



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

“USO DE BASE DE DATOS PARA CONTRIBUIR EN LA
NEGOCIACIÓN DE IMPORTACIONES DE PANELES
SOLARES ENTRE LOS AÑOS 2016 AL 2018 EN
GRUMING PERÚ S.A.C. DE LIMA – TRUJILLO, 2018”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autores:

Bach. Yordi Emmanuel Cubas Ponte

Bach. Piero Elí Linares Calderón

Asesor:

Mg. Lic. Francisco Paredes León

Trujillo – Perú

2018

APROBACIÓN DE LA TESIS

El asesor y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por los Bachilleres **Yordi Emmanuel Cubas Ponte** y **Piero Elí Linares Calderón**, denominada:

**“USO DE BASE DE DATOS PARA CONTRIBUIR EN LA
NEGOCIACIÓN DE IMPORTACIONES DE PANELES SOLARES
ENTRE LOS AÑOS 2016 AL 2018 EN GRUMING PERÚ S.A.C. DE
LIMA – TRUJILLO, 2018”**

Mg. Lic. Francisco Paredes León
ASESOR

Mg. Ing. José Roberto Huamán Tuesta
JURADO
PRESIDENTE

Mg. Lic. Omar Maguiña Rivero
JURADO

Mg. Lic. Víctor Gaspar Cuadra Jiménez
JURADO

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada en primer lugar a Dios, quien guía mi vida dándome sabiduría, salud y muchas bendiciones.

A Ermenson y Marcia, mis padres, quienes son los mejores ejemplos a seguir, es gracias a sus consejos, amor y apoyo incondicional que soy el hombre de hoy en día.

A Alexa y Lizeth, mis hermanas, de quien me siento muy orgulloso y contento de tenerlas en mi vida pues vuelven mis días más felices.

A Jetzebell, mi enamorada, quien me ha impulsado a ser mejor persona y motivado a emprender nuevos retos en mi vida profesional y personal.

Yordi Emmanuel Cubas Ponte

Dedico esta tesis a mi familia.

A Pedro y Azucena, mis padres, quienes siempre me han apoyado, me han enseñado el verdadero significado del amor y a ser un hombre de bien.

A Inés y Favio, mis hermanos, que siempre tienen una sonrisa para alegrar mis días.

A Christian Augusto, mi abuelo, quien siempre me ha brindado su apoyo incondicional.

A mis abuelos, que, a pesar de ya no estar con nosotros, los guardo siempre en mi corazón.

Ustedes son mi vida.

Piero Elí Linares Calderón

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser nuestro guía en todo momento y brindarnos fuerzas en los momentos más críticos.

A nuestro tutor el Magister Francisco Jesús Paredes León, por brindarnos sus conocimientos y guía para lograr el éxito de esta tesis.

A nuestra universidad y su plana docente por ser excelentes maestros de quienes aprendimos a ser excelentes profesionales.

Al Sr. Jorge Alva Vásquez, quien nos permitió realizar la presente investigación en la empresa Gruming Perú S.A.C.

Muchas gracias a todos.

Los autores

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE LA TESIS.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
INDICE DE TABLAS.....	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática.....	10
1.2. Formulación del problema	11
1.3. Justificación	11
1.4. Limitaciones	12
1.5. Objetivos.....	12
1.5.1. Objetivo general.....	12
1.5.2. Objetivos específicos.....	13
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	13
2.1. Antecedentes:	13
2.2. Bases teóricas.....	15
2.3. Definición de Términos Básicos:.....	42
2.4. Hipótesis:.....	42
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.....	43
CAPÍTULO 4. RESULTADOS	46
CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN.....	58
CONCLUSIONES	61
RECOMENDACIONES	63
REFERENCIAS.....	64
ANEXOS	67

INDICE DE TABLAS

Tabla n.º 1. Ejemplo del uso de método cualitativo por puntos para selección de mercado internacional.....	18
Tabla n.º 2. Margen de Negociación entre un importador y un exportador con respecto al precio .	26
Tabla n.º 3. Reglas Incoterms 2010	31
Tabla n.º 4. Subpartida nacional arancelaria para paneles solares	37
Tabla n.º 5. Principales países proveedores de paneles solares al Perú durante el año 2016	37
Tabla n.º 6. Principales países proveedores de paneles solares al Perú durante el año 2017	38
Tabla n.º 7. Principales países proveedores de paneles solares al Perú durante el año 2018	38
Tabla n.º 8. Principales importadores peruanos de paneles solares de durante el 2016	39
Tabla n.º 9. Principales importadores peruanos de paneles solares de durante el 2017	39
Tabla n.º 10. Principales importadores peruanos de paneles solares durante el 2018	40
Tabla n.º 11. Precios unitarios promedio FOB, flete, seguro y CIF de importación de paneles solares en Perú durante los años 2016 y 2018.....	41
Tabla n.º 12. Aplicación de método cualitativo por puntos para determinar la mejor fuente de base de datos para Gruming Perú S.A.C.....	46
Tabla n.º 16. Resumen entrevista realizada al responsable del área de Importaciones de Gruming Perú S.A.C.	47
Tabla n.º 17. Resumen entrevista realizada al Gerente General de Gruming Perú S.A.C.....	49
Tabla n.º 18. Información utilizada por el Gestor de Importadores de Gruming Perú S.A.C. sobre la base de datos de importaciones de paneles solares para la negociación.....	53
Tabla n.º 16. Datos de las importaciones de paneles solares de 250Wp realizadas por Gruming Perú S.A.C. durante los años 2016 y 2018.....	53

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura n.º 1. Proceso para el desarrollo de inteligencia comercial.....	17
Figura n.º 2. Obtención de información de Partida arancelaria SUNAT	21
Figura n.º 3. Pasos para obtener detallado de partida	21
Figura n.º 4. Margen de maniobra de un importador y un exportador	26
Figura n.º 5. Diferencias entre negociación nacional e internacional	28
Figura n.º 6. Tipos de negociación	30
Figura n.º 7. Panel solar policristalino de 250Wp.....	35
Figura n.º 8. Estructura de panel solar	36
Figura n.º 9. Captura de base de datos de importaciones de paneles solares policristalinos de 250Wp importadas al Perú	50
Figura n.º 10. Uso de base de datos en el proceso de Importación en Gruming Perú SAC	52
Figura n.º 11. Tendencia de valor FOB Unitario (USD) de paneles solares de 250Wp durante el año 2016	54
Figura n.º 12. Tendencia de valor FOB Unitario (USD) de paneles solares de 250Wp durante el año 2017 y comienzos del año 2018.....	55
Figura n.º 13. Contribución del uso de bases de datos en la negociación de importaciones de paneles solares entre los años 2016 y 2018.....	56
Figura n.º 14. Tiempo invertido en la negociación de importación de paneles solares durante los años 2016,2017 y 2018 en la empresa Gruming Perú S.A.C.....	57
Figura n.º 15. Base de datos de importaciones peruanas de paneles solares de 250Wp policristalinos del año 2016	96
Figura n.º 16. Base de datos de importaciones peruanas de paneles solares de 250Wp policristalinos de los años 2017-2018.....	96
Figura n.º 17. Vehículos de la empresa Gruming Perú S.A.C.	97
Figura n.º 18. Stock de paneles solares de Gruming Perú S.A.C.	97
Figura n.º 19. Observación de un panel solar policristalino de 250Wp por parte de los autores.....	98
Figura n.º 20. Observación de un gabinete outdoor por parte de los autores	98
Figura n.º 21. Observación de elementos internos de un sistema fotovoltaico por parte de los autores	99
Figura n.º 22. Almacén de consumibles de Gruming Perú S.A.C.....	99
Figura n.º 23. Comparación de un paneles solares policristalinos de 120Wp y 250Wp.....	100
Figura n.º 24. Entrevista al Sr. Jorge Alva, Gerente General de Gruming Perú S.A.C.....	101
Figura n.º 25. Reunión post-entrevista de los autores con el Gerente General, Sr. Jorge Alva, y el Gestor de Importaciones, el Sr. Bryan Mostacero.....	101

RESUMEN

El presente informe de tesis está enfocado en determinar de qué manera el uso de base de datos contribuye en la negociación de importaciones de paneles solares de la empresa Gruming Perú S.A.C. entre los años 2016 y 2018, que se tomó como un caso de estudio, con la finalidad de confirmar que la herramienta de inteligencia comercial utilizada en la empresa ha sido de utilidad y a su vez, revelar que la capacitación en este tipo de herramientas puede generar un impacto positivo dentro de la realidad de esta empresa, la cual se dedica a la importación de diversos productos relacionados a las telecomunicaciones.

Para poder realizar la investigación y validar la hipótesis planteada en el segundo capítulo, se realizaron entrevistas guiadas a los involucrados en el proceso de importación y negociación de paneles solares en Gruming Perú S.A.C., así como la verificación documental de las importaciones de paneles solares policristalinos de 250 vatios, y también a la base de datos brindada por la empresa, en la cual se muestran los criterios de mayor relevancia para esta. La metodología empleada, se detalla en el tercer capítulo de esta investigación.

En el cuarto capítulo, se aprecian los resultados obtenidos luego de aplicar las entrevistas y revisión documental, dichos resultados se encuentran detallados conforme a los objetivos específicos planteados inicialmente.

En el capítulo cinco, se valida la hipótesis según los resultados obtenidos en el anterior capítulo, en contraste a lo divulgado por otros autores, presentes en el marco teórico de la investigación.

Al finalizar la investigación se llegó a las conclusiones especificadas en la última sección del presente informe, seguido de las recomendaciones hacia la empresa y los futuros lectores. Además se muestran las referencias de los autores que ha servido de base para la investigación realizada, así como los anexos que incluyen la validación de la herramienta utilizada, las notas de las entrevistas guiadas aplicadas al Gerente General, así como al Gestor de Importaciones de la empresa, las facturas que evidencian las importaciones realizadas entre los años 2016 al 2018, las bases de datos elaboradas por la empresa, y por último, la evidencia fotográfica de la visita realizada a la empresa, así como fotografías de la entrevista aplicada tanto al Gerente General como al Gestor de Importaciones en la empresa.

Palabras clave: Comercio exterior, importaciones, inteligencia comercial, base de datos, negociación.

ABSTRACT

This thesis report is focused on determining how the use of database contributes to the negotiation of imports of solar panels of the company Gruming Perú S.A.C. between the years 2016 and 2018, which was taken as a case study, with the purpose of confirming that the commercial intelligence tool used in the company has been useful and to reveal that the training in this type of tools can generate a positive impact within the reality of this company, which is dedicated to the importation of various telecommunications-related products.

