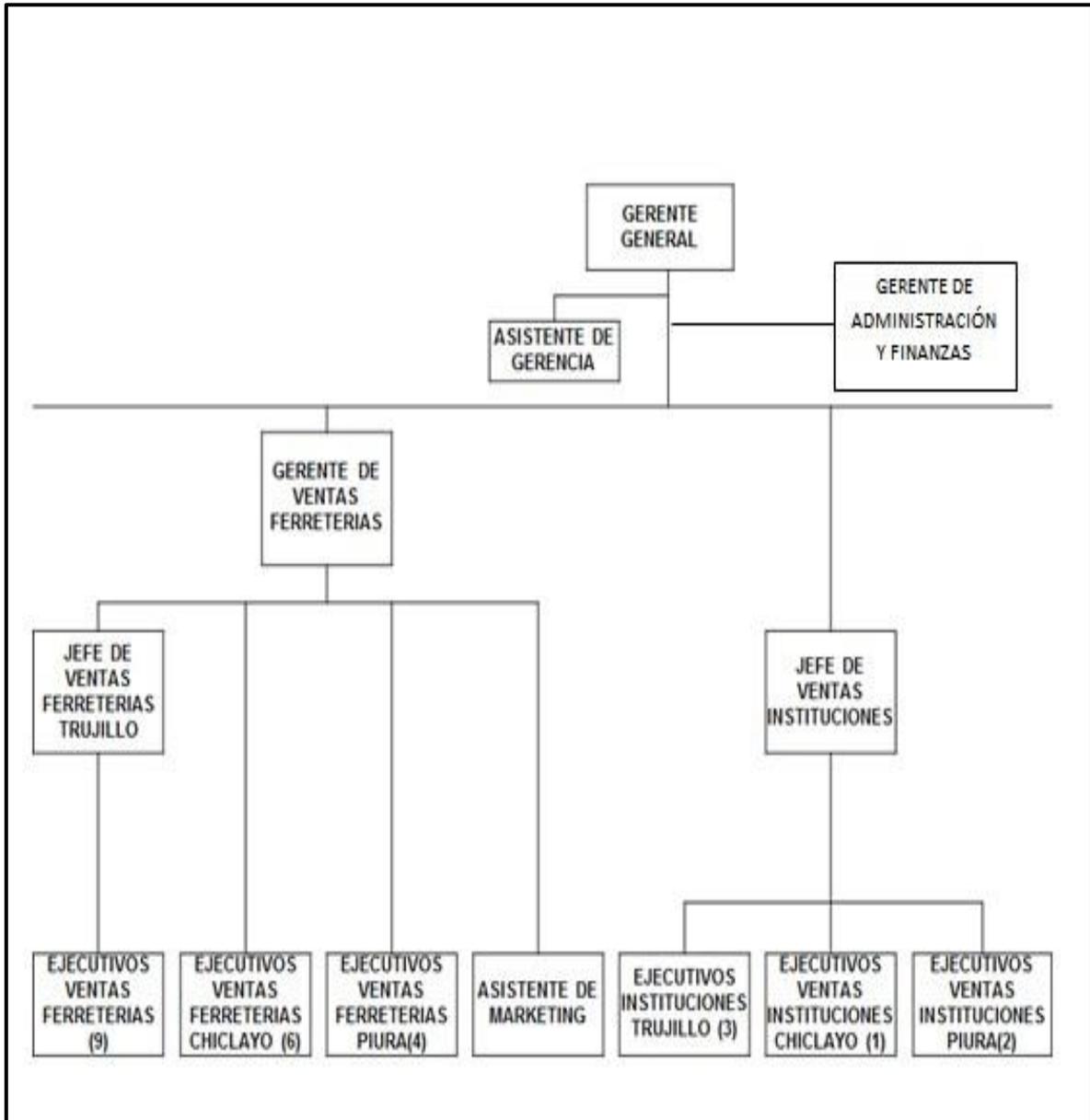
Num Lock ON  
Caps Lock ON

ES 06:51 p.m.

**Anexo N°16: Organigrama General (Subdivisión)**



**Anexo N°17: Organigrama General.**



N°18: Packing list de importación

## STANLEY BLACK & DECKER

9950 Premier Parkway, Miramar, 33025, UNITED STATES.

Telephone: (954) 624 1100  
Sales Fax: (954) 704 3754

**PACKING SLIP**  
No. 14327700

<b>Bill To:</b> HUEMURA S.A.C AV. ESPANA #2419 OFF-201 LA LIBERTAD, PERU Peru 044	<b>Ship To:</b> KRYSTAL LOGISTICS USA 11800 NW 91ST STREET, #11 MIAMI UNITED STATES 33178	<b>Mark For:</b> HUEMURA S.A.C AV. ESPANA #2419 OFF-201 LA LIBERTAD, PERU Peru 044	<b>CUSTOMER CODE</b> 003046
			<b>PAGE</b> 1