In order to carry out the investigation and validate the hypothesis presented in the second chapter, guided interviews were applied to those involved in the process of importing and negotiating solar panels in Gruming Perú S.A.C., the verification of imports documentation of polycrystalline solar panels of 250 watts, and the database provided by the company, which shows the most important factors for them. The methodology used is detailed in the third chapter of this research.

In the fourth chapter, we appreciate the results obtained after applying the interviews and documentary review, these results are detailed according to the specific objectives initially presented.

In chapter Five, the hypothesis is validated according to the results obtained in the previous chapter, in contrast to the showed information by other authors, present in the theoretical framework of the investigation.

The conclusions are shown on the last section of this report, followed by recommendations to the company and the future readers. It also shows the references of the authors that has served as the basis for the research carried out, as well as the annexes that include the validation of the tool used, the notes of the guided interviews applied to the General manager, as well as the manager of Imports of the company, the invoices that evidence the imports made between the years 2016 to 2018, the databases elaborated by the company, and finally, the photographic evidence of the visit made to the company, as well as photographs of the Interview applied to both the General manager and the import manager in the company.

Key words: Foreign trade, imports, commercial intelligence, database, negotiation.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Actualmente, frente a un panorama de comercio internacional alentador, evidenciado por el incremento de la actividad comercial, tanto para importaciones como para exportaciones, que favorece especialmente a América Latina, en donde las importaciones crecerían 9.5%, mientras que las exportaciones en un 4.6% para el año 2018. (Méxicoport, 2016). Resulta muy importante reconocer que este contexto genera muchas oportunidades para las empresas que se desarrollan en el ámbito internacional, así como alertar sobre el riesgo que la competencia está creciendo.

Para las empresas que tiene actividades comerciales a nivel internacional, ya sean importadores o exportadores, la información verídica y actualizada de distintos entornos de interés llega a ser crucial, gracias a esto, logran sacar ventaja competitiva y saber qué paso siguiente dar. Es en este punto, en donde la inteligencia comercial se vuelve determinante, entendiendo a esta como el uso de información debidamente procesada y sustentada, para poner en marcha un proyecto, teniendo en cuenta el acontecer del mercado. (Rojas, 2016).

El uso de este proceso y sus herramientas resultan beneficiosos para las empresas que la pongan en práctica, ante esta situación, se presenta un reto constante para los administradores de las organizaciones que importen o exporten mercancías, saber tomar las mejores decisiones, las cuales busquen aprovechar de la mejor manera las oportunidades en el mercado internacional, así como minimizar los riesgos de las amenazas en este contexto. Se ha demostrado que la inteligencia comercial genera muchos beneficios, como es el caso de ProMéxico, que ha aplicado este proceso para que los empresarios ligados al comercio internacional, aprovechen mejor las oportunidades, teniendo buenos resultados en diferentes rubros del mercado, gracias a que la inteligencia comercial brindaba mayor seguridad a la hora de tomar decisiones. (El Economista, 2018)

En el Perú, son muy pocas las empresas que ejecutan la inteligencia comercial, a pesar de ser una herramienta del comercio para aprovechar oportunidades a nivel internacional. Es vital lograr enfocarse en lo intangible, el trabajo detrás del producto comercializado, pues en este punto las empresas extranjeras logran sacar mejor provecho. (Gestión, 2014)

Es aquí, en donde las bases de datos cumplen un rol fundamental para la aplicación de inteligencia comercial en el ámbito del comercio internacional. Gran parte del esfuerzo de todo empresario peruano está destinado a producir, pero no a analizar su entorno macro y micro económico, generando desde sobrecostos en procesos simples hasta la pérdida de oportunidades de negocio.

Este es el caso de la compañía Gruming Perú SAC, encargada del suministro de equipos para el rubro de redes y telecomunicaciones, dentro de su cartera de productos, se pueden

encontrar los equipos de energía para las telecomunicaciones, específicamente los paneles solares, los cuales son de procedencia china.

Dicha empresa registra importaciones de esta mercancía a partir del año 2016, pero es a inicios del año 2017 cuando la compañía implementa el área de Importaciones, que se encarga de verificar las negociaciones en la cadena de suministro para los productos de procedencia internacional. Para poder realizar esto, hacen uso de bases de datos de SUNAT, en donde se puede obtener diversos criterios, los cuales son analizados para poder negociar frente a proveedores. La empresa cumple con los requisitos para ser un caso de estudio, debido a que, en su proceso de negociación para la importación, incluye el uso de base de datos como su principal herramienta de inteligencia comercial.

La propuesta de estudio de los tesisistas está relacionada directamente en las variables mencionadas, por un lado, las bases de datos que se utilizaron como herramienta de inteligencia comercial, y por el otro, la negociación para la importación de paneles solares de 250Wp, de tal manera que se describa la contribución de la primera variable en relación a la segunda.

1.2. Formulación del problema

¿De qué manera el uso de base de datos contribuye en la negociación de importaciones de paneles solares entre los años 2016 al 2018 en la empresa Gruming Perú S.A.C. de Lima, Trujillo 2018?

1.3. Justificación

La presente investigación se realiza de conformidad con los lineamientos sugeridos por la Universidad Privada del Norte, por ende, se justifica por los siguientes aspectos:

Esta investigación se justifica teóricamente en las bases fundamentales del comercio internacional en donde se da lugar a la inteligencia comercial que tiene como objetivo poner en rumbo una idea de negocio aprovechando las oportunidades que brinda el mercado y mitigando los riesgos a la hora de tomar decisiones y acciones concretas, todo esto fundamentado en el análisis de datos, como lo explica Rojas (2016).

La presente investigación busca motivar a la empresa Gruming Peru SAC a continuar con el desarrollo y fortalecimiento de su área de importaciones, mostrando el impacto positivo que ha tenido esta área en los costos de importación para la empresa; por otro lado se busca brindar información clara y concisa sobre la relación del análisis de una base de datos de importaciones y su impacto en la correcta toma de decisiones comerciales dentro de una empresa enfocada al rubro de redes y telecomunicaciones.

Con esta investigación también se pretende dar valor significativo a la base de datos que, a pesar de ser una pequeña parte de la inteligencia comercial, es una herramienta poderosa si

se analiza correctamente, pudiendo brindar información de alto valor a la hora de la toma de decisiones comerciales, así mismo, se desea resaltar nuestro trabajo como profesionales en Administración y Negocios Internacionales mostrando el impacto de nuestra labor dentro de las organizaciones.

Así también, esta investigación encuentra su justificación académica en el uso de todo el conocimiento adquirido durante la vida universitaria de los tesisistas sobre inteligencia comercial, logística internacional, costos y presupuestos, temas que se ven involucrados directa e indirectamente en esta tesis.

1.4. Limitaciones

Una de las principales limitaciones fue la “partida bolsa” del producto paneles solares, identificada con el código arancelario “8541.40.10.00”, porque dificultó la búsqueda de información de las importaciones de este producto al Perú, antes de continuar se debe dejar claro que una partida bolsa hace referencia a una partida arancelaria no específica, donde se encuentran diversos productos con similares características pero que no han sido clasificados específicamente por ser productos de baja comercialización, innovadores o que tienen muchos ingredientes o componentes (Rojas, 2016). Esta limitación fue superada gracias al tiempo de análisis de cada uno de los tesisistas y al conocimiento del portal SUNAT a la hora de realizar la descarga y filtros de la base madre de esta subpartida arancelaria.

Como segunda limitante se presentó la carencia de una base de datos integrada por parte de la empresa Gruming Peru SAC a sus procesos de importación, lo cual es entendible teniendo en consideración que recién en el 2017 crearon el área de importaciones dentro de la empresa, esta limitación fue superada gracias a que uno de los tesisistas laboró en la empresa durante el tiempo que se creó esta área y pudo ser partícipe del proceso de recolección de datos y análisis de los mismos.

Por último, está la limitación de información relacionada a las importaciones de paneles solares al Perú como sujeto de estudio para casos académicos y universitarios, limitación que se superó gracias a las diversas fuentes de información y a la habilidad de relacionar diferentes fuentes con temas similares para así brindar aportes de valor significativo a la presente investigación.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Determinar de qué manera el uso base de datos contribuye en la negociación de importaciones de paneles solares entre los años 2016 al 2018 en la empresa Gruming Perú S.A.C. de Lima – Trujillo, 2018.

1.5.2. Objetivos específicos

- Determinar la mejor fuente para la obtención de base de datos que se adecúa al proceso de importaciones de Gruming Perú S.A.C.
- Identificar los criterios de la base de datos que la empresa Gruming Perú S.A.C. utiliza en la negociación de importación de paneles solares entre los años 2016 y 2018.
- Identificar el proceso de negociación para la importación de paneles solares de la empresa Gruming Perú S.A.C. entre los años 2016 y 2018.
- Establecer en qué medida el uso de las bases de datos contribuyó en la negociación de importaciones de paneles solares en la empresa Gruming Perú S.A.C.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes:

2.1.1. Entre los antecedentes internacionales:

En el año 2010, en la Universidad del Azuay de Cuenca - Ecuador, Lazo y Jara (2010), realizaron un trabajo de graduación previo a la finalización del Diplomado en Negocios Internacionales titulado “La importancia de la inteligencia comercial: Caso práctico exportaciones ecuatorianas”. Esta investigación tuvo como objetivo “Otorgar al usuario ecuatoriano una serie de herramientas comerciales para negociar internacionalmente, así como las fuentes de a las que puede acceder, las instituciones que apoyan su gestión, la tecnología y que medios de comunicación son necesarios a fin de minimizar tiempos y esfuerzos”; teniendo así mismo como hipótesis “Al ser la Inteligencia Comercial una herramienta para el comercio exterior, permitirá al usuario de acuerdo a sus necesidades de información y metas trazadas a: incrementar sus ventas, conocer las culturas y sub-culturas de los países(que reflejaran las necesidades específicas del mercado, objetivo), a flexibilizar al producto para adecuarse a ese mercado, a evaluar a los competidores internos y externos, a conocer los parámetros arancelarios y no arancelarios que permitirá introducir el producto al mercado, ahorrar tiempo y dinero en esfuerzos que no den resultados óptimos a usuarios, sean estos, productores de bienes y/o servicios”. Y presentando las siguientes conclusiones: “La inteligencia comercial es la mejor alternativa para garantizar el éxito de las empresas frente a un mundo globalizado, ya que facilita la toma de decisiones y la puesta en marcha de las técnicas a seguir en materia de comercio exterior”; “Se debe tomar en cuenta que para que el usuario observe y utilice estas herramientas, debe tener acceso a las tecnologías de la información con las que cuentan los diferentes entes especializados”. “Las herramientas que se han dado a conocer en esta investigación representan para los usuarios una guía que

encamine y oriente el levantamiento de información específica”. (Lazo & Jara, 2010). Lo mencionado anteriormente, es relevante para la presente investigación, puesto que los autores relacionan la importancia de la inteligencia comercial con la toma de decisiones en la empresa que negocia a nivel internacional, así como la importancia del uso de las tecnologías de la información y su interacción con los usuarios o colaboradores.

En el año 2011, en el Consejo de Ciencia y Tecnología del estado de Guanajuato – CONCYTEG de Guanajuato, Rodríguez Martínez (2011) desarrolló una investigación llamada “Inteligencia comercial y el diseño de productos: a partir de estrategias y fuentes de información”, en donde concluye que “la inteligencia comercial es una herramienta necesaria e importante para alcanzar los objetivos trazados por la estrategia”, así mismo menciona que “la información es un bien que tiene mucha demanda, que es intangible e invisible y que es difícil medir cuanto se necesita”, pero finaliza sustentando que “la información que se obtiene no tiene ningún valor sino hasta que se combina con información con la que cuentan los empleados que existe en la compañía, para crear un nuevo conocimiento. El nuevo conocimiento que se genera hay que integrarlo con la estrategia de la compañía”. (Rodríguez Martínez, 2011). Lo mencionado previamente por el autor, aporta a la presente investigación al resaltar la importancia de la inteligencia comercial para lograr los objetivos de una organización, así como el aporte significativo que brinda la información obtenida y cómo debe ser manejada por la compañía para poder generar beneficios dentro de esta.

2.1.2. Entre los antecedentes nacionales:

En el año 2014, en la Universidad Privada del Norte – UPN de Trujillo, Domínguez Castañeda (2014), desarrolló una tesis llamada “Estrategias del área Logística Internacional y su influencia en los costos totales de importación de la empresa Eurotubo SAC de la ciudad de Trujillo, 2014”, para optar por el grado académico de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales. Esta investigación tuvo como problema: “¿En qué medida las estrategias del área Logística Internacional influyen en los costos totales de importación de la empresa Eurotubo SAC de la ciudad de Trujillo, 2014?”; que tiene como hipótesis: “Las estrategias en el área Logística Internacional influye reduciendo significativamente los costos totales de importación de la empresa Eurotubo SAC de la ciudad de Trujillo, 2014”. Y presentando la siguiente conclusión: “Se determinó que las estrategias que se implementen en el área logística internacional influyen reduciendo significativamente los costos totales de importación de la empresa Eurotubo SAC de la ciudad de Trujillo, confirmándose la hipótesis de investigación”. Así también el autor considera que la decisión de compra entre un proveedor nacional o internacional se basa en los siguientes factores: presentación de la cotización, calidad de los materiales con los que se produce la mercadería a importar, el cumplimiento en el plazo de entrega, la seriedad de la empresa y el precio de los productos que esta empresa vende. (Domínguez Castañeda, 2014). Esto aporta en la presente investigación,

debido a que se señalan los factores o criterios que se deben tener en cuenta al momento de negociar con un proveedor internacional.

En el año 2017, en la Universidad César Vallejo – UCV de Lima, Arévalo (2017), elaboró una tesis titulada “Gestión de compras en la empresa Industrias Metálicas EL RAFA E.I.R.L” para optar por el grado de Maestro en Gerencia de Operaciones y Logística. Dicha tesis incluye uno de los siguientes problemas de investigación: “¿Cómo se efectúa las fuentes de aprovisionamiento para las previsiones en la empresa Industria Metálicas El RAFA E.I.R.L.?”, concluyendo de la siguiente manera: “Para mejorar las previsiones en la empresa EL RAFA E.I.R.L., se necesita capacitar al personal que labora en el área de compras, instruyéndolos en temas de negociación y habilidades blandas, y efectuar la búsqueda de nuevos proveedores tanto locales como nacionales e internacionales utilizando las diferentes herramientas que les proporciona la empresa para su mejor desempeño”. (Arévalo, 2017). Con ello, el autor hace referencia a la importancia de la negociación con proveedores, en beneficio de la compañía, que aportará a la presente investigación a la hora de realizar el contraste con los resultados obtenidos.

En el año 2018, en la Universidad Privada del Norte – UPN de Trujillo, Barrantes y Peña (2018) elaboraron una tesis llamada “Modelo de inteligencia comercial para la selección de proveedores chinos de material quirúrgico para empresas veterinarias de la ciudad de Trujillo, 2018” para optar por el grado de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales. Esta investigación tuvo como problema “¿Qué etapas debe considerar un modelo de inteligencia comercial para la selección de proveedores chinos de material quirúrgico veterinario, en Trujillo en el 2018?”. En las conclusiones de la investigación, demostraron que una de las cinco etapas importantes dentro de la selección de un proveedor chino de material quirúrgico es el “análisis de requerimientos, consolidación de información e identificación de los criterios”, así también, señalan que, los criterios que se deben tomar en cuenta para la selección de proveedores son “costo, calidad del producto, servicio, ...”. Por otro lado, señalan que el modelo para la selección de proveedores chinos de material quirúrgico, fue aceptado por expertos importadores en este rubro, además aseguraron que éste logrará ayudarlos en los procesos internos de sus compañías. (Barrantes & Peña, 2018). Lo mencionado por los autores, aportará en la presente investigación, pues reafirman los criterios a tomar en cuenta para la negociación con proveedores internacionales.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Inteligencia comercial:

Antes de definir el concepto de “Inteligencia comercial”, Rojas (2016), menciona que se debe iniciar por la base sustancial es decir por los datos que al ser tan extensos deberán ser recopilados en bases de datos para luego ser tabulados de manera resumida de tal forma que puedan ser

cuestionados, analizados e interpretados eficientemente para así aportar un significado y convertirse en información, es a partir de este punto que la inteligencia comercial empieza a tomar forma.

2.2.1.1. Objetivos de la inteligencia comercial:

Tras el análisis de datos queda al descubierto ciertos factores del mercado que se deben investigar Rojas (2016), menciona que es necesario compilar suficiente información del mercado como para poder interpretar las verdaderas causas del problema. Téngase en consideración que los principales objetivos de ese proceso será generar estrategias enfocadas a diversos entornos del negocio para que así se puede aprovechar las oportunidades en nuevos mercados tanto locales como internacionales y por otro lado se busca reducir el riesgo frente a estos escenarios.

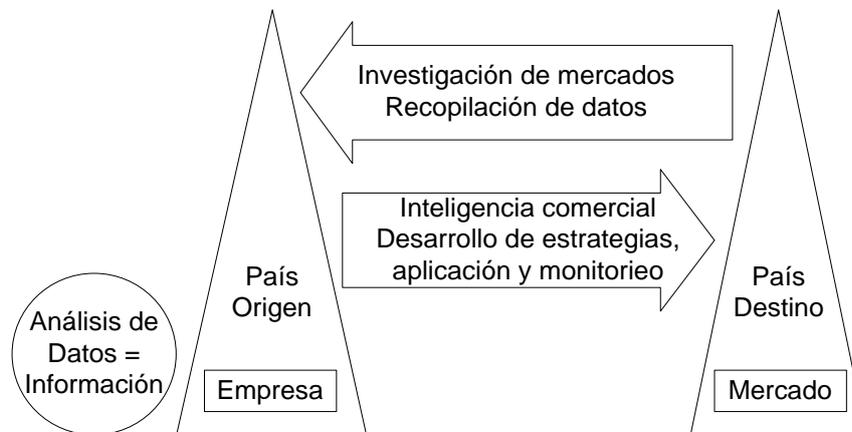
2.2.1.2. Inteligencia comercial dentro de las empresas de negocios Internacionales:

Todas las organizaciones requieren contar con información verídica y actualizada que le permita conocer distintos entornos acertadamente. (Rojas, 2016) Esto quiere decir que es importante recordar que las empresas no solo deberán interactuar con estos entornos sino que también deberán recibir respuestas de su accionar sobre ellos, para de esta manera validar que se están cumpliendo los objetivos planteados correctamente.

Por otro lado, Rojas (2016), menciona que para realizar las actividades comprendidas en los negocios internacionales, tanto la investigación de mercados internacionales como la inteligencia comercial deben contar con un monitoreo constante, apoyándose en herramientas tecnológicas como lo son los (sistemas de administración de base de datos), así como con un equipo de especialista que apoyen en el monitoreo constante de estos.

Rojas (2016), hace una interrogante crucial para la presente investigación, ¿Qué pasaría si los resultados no son los que la empresa espera? Es este monitoreo el que permitirá la pronta toma de acción y modificación o creación de otras estrategias que se orienten nuevamente hacia el logro de objetivos. Es en este punto que entra a tallar la importancia de las bases de datos como una herramienta de la inteligencia comercial y su monitoreo constate.

Figura n.º 1. Proceso para el desarrollo de inteligencia comercial



Fuente: Rojas (2016)

2.2.1.3. Método cualitativo por puntos:

Rojas (2016), explica que cuando se tiene que seleccionar una alternativa dentro de un grupo de ellas, que son de diferentes características, es válido utilizar el método cualitativo por puntos, el cual ayuda a encontrar la mejor opción según la prioridad que asigne el usuario.

Éste método consta de los siguientes pasos:

- a) Señalar los factores más importantes y relevantes.
- b) Brindar un peso a cada factor listado, la suma de estos debe ser igual al 100%.
- c) Listar las alternativas potenciales a evaluar, a cada una de estas, se le debe asignar un puntaje o calificación, según sus características en relación al factor listado en el primer paso.
- d) Multiplicar cada calificación con el peso asignado según el factor, se obtendrá la ponderación de la alternativa por factor.
- e) Por último, se suman todos los valores de ponderación, el resultado de cada alternativa se compara. La alternativa con mayor ponderación, es la prioritaria para el usuario.

Para poder comprender mejor sobre la aplicación de este método, Rojas (2016), utiliza el siguiente ejemplo.