CUSTOMER ORDER No.	STANLEY ORDER No. and PACKING SLIP No.	SHIP FROM WHS	SHIP TO CODE	DATE PRINTED	REQUEST DATE	CARRIER CODE
1451475TOCK	143277 14327700	6715	KRYSTALD	07/01/2016	07/05/2016	AVERITT EXPRESS

PALLET NUM	PALLET LPN	DIMENSION			GROSS WGT	CUBIC FEET	# OF CARTONS	DESCRIPTION	PRODUCT	SHIPPED
		L	W	H						
1	00167153750007459850	42.1	30	46	928.00	34	1	LLAVE COMBINADA 22MM	9796867	100
								MARTICULADO 17" MANDO 1/2"	4-06-113	20
								JGO. LLACOMB 8"PC (8-19MM)	9798855	20
								JGO DADOS-M12"-25PC(3/8"-3/4"	9798736	8
								LLAVE COMBINADA 17MM	9796862	210
								Calibre Manual de Escala Dual	951678201	24
								Juego Cuchilla-6mm&18mm	951610202	252
								Escuadra (Met/Plig) Metal	0445800	30 ***
								Probador de Compresion de Mang	951679033	30
								LLAVE COMBINADA 10MM	9796864	300
								LLAVE AJUSTABLE NEGRA 12"	951607040	36
								LLAVE COMBINADA 14MM	9796859	360
								Alicates de Corte Diagonal 8"	951604622	48
								300/10m pie open r	9516347765	6
								LLAVE COMBINADA 10MM	9796855	702
2	00167153750007460215	42.1	30	46	667.00	34	1	Nivel Thrifty 12"	951642072	180
								LLAVE DE TUBO 24"	951607828	20
								1/2" Llave de Impacto Doble Em	951607006LA	20
								JUEGO 10 DESTORN BASIC	04001005	24 ***
								Arco de Talar 21"	951615381	24
								Remache Trab Pesado 4 bocas	951606800	45
								ALICATE DE PRESION CURVO 10"	951604389	96
3	00167153750007460345	42.1	30	46	770.00	34	1	LLAVE AJUSTABLE CROMADA 12"	951687434	120
								CINTA METR. GLOBAL PLUS 8m/28'	951630628	162
								JGO. LLACOMB 14PC (3/8"-1 1/4")	9796970	20
								LLAVE AJUSTABLE NEGRA 16"	951670180	24
								Juego de 7 Destornilladores Al	951605980	30
								Arco de Sierra Fijo	951620208	72
4	00167153750007460352	42.1	30	46	731.00	34	1	JGO DADOS 8PZ C/PUNTA TORX 1/2	89-098	12
								Herramienta Magnetica Flexible	951678020	12
								ALIC PRESION SOLDADURA 8"	951604397	12
								Jgo 6pzs Destornilladores CG	951601539	12

**Anexo N° 19: Prueba de hipótesis: prueba de diferencia de medias o promedios con datos relacionados o apareados**

**Hipótesis:**

Ho: La aplicación del sistema comercial Forecast no influye favorablemente en la gestión logística de importaciones de la empresa Huemura SAC en el periodo 2015 – 2016

H1: La aplicación del sistema comercial Forecast influye favorablemente en la gestión logística de importaciones de la empresa Huemura SAC en el periodo 2015 – 2016

**CUADRO DE PUNTUACION DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LAS DIFERENTES ÁREAS**

ÁREA LOGÍSTICA DE:	ANTES	DESPUÉS	DIFERENCIA DE MEDIAS
SUCURSAL	20	28	8
	20	29	9
	21	29	8
	20	30	10
	20	31	11
	17	30	13
	20	30	10
	21	30	9
IMPORTACIONES	20	21	1
	19	22	3
	18	26	8
	15	26	11
	21	28	7
	24	29	5
	25	30	5
	26	31	5
DISTRIBUCIÓN	20	28	8
	16	24	8
	18	29	11
	19	30	11
	19	26	7
	23	29	6
	26	30	4
	27	29	2

**Cálculos Estadísticos**

Media de la muestra =>	7.5000
Desviación Estándar de la muestra =>	3.1208
Tamaño de la Muestra =>	24
Desviación Estándar de la Media muestral =>	0.6370
Valor Tabular: Dist.Normal =>	1.6449
Valor Tabular: Dist. T Student =>	1.7139
con 23 g.l.	