Tabla n.º 1. Ejemplo del uso de método cualitativo por puntos para selección de mercado internacional						
Factor	Peso	Alemania		Brasil		
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	
Demanda Potencial	Consumo estimado	0.15	7	1.05	8	1.20
	Penetración importaciones	0.10	5	0.50	6	0.60
	Ventajas de origen	0.20	3	0.60	4	0.80
	Similitud del mercado	0.10	8	0.80	9	0.90
Barreras al comercio	Barreras arancelarias	0.10	1	0.10	2	0.20
	Barreras no arancelarias	0.10	1	0.10	2	0.20
	Distancia geográfica	0.15	3	0.45	4	0.60
	Tipo de cambio	0.10	4	0.40	4	0.40
Totales		1.00		4.00		4.90
Ponderación = calificación * peso		Mercado elegido Brasil por tener la mayor calificación total ponderada				

Fuente: Rojas (2016)

2.2.2. Base de datos:

2.2.2.1. Definición:

Conjunto de sucesos, observaciones o situaciones extraídas de fuentes primarias y secundarias, estos datos pueden ser tan extensos que incluso se puede conseguir bases de datos con millones de filas, razón por la cual se deberá sintetizar dichas bases para su mejor lectura y comparación. **(Rojas, 2016)**

2.2.2.2. Objetivo:

El principal objetivo de utilizar una base de datos como herramienta de inteligencia comercial, es brindarnos una visión del futuro sustentada no solo en datos pasados sino también en datos presentes, esto nos ayudara a aprovechar oportunidades y reducir riesgos en los negocios. (Rojas, 2016)

2.2.2.3. Fuentes para obtención de base de datos:

Rojas (2016), indica que las fuentes de información deben ser confiables, verídicas, claras, precisas y actualizadas; todo esto porque el éxito en un nuevo mercado solo se lograra siempre y cuando se le conozca bien, de no ser el caso advierte que será imposible interpretarlo y como consecuencia de eso el negocio fracasara.

a. Fuentes primarias:

Rojas (2016) menciona que “Es aquella información recopilada directamente por el investigador”, teniendo en consideración que esta información fue buscada, clasificada e interpretada bajo el conocimiento y percepción del mismo, por su lado es fundamental que el investigador haga uso de instrumentos propios para que estos datos sean considerados en esta fuente.

b. Fuentes Secundarias:

Por otro lado Rojas (2016) especifica que “La secundaria es aquella que fue realizada por otros autores y que puede servir de referencia para la propia investigación”, es en este punto donde se recurre a material elaborado por terceros, estos datos deben ser relevantes para nuestra investigación caso contrario podrán ser descartados parcial o totalmente según el grado de relevancia.

2.2.2.4. Proceso de obtención de base de datos:

Antes de comenzar a hablar sobre el proceso de obtención de base de datos, se debe tener en consideración que la revolución digital ha hecho posible que la información digitalizada sea fácil de procesar, almacenar, transmitir y distribuir; descubrir conocimiento de este volumen de datos es un gran reto en sí mismo, razón por la cual la minería de datos es relevante en este proceso, puesto que busca encontrarle sentido a toda la información actual que es almacenada en línea. (Riquelme, Ruiz, & Gilbert, 2016)

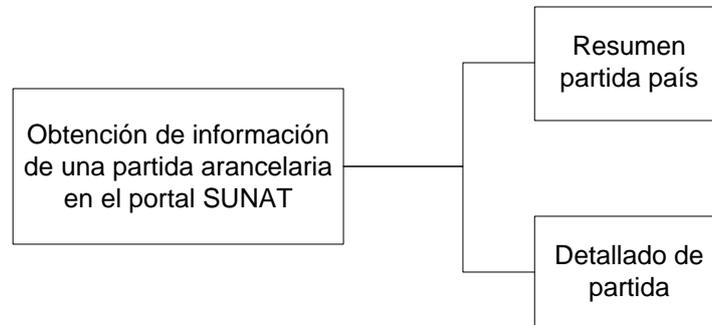
Haciendo un resumen de lo antes mencionado queda claro que los datos digitales son tan amplios que es necesario realizar una discriminación de ellos centrando nuestros esfuerzos en la consolidación en una base la cual tenga un objetivo específico para luego ser interpretada y obtener información relevante para nuestra investigación.

Nuestra investigación utilizó bases de datos estadísticas para conocer los costos de importación de paneles solares; Rojas (2016) explica que “Se debe tener en cuenta que normalmente las fuentes muestran los datos estadísticos del régimen de importación referidos al valor del Incoterm CIF (Costo, seguro y flete) expresado en dólares. En este caso, el vendedor se hace cargo de todos los costos incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercadería llegue al puerto de destino.”

Las fuentes de información para estas bases de datos tienen que ser confiables, verídicas, claras, precisas y actualizadas (Rojas, 2016), razón por la cual se valida el uso de las bases de datos extraídas de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, como nuestra principal fuente nacional de datos estadísticos de comercio exterior donde a través de la partida arancelaria “8541.40.10.00” y siguiendo una secuencia de pasos específicos se obtiene una base de datos con montos CIF del producto en mención.

2.2.2.5. Pasos para la obtención de Base de datos en SUNAT:

Figura n.º 2. Obtención de información de Partida arancelaria SUNAT



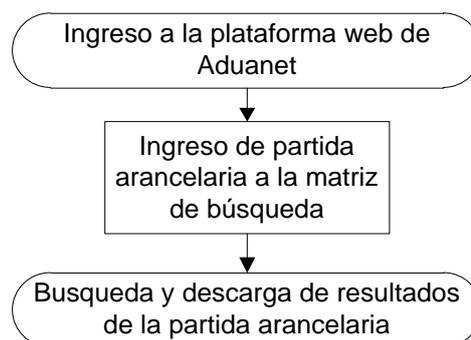
Fuente: Rojas (2016)

Elaboración: Propia

Rojas (2016), indica que existen 2 opciones para obtener información de una partida arancelaria en SUNAT, siendo la segunda opción de detallado de partida la óptima para esta investigación por que brinda información específica de la partida arancelaria del producto importado/exporta a nuestro país versus a la primera opción que solo te brinda de manera general el ranking país por importaciones/exportaciones de la partida arancelaria.

A continuación, detallamos el proceso a seguir para obtener esta base de datos del detallado por partida:

Figura n.º 3. Pasos para obtener detallado de partida



Fuente: Rojas (2016)

Elaboración: Propia

1) Primer paso:

Ingresar a la plataforma Aduanet, en esta página le permite al usuario hacer consultas de la información anualizada o mensualizada por subpartida arancelaria, brindando detalle específico como descripción de la mercadería, unidades, empresas importadoras y exportadoras, aduanas, vías, etc.

2) Segundo paso:

Se deberá llenar la matriz de búsqueda con toda la información requerida para la búsqueda de la subpartida arancelaria del producto a investigar, una vez que se llenan todos los datos en la matriz y se selecciona el rango de tiempo del que se requiere obtener las bases de datos, se realiza la consulta, después de esto se generará un código el cual deberá ser copiado para el tercer y último paso.

3) Tercer paso:

Abrir la página de resultados en la plataforma de Aduanet, en esta página se deberá buscar el código antes copiado para encontrar nuestra búsqueda de la subpartida arancelaria, el proceso de resultados puede demorar hasta 48 horas, una vez que encuentren el código en azul, podrán descargar un archivo ZIP que contiene una hoja de cálculo con la base de datos madre de la partida.

Una vez se obtenga la base de datos es momentos de empezar a depurarla para obtener la información relevante para el estudio.

2.2.2.6. Ventajas del análisis de una base de datos:

Antes de empezar a describir las ventajas del análisis de una base de datos se debe mencionar que existen dos pasos para la tarea en mención similares a los realizados en la minería de datos (Riquelme, Ruiz, & Gilbert, 2016); primero elegir el modelo y por otro el ajuste final de este a los datos, a su vez la elección del modelo viene determinada por dos condicionantes: el tipo de datos y el objetivo que se quiere obtener.

Después de tener claro el modelo a utilizar y el objetivo de la base de datos, se procede a utilizar metodologías para el análisis inteligente de estos, los cuales puedan descubrir conocimiento útil de los datos. (Riquelme, Ruiz, & Gilbert, 2016) Hacen referencia al término KDD (iniciales de *Knowledge Discovery in Database*) que se refiere a su vez al proceso de extracción de conocimiento a partir de una base de datos.

Teniendo en consideración lo antes mencionado las principales ventajas del análisis de una base de datos como herramienta de inteligencia comercial son:

- Habilidad para extraer de manera precisa la información útil para la toma de decisiones o exploración.
- Disminución de riesgo frente a posibles competidores.
- Aumento de competitividad frente a nuevos requerimientos.
- Mejor interpretación del mercado actual.
- Generación de estrategias de acción eficientes frente a situaciones de riesgo.
- Revelación de ciertos factores del mercado que se deben investigar.

2.2.2.7. Definición Conceptual y operacional: Base de datos

a. Conceptual:

“Son el conjunto de sucesos, observaciones o situaciones extraídas de fuentes primarias o secundarias. Dichas fuentes pueden ser documentos, personas, medios, eventos, situaciones, números, palabras, gráficos, imágenes, etc.” (Rojas, 2016)

b. Operacional:

Esta variable cumple con las siguientes dimensiones establecidas, extracción, recopilación, tabulación y análisis de datos.

2.2.3. Negociación:

Rojas (2016), menciona que se debe tener en cuenta que para tomar una decisión se requiere de información verídica y actualizada haciendo hincapié que el manejo de información ofrece poder de negociación frente a la contraparte.

2.2.3.1. Definición:

En el estudio de Lozada (2018) sobre la negociación se define como el proceso que conlleva comunicación oral y escrita, a través del cual el denominador común es la búsqueda de un compromiso aceptable para todas las partes el autor también indica que para que se inicie una

negociación debe existir un desacuerdo o un interés genuino de las partes en resolver una situación para llegar a un acuerdo.

Otra definición de Negociación es la que nos brinda Zapata (2009) menciona que es un proceso conjunto, en el cual cada parte intenta lograr más de lo que podría conseguir actuando por cuenta propia, sin dañar los intereses del otro, esto a su vez no hace pensar que además de la transacción de los productos, existen elementos que involucran a la relación entre las personas, las cuales generan un vínculo basado en su mutua satisfacción, genera la recompra y, por supuesto, la recomendación boca a boca. Así mismo Zapata (2009) interpreta de manera sintetizada el concepto de negociar como el arte de persuadir, enrolar y convencer, basados en las expectativas, aceptación y satisfacción real del cliente.

2.2.3.2. Variables de una negociación:

Lozada (2018) comenta que toda negociación debe estar respaldada por una estrategia, la cual debe a su vez estar estructurada y definida.

Definir las variables que formaran parte de la negociación es adelantar y ganar terreno en la batalla de la negociación Lozada menciona que estas variables pueden ser:

- Servicio
- Garantía
- Calidad
- Precio

Por otro lado, el autor comenta que el establecer de antemano cuáles serán los términos que se está dispuestos a negociar y cuáles no, dejando claro a la contraparte que cosas son importantes y que esta entienda que puntos no se deben forzar.

Así mismo menciona que enfocarse en los aspectos importantes de la negociación es una estrategia que se consigue:

- Manteniendo registro de los puntos importantes.
- Evitando el desvío de la conversación a puntos sin importancia.
- Esperando el momento oportuno para contratacar.

2.2.4. Negociación Internacional:

Llamazares (2015) explica que estas negociaciones se centran en una gran variedad de temas, de entre los cuales los de carácter comercial son los más comunes y los que sirven

generalmente para iniciar la relación comercial, explica también que cuando la negociación es internacional las partes negociadoras pertenecen a distintos países.

2.2.4.1. Características para obtener resultados deseados de una Negociación Internacional:

Llamazares (2015) revela ciertas características que se deben tener en cuenta para lograr obtener los resultados deseados en una negociación internacional y los define de la siguiente manera:

- Desarrollarse mediante un proceso por etapas: La negociación no debe ser un enfrentamiento desordenado de fuerza sino una consecuencia de etapas desde la preparación hasta la conclusión del acuerdo.
- Intercambio Múltiple: La negociación implica el intercambio de algo que una de las partes desea de la otra, pero no suele centrarse exclusivamente en un aspecto, sino que trata varias cuestiones.
- Interdependencia: De esto se entiende que durante el proceso de negociación las posturas que van adoptando cada una de las partes afecta a la otra y, por tanto, existe interdependencia, así mismo se tiene que considerar que estas posturas no son rígidas y que irán mutando a medida que avanza la negociación.
- Predisposición para llegar a un acuerdo: Es importante mostrar predisposición para llegar a un acuerdo, porque así se revela el espíritu de cooperación que debe inspirar toda negociación.
- Ser creativo para aportar nuevos recursos que incrementen el valor de lo negociable: Cuando se alcanza un acuerdo, los recursos se han distribuido entre las partes, pero la cantidad de recursos disponibles no es fija, es acá donde se debe ser creativo para incrementar los recursos a repartir y generar valor a ambas partes.

2.2.4.2. Margen de Negociación:

Llamazares (2015) se refiere al margen de negociación como la posición en común entre las dos partes enfrentadas, por ejemplo el expone el margen de negociación entre un importador y un exportador, específicamente sobre el precio en un momento determinado de la

negociación. Revelando dos posiciones extremas, por un lado, una Posición óptima (PO) y en el otro una Posición de Ruptura (PR).

Ejemplo:

Tabla n.º 2. Margen de Negociación entre un importador y un exportador con respecto al precio

	IMPORTADOR (€)	EXPORTADOR (€)
Posición Óptima (PO)	5000	7000
Posición de Ruptura (PR)	2500	3500

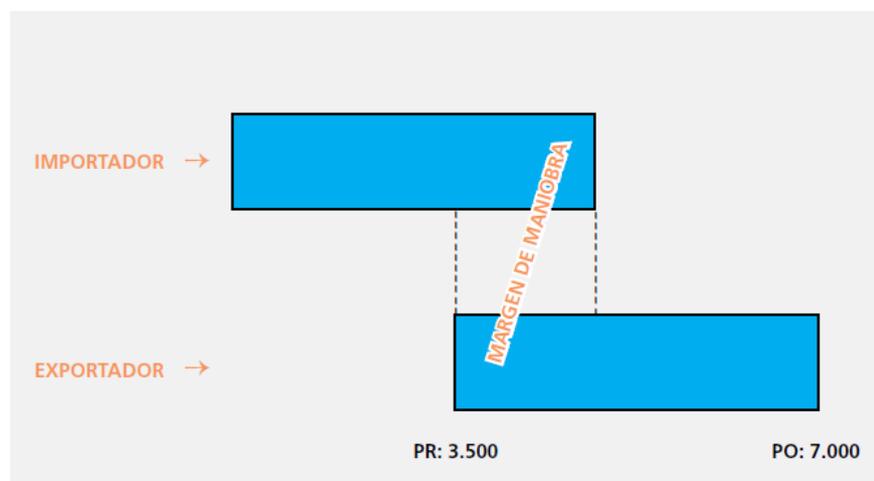
Fuente: (Llamazares, 2015)

Elaboración: Propia

La tabla presentada anteriormente, representa la posición óptima y de ruptura en un ejemplo de negociación en donde intervienen un importador y un exportador. Por un lado, la posición óptima de un importador es € 5,000, mientras que la de un exportador es € 7,000; los precios están expresados en euros.

Los datos de la tabla anterior son plasmados en la siguiente imagen:

Figura n.º 4. Margen de maniobra de un importador y un exportador



Fuente: Llamazares (2015)

La figura anterior revela que se logra una negociación exitosa siempre y cuando se mantenga dentro del margen de maniobra de ambas partes, se

debe tener en consideración que existe un margen de negociación para cada asunto que se vaya a negociar y que este margen es dinámico. Los extremos de cada postura van variando a medida que avanzan en el proceso de negociación; si la negociación va progresando por buen camino, el intervalo que ocupa el margen va estrechándose hasta el acuerdo final.

2.2.4.3. Diferencias entre Negociación nacional e internacional:

Llamazares (2015), menciona que gracias al avance de la globalización, los planteamientos, procesos, estrategias y tácticas utilizadas en ambas negociaciones son similar, sin embargo aún existen ciertas diferencias marcadas entre ambas las cuales son:

- Marco legal distinto: Por un lado, en la negociación internacional al tener marco legal distinto al país con el que se negocia, las normativas fiscales, mercantiles, laborales o técnicas pueden retrasar, condicionar e incluso impedir el acuerdo, por otro lado, en una negociación nacional el marco legal es el mismo y las partes se sienten más cómodas ya que ambas lo conocen.
- Menor información de la otra parte: En la negociación internacional es más difícil obtener información fidedigna de la otra parte tanto en historial de la empresa, volumen de negocio, reputación en el mercado, etc. Este hecho es especialmente relevante cuando se negocia en países asiáticos o africanos en los que los servicios de información comercial no están muy desarrollados.
- Mayor incertidumbre y riesgo: Los factores externos, como elevado riesgo país, crisis políticas, revoluciones, conflictos sociales, catástrofes naturales, etc.; tienen un impacto muy superior para el negociador extranjero en comparación con los sucesos que puede acontecer un mercado nacional. Así mismo el negociador extranjero se ve afectado en mayor medida que el nacional en aspectos financieros tales como riesgo comercial, riesgo de pago y riesgo de inversión.
- Desequilibrio entre las partes: Por un lado, existen países desarrollados predominan empresas grandes, frente a otras zonas de América Latina o África en las cuales la mayoría de las empresas son Pymes o empresas familiares, siguiendo esta lógica el negociador pyme tendrá que someterse a los requisitos que impongan las grandes empresas.

- Prácticas comerciales diferentes: Esto se entiende que la forma en la que se deberá hacer negocios variará dependiendo del país con quien se negocie.
- Diferencias culturales: Los factores culturales como la comunicación verbal y no verbal de cada país hace que la negociación internacional sea más compleja y requiera de mayor esfuerzo y tiempo para obtener acuerdos que aquella que se lleva a cabo en mercado nacional.

Figura n.º 5. Diferencias entre negociación nacional e internacional



Fuente: Llamazares (2015)

La figura anterior muestra de manera resumida aquellas diferencias más resaltantes entre la negociación nacional e internacional.

2.2.4.4. Aspectos a negociar:

Si bien existen diferentes tipos de negociación internacional entre empresas, Llamazares (2015) los clasifica en cuatro tipos:

- Compraventa internacional de productos
- Prestación internacional de servicios
- Acuerdos de Intermediación con distribuidores y agentes comerciales.
- Alianzas estratégicas.

Llamazares (2015) también menciona que a pesar de la complejidad de cada uno de estos acuerdos siempre se podrá descomponer en una serie

de aspectos que habrá que negociar de forma individualizada. La principal cualidad de un buen negociador será la de identificar estos aspectos y determinar cuál de ellos es decisivo.

Por ejemplo con respecto al primer aspecto a negociar de la compra y venta internacional el punto clave suele ser (el precio), sin embargo cuanto más compleja sea la negociación menor será la importancia que se le atribuya al precio, el segundo aspecto de prestación de servicios el punto clave suele ser (las obligaciones del prestador de servicios), el tercer aspecto de acuerdos de intermediación con distribuidores y agentes comercial se enfoca en (exclusividad territorial) y por último el cuarto aspecto de alianzas estratégicas la negociación casi siempre gira en torno (al control del negocio).

2.2.4.5. Tipos de negociaciones:

Llamazares (2015) comenta que en base a la actitud que toman las partes se puede identificar 5 tipos o formas de negociación las cuales se describen a continuación:

- La negociación con confrontación: En este tipo de negociación la condición que impera es la del tipo “Ganador/Perdedor”. Desde esta perspectiva toda concesión que se haga a la contraparte será considerada una debilidad.
- La negociación subordinada: En este tipo de negociación consiste en subordinar nuestros intereses a los de la contraparte.
- La negociación con inacción: En este caso se trata de no negociar, esto ocurre cuando al parecer existe un conflicto insalvable, en este punto ambas partes pueden decidir aplazar su negociación para una fase posterior.
- La negociación colaborativa: Este tipo de negociación se logra gracias a la creatividad de ambas partes que no limitan la negociación a aspectos predeterminados, sino que buscan aportar nuevas soluciones y propuestas con el objetivo de alcanzar un acuerdo justo y positivo para ambas partes en una negociación del tipo *win-win* (ganar-ganar).
- La negociación razonada: Es el tipo de negociación que busca la solución de cuestiones de fondo sobre las que existen diferencias apreciables, más que la obtención de concesiones de la

contraparte. Las diferencias son resueltas recurriendo a criterios objetivos.