**CASO II : Si el tamaño de muestra es pequeño ( n < 30 )**

Estadístico de Prueba tp:	11.7735		
Si tp = 11.7735 < tc = 1.7139			Acceptamos Ho
Si tp = 11.7735 > tc = 1.7139			Rechazamos Ho

**PASO 1:** Proponer hipótesis

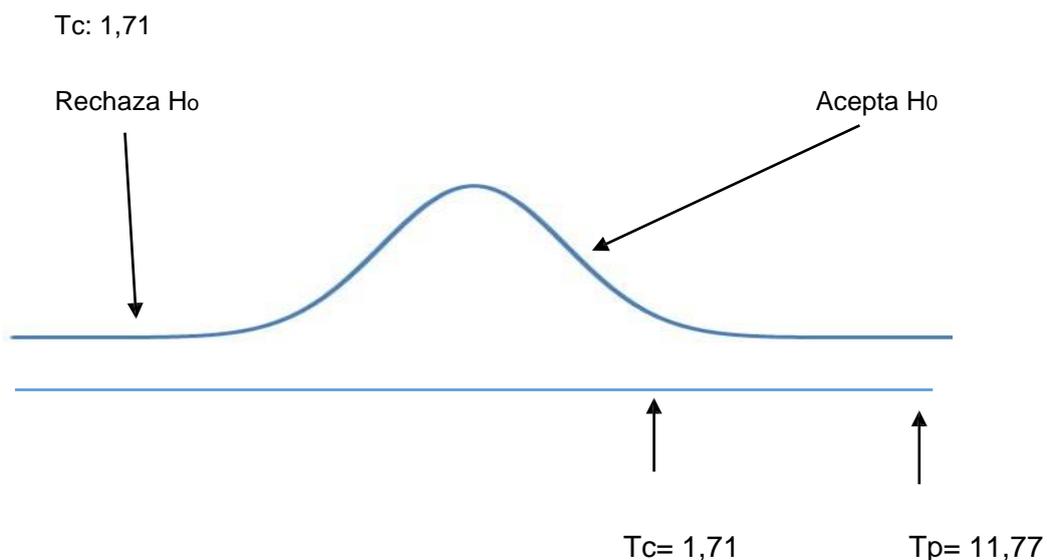
H<sub>0</sub>: UA= UD  
H<sub>1</sub>: UD > UA

**Paso 2:** α = 5%

Hallar el valor de prueba

T<sub>p</sub>= 11,77

**Paso 3:** Hallar valor crítico y grafico de aceptación/ rechazo de Ho



**Paso 4: Decisión=** Se rechaza  $H_0$

**Paso 5: Conclusión=** Puesto que  $T_p$  es mayor que el  $T_c$ , se concluye que el sistema comercial Forecast influye favorablemente en la gestión logística de importaciones de la empresa Huemura SAC en el periodo 2015 – 2016

**Anexo N°20: Validación N°1 de instrumento por expertos.**

OFICINA ACADÉMICA DE INVESTIGACIÓN

Estimado Validador:

Me es grato dirigirme a Usted a fin de solicitar su colaboración como experto para validar la entrevista anexa, el cuál será aplicado a:

Responsables de Areas Logística y Comercial

Seleccionada, por cuanto considero que sus observaciones y subsecuentes aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado:

La Aplicación del sistema comercial forecast. y  
su influencia en la gestión logística de importaciones de la Empresa Huemura Sac.

Esto con el objeto de presentarla como requisito para obtener

Gratificación en Administración y Negocios Internacionales.

Para efectuar la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responda el instrumento. Por otra parte se le agradece cualquier sugerencia relativa a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte.

Evaluado por:

Nombre y Apellido: \_\_\_\_\_

D.N.I.: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Rusvel Ali Rodríguez Rengifo, titular  
del DNI N° 40678401, de profesión Contador, ejerciendo  
actualmente como Operador logístico en Comercio Exterior, en la  
Institución Cargo World Perú SAC.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (entrevista y encuesta).

Luego de hacer las observaciones pertinentes, debo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Amplitud del contenido		X		
Redacción			X	
Claridad y precisión				X
Pertinencia			X	

Trujillo- 2016

  
Firma

Evaluado por:

Nombre y Apellido: MARCO ANTONIO FLORIAN RODRIGUEZ

D.N.I.: 18093024

Firma:   
Marco Florian Rodriguez  
 UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE S.A.C.

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, MARCO ANTONIO FLORIAN RODRIGUEZ, titular del DNI N° 18093024, de profesión ING. INDUSTRIAL, ejerciendo actualmente como DECANO DE LA ESCUELA DE INGENIERIA, en la Institución UPN - TRUJILLO.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (entrevista).

Luego de hacer las observaciones pertinentes, debo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Amplitud del contenido			X	
Redacción			X	
Claredad y precisión			X	
Pertinencia			X	

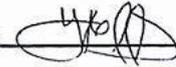
Trujillo- 2016

  
Marco Florian Rodriguez  
 UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE S.A.C.  
 Firma

Evaluado por:

Nombre y Apellido: VICTOR CUADRA JIMENEZ

D.N.I.: 17806871

Firma: 

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, VICTOR CUADRA JIMENEZ, titular del DNI N° 17806871, de profesión ABOGADO, ejerciendo actualmente como DOCENTE TIEMPO PARALELO UDN-TRUJILLO, en la Institución UDN-TRUJILLO.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (entrevista).

Luego de hacer las observaciones pertinentes, debo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Amplitud del contenido			X	
Redacción			X	
Claridad y precisión			X	
Pertinencia			X	

Trujillo- 2016

  
Firma