Figura n.º 6. Tipos de negociación



Fuente: Llamazares (2015)

En la figura anterior se aprecia un cuadro con los diversos tipos de negociación antes mencionados y se puede apreciar que el equilibrio es encontrado cuando ambas partes colaboran entre sí para lograr sus objetivos sin afectar al otro, lo que se llama negociación de colaboración.

2.2.5. Costos de importación:

2.2.5.1. Definición:

Los costos son los recursos que se asumen con el fin de lograr un beneficio, estos recursos suelen ser materializados con unidades monetarias. (Horngren, Datar, & Rajan, 2012)

Se refiere a todos los egresos que conlleva el proceso de importación de cualquier mercancía, desde el país de origen del vendedor, hasta el lugar en donde convenga el comprador, esto dependerá del INCOTERM acordado entre las dos partes. (Andrade, 2013)

2.2.5.2. INCOTERMS:

Son reglas que tienen como objetivo principal el delimitar la responsabilidad en cuanto riesgo y costos de cada una de las partes que intervienen en la compra-venta internacional de mercancías, tanto el comprador como el vendedor. (Soler, 2014)

La Cámara Internacional de Comercio, o CCI por sus siglas, es la encargada de actualizar y verificar el uso de estas reglas, así también de intermediar en caso de disputas sobre estos temas. (Cabrera, 2013)

La última versión publicada es la del año 2010, y consta de las siguientes reglas:

Tabla n.º 3. Reglas Incoterms 2010

Sigla	Descripción	
EXW	<i>Ex Works</i>	En fábrica
FCA	<i>Free carrier</i>	Franco porteador
FAS	<i>Free alongside ship</i>	Franco al costado del buque
FOB	<i>Free on board</i>	Franco a bordo
CFR	<i>Cost and freight</i>	Costo y flete
CIF	<i>Cost, insurance and freight</i>	Costo, seguro y flete
CPT	<i>Carriage paid to</i>	Transporte pagado hasta
CIP	<i>Carriage and insurance paid to</i>	Transporte y seguro pagados hasta
DAT	<i>Delivered at terminal</i>	Entregada en terminal
DAP	<i>Delivered at place</i>	Entregada en lugar
DDP	<i>Delivered duty paid</i>	Entregada derechos pagados

Fuente: Soler (2014)

2.2.5.3. Costos Internacionales:

Los distintos costos internacionales que se deben considerar en el proceso de importación, están estrictamente ligados a los operadores de comercio internacional.

Los operadores de comercio internacional cumplen el rol de intermediarios para facilitar al importador o exportador el cumplimiento de sus obligaciones comerciales a través de sus servicios. (Duarte, 2008)

Los operadores de comercio internacional pueden ser:

2.2.5.3.1 Transporte de carga internacional:

Existen cuatro grupos en los que se clasifican los transportistas internacionales de carga: líneas navieras, aerolíneas, camioneros y empresas ferroviarias. Para realizar estas operaciones se hace uso de los agentes carga, especializados en el transporte de las mercancías en comercio exterior. (Duarte Cueva, 2008)

Al tratarse de una operación más compleja que la del transporte interno o nacional, la compañía involucrada en las actividades de comercio exterior, debe conocer a detalle todas las etapas del proceso logístico que soportará su mercancía. Además de buscar activamente los mejores precios y tomar la mejor decisión de los servicios logísticos, con el fin de lograr menores costos y en consecuencia ventaja competitiva. (Cabrera Cánovas, 2011)

2.2.5.3.2 Compañía aseguradora:

En comercio internacional, el seguro es la herramienta de protección ante cualquier contingencia que ponga en riesgo la mercancía en responsabilidad del importador y/o exportador, dependiendo del INCOTERM acordado. Éste se materializa a través de un documento llamado póliza, en donde se establecen las condiciones de contrato, considerando el costo del servicio, o prima del seguro, y la cobertura abarcada. (Hernández Muñoz, 2003)

En la práctica, son las compañías de seguros quienes ofrecen los estos servicios de protección ante riesgos, mediante los *brokers* de seguros. Se pueden encontrar dos tipos de pólizas de seguros: Abiertas, destinadas para compañías que tienen una alta actividad de operaciones de comercio exterior, contrario a las específicas, que son aplicables para importaciones eventuales y únicas. (Duarte Cueva, 2008)

2.2.5.3.3 Agencias de Aduana:

Según la Ley General de Aduanas publicado por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT, 2008), los agentes de aduana son entidades privadas, ya sean naturales o jurídicas, con

autorización de la Administración Aduanera para poder representar a terceros en todas las actividades correspondientes al trámite aduanero.

Por ende, los agentes de aduana son intermediarios entre el importador o exportador con la intendencia de aduanas.

Además, para seleccionar un agente de aduanas, se debe considerar la calidad del servicio en el despacho de la mercancía, experiencia y la tarifa cobrada; ésta última es el egreso que tendrá que asumir el importador o exportador, usualmente es un porcentaje del valor CIF de la mercancía. (Duarte Cueva, 2008)

2.2.5.3.4 Servicios Bancarios:

Para el comercio internacional, existen diversos productos dentro de los bancos, ligados en su mayoría a los medios de pago hacia los proveedores internacionales. Es necesario mencionar que el costo asumido por el importador o exportador a cambio de los servicios bancarios pueden ser: Intereses, comisiones y portes. (Duarte, 2008)

2.2.5.3.5 Almacenaje y carga:

Se denomina almacén al espacio físico en donde se colocan o custodian objetos de valor, mercancías o productos de una o más organizaciones. Para el comercio internacional, se puede hacer uso de almacenes internacionales para poder coordinar con más de un proveedor la importación de varios productos en un solo embarque. (Escudero, 2014)

2.2.5.4. Costos nacionales:

Se ha demostrado que, los costos nacionales de importación, incluyen tanto los costos logísticos de la empresa importadora en territorio nacional, así como los costos de nacionalización de la mercancía, determinado por SUNAT en la liquidación de tributos. (Domínguez Castañeda, 2014)

Para una organización, la logística cumple un rol fundamental dentro de ella, ya que está presente en la cadena de suministros, coordinando tanto internamente, como con proveedores y clientes. Producto de ello, su función principal es controlar el flujo de los materiales necesarios, abasteciéndose de los proveedores para cumplir con el cliente final. (Cabrera, Transporte internacional de mercancías, 2011)

Los costos nacionales que se han identificado para el proceso de importación son:

2.2.5.4.1 Transporte Interno:

Cumple una función primordial en la logística y distribución física de materiales. Es el que une a todos los participantes dentro de la cadena de suministro. Para lograr ello, las organizaciones tienen dos alternativas, efectuarlo a través de recursos propios, o tercerizar el servicio con alguna empresa especialista en el rubro. (Cabrera, Transporte internacional de mercancías, 2011)

Si se opta por tercerizar el servicio, el pago asumido por la empresa hacia el transportista, se le denomina flete. (Soler, Diccionario de logística, 2008)

2.2.5.4.2 Almacenamiento:

Los almacenes se clasifican en: Terminales de almacenamiento y depósitos de adunas, en el primero se deposita la carga temporalmente con un plazo máximo de hasta 30 días, pero en el segundo se admite un tiempo mayor de hasta 6 meses. (Duarte, 2008)

2.2.5.4.3 SUNAT:

“La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT, de acuerdo a su Ley de creación N° 24829, Ley General aprobada por Decreto Legislativo N° 501 y la Ley 29816 de Fortalecimiento de la SUNAT, es un organismo técnico especializado, adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas, cuenta con personería jurídica de derecho público, con patrimonio propio y goza de autonomía funcional, técnica, económica, financiera, presupuestal y administrativa que, en virtud a lo dispuesto por el Decreto Supremo N° 061-2002-PCM, expedido al amparo de lo establecido en el numeral 13.1 del artículo 13° de la Ley N° 27658, ha absorbido a la Superintendencia Nacional de Aduanas, asumiendo las funciones, facultades y atribuciones que por ley, correspondían a esta entidad.” (SUNAT, 2016)

2.2.5.4.4 Entidad Bancaria:

Un banco es una entidad que se dedica a colocar préstamos, así como captar ahorros de sus clientes, generando con el flujo de estas actividades

el interés que cobra en el primer caso y desembolsa en el segundo.
(Fernández-Baca, 2004)

2.2.6. Paneles Solares:

2.2.6.1. Definición:

También conocidos como módulos solares, son un conjunto de células fotovoltaicas agrupadas con el fin de cumplir los requisitos energéticos del mercado, además de brindar protección física, mecánica y eléctrica a la célula. (Méndez Muñiz & Cuervo, 2007)

Estas células fotovoltaicas son a su vez generadores de energía, las cuales, se encargan de transformar la energía luminosa en energía eléctrica. (Fernández Barrera, 2010)

Para fines comerciales, los paneles solares se identifican según la potencia máxima o potencia pico que entrega el equipo, la cual está expresada en vatios (*watts*). Así también, pueden ser policristalinos o monocristalinos, la diferencia entre ambos es que el segundo es de menor costo y es usado en paneles solares de baja potencia, mientras que el primero ofrece mejores características técnicas.

Figura n.º 7. Panel solar policristalino de 250Wp

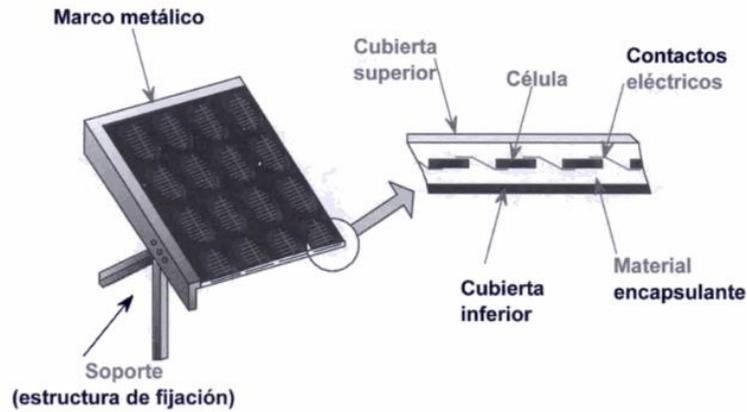


Fuente: Topray Solar (2016)

2.2.6.2. Composición de paneles solares:

El material principal del cual está elaborado cada célula fotovoltaica, es de silicio. Para poder asegurar el buen funcionamiento del panel solar, se adhieren diversas capas. (Méndez Muñiz & Cuervo, 2007)

Figura n.º 8. Estructura de panel solar



Fuente: Méndez Muñiz & Cuervo (2007)

- a. Cubierta superior: cobertura elaborada de vidrio templado especial, capaz de proteger el interior del panel solar y a su vez dejar pasar la radiación solar necesaria para el buen funcionamiento del equipo.
- b. Cubierta inferior: Lámina de material simple para proteger el panel solar de agentes externos.
- c. Material encapsulante: elaborado de material especial, capaz de no alterarse debido a la exposición de luz solar.
- d. Soporte: Usualmente metálico, capaz de sujetar a todo el módulo solar y brindar estabilidad el mismo.
- e. Elementos eléctricos externos: cables y caja conexión para entregar energía.

2.2.6.3. Partida arancelaria de paneles solares:

Según el Arancel de Aduanas (SUNAT, 2017), la subpartida arancelaria para el producto panel solar es:

Tabla n.º 4. Subpartida nacional arancelaria para paneles solares

Partida	Descripción	Ad/v
85.41	Diodos, transistores y dispositivos semiconductores similares; dispositivos semiconductores fotosensibles, incluidas las células fotovoltaicas, aunque estén ensambladas en módulos o paneles; diodos emisores de luz (LED); cristales piezoeléctricos montados.	
8541.40.10.00	- - Células fotovoltaicas, aunque estén ensambladas en módulos o paneles	0

Fuente: SUNAT (2017)

2.2.6.4. Principales países proveedores al Perú de paneles solares:

Luego de identificar la subpartida arancelaria del producto paneles solares, se puede buscar información actualizada, gracias a las herramientas de información brindadas por SUNAT.

Respecto a los principales países proveedores al Perú de paneles solares, son (según año):

Tabla n.º 5. Principales países proveedores de paneles solares al Perú durante el año 2016

Nº	País proveedor	Precio FOB Total (USD)
1	CHINA	604,539.68
2	ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	216,555.93
3	CANADA	68,010.00
4	TAIWAN	24,040.20
5	MÉXICO	13,141.45
6	SUIZA	7,808.25
7	SINGAPUR	4,163.18
8	JAPÓN	1,440.00
	Total general	939,698.69

Fuente: SUNAT (2017)

Elaboración: Propia

Como se puede observar en el cuadro presentado anteriormente, China es el país que ha suministrado en mayor cantidad paneles solares durante el 2016 significando el 64.18% de las importaciones peruanas para el producto mencionado.

Tabla n.º 6. Principales países proveedores de paneles solares al Perú durante el año 2017

Nº	País proveedor	Precio FOB Total (USD)
1	CHINA	879,426.96
2	VIETNAM	73,873.73
3	CANADA	65,812.00
4	ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	10,883.82
5	ESPAÑA	5,690.27
Total general		1,035,686.78

Fuente: SUNAT (2017)

Elaboración: Propia

En el cuadro presentado anteriormente, China sigue siendo el país que suministra más paneles solares, pero para el año 2017, representó el 84.91% del total.

Tabla n.º 7. Principales países proveedores de paneles solares al Perú durante el año 2018

Nº	País proveedor	Precio FOB Total (USD)
1	CHINA	855,944.29
2	SPAIN	34,780.32
3	UNITED STATES	4,560.00
4	GERMANY	1,038.39
5	FRANCE	938.97
6	TAIWAN, PROVINCE OF CHINA	298.26
7	SLOVENIA	198.84
Total general		897,759.07

Fuente: SUNAT (2017)

Elaboración: Propia

De acuerdo al cuadro presentado anteriormente, y en relación las importaciones del 2017, España es el país que ha escalado varias posiciones como proveedor de paneles solares al Perú, colocándose en segundo puesto por detrás de China, quien mantiene su liderazgo.

2.2.6.5. Principales Importadores Peruanos de paneles Solares:

Así también las empresas que han importado en mayor cantidad paneles solares de se presentan a continuación:

Tabla n.º 8. Principales importadores peruanos de paneles solares de durante el 2016

Nº	Empresa Importadora	Precio CIF Total (USD)
1	PANAMERICANA SOLAR S.A.C.	263,479.81
2	CIME COMERCIAL S.A.	118,223.33
3	CONSORCIO CAROLINA S.A.C.	71,674.25
4	DIAR INGENIEROS S A	47,127.07
5	GEDISOL S.A.	46,621.97
6	ENTELIN PERU SAC	44,899.25
7	RECURSOS ENERGETICOS RENOVABLES S.A.C.	43,941.48
8	OMP SERV. & CONTRATISTAS GENERALES S.A.C.	35,009.17
9	ER &M ASOCIADOS S.R.L.	34,609.65
10	ELTEK PERU S.R.L.	27,579.36
11	OTROS IMPORTADORES	1,293,189.82
Total general		2,026,355.16

Fuente: SUNAT (2017) Elaboración: Propia

De acuerdo al cuadro presentado anteriormente, se puede observar la principal empresa importadora es Panamericana Solar SAC con un 25.32% de participación con respecto al valor CIF total importado durante el año 2016.

Tabla n.º 9. Principales importadores peruanos de paneles solares de durante el 2017

Nº	Empresa Importadora	Precio CIF Total (USD)
1	GESTION SOLAR PERU S.A.C.	345,037.31
2	VIETTEL PERU S.A.C.	128,077.22
3	ELTEK PERU S.R.L.	126,886.00
4	PERULAB SA	75,824.48
5	KINKO'S IMPRESORES S.A.C.	69,141.97
6	ENTELIN PERU SAC	52,918.86

7	OMP SERVICIOS & CONTRATISTAS GENERALES S	27,788.11
8	GCZ INGENIEROS S.A.C.	26,491.52
9	TACNA SOLAR S.A.C.	19,091.02
10	SOLEOL SUIZA S.A.C.	16,887.86
11	OTROS IMPORTADORES	206,455.88
Total general		1,094,600.23
Fuente: SUNAT (2017)		Elaboración: Propia

De acuerdo a la tabla presentada anteriormente, se puede apreciar que para el año 2017, la empresa que lideró las importaciones de paneles solares fue Gestión Solar Perú SAC, con una participación del 31.52% con respecto al valor CIF total importado.

Tabla n.º 10. Principales importadores peruanos de paneles solares durante el 2018

Nº	Empresa Importadora	Precio CIF Total (USD)
1	TRE PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - TRE	231,711.64
2	VIETTEL PERU S.A.C.	174,450.90
3	NOVUM SOLAR S.A.C.	47,195.35
4	ENTELIN PERU SAC	44,741.90
5	SERVIMEC INGS. S.A.C.	43,875.01
6	REPRESENTACIONES E INVERSIONES AMERICA L	42,115.52
7	MT INDUSTRIAL S.A.C.	40,851.27
8	GRUPO BONNETT S.A.	31,012.62
9	OMP SERVICIOS & CONTRATISTAS GENERALES S	27,536.11
10	J & F INVERSIONES S.A.C.	22,284.71
11	OTROS IMPORTADORES	241,570.44
Total general		947,345.47
Fuente: SUNAT (2017)		Elaboración: Propia

De acuerdo a la tabla presentada anteriormente, se puede apreciar que para el año 2018, la empresa que lideró las importaciones de paneles solares fue Tre Perú SAC, con una participación del 25.09% con respecto al valor CIF total importado.

2.2.6.6. Precios promedio unitarios de paneles solares:

Según la información analizada, se tienen los siguientes precios unitarios promedio:

Tabla n.º 11. Precios unitarios promedio FOB, flete, seguro y CIF de importación de paneles solares en Perú durante los años 2016 y 2018

AÑO	FOB (USD)	FLETE (USD)	SEGURO (USD)	CIF (USD)
2016	152,51	25,72	1,92	180,15
2017	122,59	6,52	0,86	129,97
2018	125,50	1,15	1,15	132,51

Fuente: SUNAT (2017) Elaboración: Propia

En los últimos tres años se ha podido apreciar cambios con respecto a los precios promedio unitarios de la importación de paneles solares, siendo el año 2017 el que presentó los mejores precios de importación.

2.2.6.7. Usos y tendencias de paneles solares en el Perú:

Debido al accidentado relieve del territorio peruano, es muy difícil para las compañías que suministran energía eléctrica comercial, llegar a todos los pobladores. Considerando que la energía eléctrica es fundamental hoy en día para el desarrollo de las actividades cotidianas, el estado está tratando de impulsar el uso de paneles solares como fuente de energía.

La Gerencia Regional de Energía y Minas de la Libertad, dio a conocer que se han instalado más de 1300 paneles solares en dicha región, con el propósito de que más usuarios puedan tener este servicio básico. (RPP Noticias, 2018)

Así también, el Ministerio de Energía y Minas, instaló un sistema de paneles solares en su sede principal, como muestra del impulso constante del uso de estos productos, que aportan también en la iniciativa en contra del cambio climático. (Andina, 2018)

Es preciso mencionar, que, según las palabras del Director General de Eficiencia Energética del MEM, Rosendo Ramírez en una entrevista para Andina (Andina, 2018), el uso de los sistemas de energía a base de paneles solares son eficientes y generan un ahorro aproximado de 140 soles mensuales.

2.3. Definición de Términos Básicos:

2.3.1. Importación:

Transporte de productos o servicios del extranjero adquiridos por un país para su consumo final o su comercialización.

2.3.2. Partida concentrada:

La partida bolsa o concentrada engloba diversos productos de similares características, aquellos productos que no cuentan con clasificación específica, como productos de baja comercialización o innovadores o con muchos ingredientes son los que se encuentran en estas partidas.

2.3.3. Logística:

Conjunto de medios determinados para la realización de un proceso complicado, enfocado usualmente en la distribución de bienes.

2.3.4. Broker:

Persona natural o jurídica que cumple la labor de intermediario o agente entre un comprador y un vendedor, especializado en una materia. Sus servicios suelen estar establecidos en comisiones que son expresados en porcentajes del producto o servicio que se está comercializando.

2.3.5. Minería de datos:

Intento de buscarle sentido a la explosión de información que actualmente puede ser almacenada. Búsqueda constante de información en bases de datos, la recopilación y tabulación de esta información está debidamente estructurada y diseñada con algoritmos, para agilizar el constante análisis de los resultados.

2.4. Hipótesis:

H_1 : El uso de las bases de datos contribuye en la negociación de importación de paneles solares entre los años 2016 al 2018 en la empresa Gruming Perú S.A.C. de Lima – Trujillo, 2018.

H_0 : El uso de las bases de datos no contribuye en la negociación de importación de paneles solares entre los años 2016 al 2018 en la empresa Gruming Perú S.A.C. de Lima – Trujillo, 2018.

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

3.1 Operacionalización de variables:

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Base de datos	“Son el conjunto de sucesos, observaciones o situaciones extraídas de fuentes primarias o secundarias. Dichas fuentes pueden ser documentos, personas, medios, eventos, situaciones, números, palabras, gráficos, imágenes, etc.” (Rojas, 2016)	Esta variable cumple con las siguientes dimensiones establecidas: Identificación de datos, selección y procesamiento de datos, construcción de información.	Identificación de datos	Calidad de las fuentes	• Entrevista
				Cantidad de información ofrecida	
			Selección y procesamiento de datos	Capacidad de filtrado de datos	
				Accesibilidad	
				Entendible	
			Construcción de información	Capacidad de integración	
	Nivel de interacción con los usuarios				

VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍSTRUMENTOS
Negociación	"Proceso conjunto, en el cual cada parte intenta lograr más de lo que podría conseguir actuando por cuenta propia, sin dañar los intereses del otro" (Zapata, 2009)	Esta variable cumple con las siguientes dimensiones establecidas: Compraventa internacional de producto y proceso de negociación.	Compraventa Internacional de producto	Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Revisión documentaria
				Cantidad	
				Tipo y gama de producto	
				Condiciones de entrega	
			Proceso de negociación	Toma de contacto	
				Preparación	
				Desarrollo	
				Conclusión	

3.2 Diseño de investigación

Según su propósito: No Experimental – Cualitativo – Descriptivo.

Según su diseño: Transversal

Estudio	T1
M	O1

Dónde:

M: Muestra

O: Observación

3.3 Unidad de estudio

Las importaciones de paneles solares entre los años 2016 al 2018 de la empresa Gruming Perú SAC.

3.4 Población

Las tres importaciones de paneles solares de 250Wp realizadas entre los años 2016 al 2018 de la empresa Gruming Perú S.A.C.

3.5 Muestra (muestreo o selección)

Las tres importaciones de paneles solares de 250Wp realizadas entre los años 2016 al 2018 de la empresa Gruming Perú S.A.C.

3.6 Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

Técnica: entrevista individual

Instrumento: ficha de entrevista

Procedimiento:

Se aplicó una entrevista individual al Gerente de la empresa Gruming Peru S.A.C., Jorge Alva Vásquez, sobre los criterios que evaluó a la hora de tomar la decisión de compra de paneles solares al mercado chino. Así mismo, se realizó una entrevista individual al responsable del área de importaciones de la empresa Gruming Peru S.A.C., Bryan Ángel Mostacero Guayan, sobre los criterios que considero en su base de datos de importaciones de paneles solares al Perú entre los años 2017 y 2018, y qué conclusiones presentó ante su gerente después de analizar estas bases de datos. La herramienta utilizada paso por el proceso de constancia de validación de parte de tres expertos en la materia, dicho documento está alineado al formato UPN.

Técnica: Observación documentaria

Instrumento: Lista de cotejo

Procedimiento:

Se aplicó la observación documentaria para recolectar y verificar la información referente a los costos de importación de paneles solares de 250Wp registrados por parte de Gruming Perú S.A.C. en los últimos 3 años. Así mismo, del total de documentos entregados por parte de la empresa, solamente se tomaron en consideración los documentos más relevantes para esta investigación.

3.7 Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos

Para poder estructurar y analizar la información recolectada en la revisión documentaria y entrevista, se utilizaron los programas Word, Visio y Excel de Microsoft Office.

Se empezó realizando la transcripción de la entrevista aplicada tanto al Gerente General como al Gestor de Importaciones de Gruming Perú S.A.C., luego de acuerdo a lo detallado por dichas personas se estructuro el proceso de negociación con el proveedor internacional utilizado para las importaciones de paneles solares en la empresa. Así también se transcribieron los datos descritos en la entrevista y señalados en las bases de datos que utilizó la empresa para la negociación previa a la negociación. Por último, se realizó una comparativa de valores, en primera instancia, entre el valor FOB unitario mínimo registrado en la base de datos y el valor FOB unitario de compra de los paneles solares según los tres periodos, esto

expresado en gráfico de barras; también a través de un gráfico de barras se evidenció la comparativa entre el tiempo invertido en la negociación por los tres periodos contemplados.

CAPÍTULO 4. RESULTADOS

4.1. Determinar la mejor fuente para la obtención de base de datos que se adecúa al proceso de importaciones de Gruming Perú SAC.

De acuerdo a la entrevista realizada al Gestor de Importaciones en Gruming Perú S.A.C., hizo mención de que, para obtener la base de datos que usa para la negociación con sus proveedores internacionales en las importaciones de paneles solares, es Aduanet de SUNAT, debido a que, argumenta que esta fuente le brinda información con mucho detalle, es actualizada, es pública y por tanto de fácil acceso, así mismo menciona que el tiempo de respuesta para obtener esta base de datos se adecúa a su necesidad, pero, menciona que uno factor negativo de esta fuente es que su interfaz no es tan intuitiva en primera instancia. Dentro de las fuentes de información de comercio exterior que existen actualmente, se encuentra TradeMap del ITC, la cual ha servido para comparar que tan adecuado resultaría si Gruming Perú S.A.C. decidiera utilizar esta fuente.

En la siguiente tabla se muestra la aplicación del método cualitativo por puntos para determinar la mejor fuente de base de datos:

Tabla n.º 12. Aplicación de método cualitativo por puntos para determinar la mejor fuente de base de datos para Gruming Perú S.A.C.

FACTOR	PESO	Aduanet (SUNAT)		TradeMap (ITC)	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Detalle de Información	0.35	4	1.40	2	0.70
Tiempo de respuesta	0.15	3	0.45	5	0.75
Accesibilidad	0.15	5	0.75	3	0.45
Información actualizada	0.20	5	1.00	3	0.60
Interfaz Intuitiva	0.25	2	0.50	4	1.00
Totales	1.00		4.10		3.50

Fuente: Entrevista

Elaboración: Propia

De acuerdo a tabla presentada anteriormente, la fuente que mejor se adecua a la realidad de Gruming Perú S.A.C. es Aduanet de SUNAT, con un puntaje de 4.10 en ponderación, 0.60 puntos más que la valoración final de TradeMap de ITC.

4.2. Identificar los criterios de la base de datos que la empresa Gruming Perú S.A.C. utiliza en la negociación de importación de paneles solares entre los años 2016 y 2018

Luego de realizar la entrevista dirigida al responsable del área de importaciones de Gruming Perú S.A.C., el Sr. Bryan Mostacero, se recolectó la siguiente información:

Tabla n.º 13. Resumen entrevista realizada al responsable del área de Importaciones de Gruming Perú S.A.C.

Nº	Pregunta	Respuesta
1	¿Cuántos años de experiencia tienes realizando importaciones?	1 año y 11 meses a la actualidad.
2	¿Hace cuánto tiempo labora dentro del área de importaciones en Gruming Perú SAC?	1 año y 11 meses.
3	¿Cuáles son los productos que Gruming Perú importa? Y ¿Cuál es la finalidad?	Productos relacionados con las Telecomunicaciones, como sistemas de energía, donde se encuentran los paneles solares. Brindar un servicio integral.
4	¿Qué tipos de paneles solares importan? ¿Por qué ese tipo de paneles solares?	Paneles solares policristalinos de 250 vatios, es el panel que el cliente solicita y a la vez uno de los más comerciales.
5	¿Cuántas son las importaciones de paneles solares de 250Wp realizadas dentro de los últimos 3 años?	Tres importaciones, una en el año 2016, otra en el año 2017 y la última en el año 2018. La importación del 2016 se realizó fuera de mi gestión.
6	¿Cuáles son los pasos ordenados que se siguen para importar paneles solares?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Solicitud desde el área de Ingeniería. 2. Cotizar con proveedor. 3. Respuesta de cotización (Prof. Inv.) 4. Comparar cotización con análisis bases de datos. 5. Envía análisis de BD a Gerencia General. 6. Espera aprobación de Gerencia General. 7. Confirmación al proveedor internacional o negociación. 8. Gestión con Agente logístico.

7	¿Cuáles son las fuentes de información utilizadas previa a la importación de paneles solares?	Se utiliza la base de datos de Aduanet, por: Actualizada, detalle de información, acceso público, tiempo de respuesta. Negativa la interfaz de la base de datos.
8	¿Qué herramienta de inteligencia comercial utilizas para procesar los datos y volverlos accesibles y entendibles para la futura toma de decisiones en la empresa?	Bases de datos, se hace uso de Excel. Se elaboran de acuerdo a lo requerido por el negocio.
9	¿Qué variables usted considera relevantes para el análisis de las bases de datos?	Fecha de enumeración, mes de enumeración, aduana de enumeración, valor FOB, Valor FOB unitario, cantidad importada, Unidad, descripción de la mercancía, puerto de embarque, nombre del importador y país de origen.
10	Qué resultados se espera obtener de la base de datos elaborada?	Busco obtener el precio FOB unitario promedio, así como el FOB unitario mínimo, el Nro. De marcas importadas, el Nro. De importadores y por ultimo tendencias de precio FOB. Esta información contribuye a reducir tiempo en la negociación puesto que Jorge nuestro gerente analiza los datos sintetizados de una manera más objetiva y clara
11	Luego de procesar la información, ¿De qué manera es presentada previo a la importación de paneles solares?	A través de un correo electrónico donde detallo todos los puntos antes mencionados y enfoco el resultado en el precio para que el gerente pueda optar por la mejor opción, sin perder valor del producto importado.
12	Después de analizada la información, ¿esta es compartida con las demás áreas? y de ser ese el caso con que áreas de la empresa se comparte esta información	La información solo se comparte con el área de gerencia, contabilidad y finanzas.

Fuente:

Elaboración: Propia

De la tabla presentada anteriormente, se puede confirmar que para las bases de datos se emplean principalmente para identificar el precio con la que la competencia importa sus productos, y en uso de estas bases de datos toma trascendencia antes de realizar la compra de los productos con el proveedor internacional.

Así mismo, luego de realizar la entrevista dirigida al Gerente General de Gruming Perú S.A.C., el Sr. Jorge Vásquez Alva, se recolectó la siguiente información:

Tabla n.º 14. Resumen entrevista realizada al Gerente General de Gruming Perú S.A.C.

Nº	Pregunta	Respuesta
1	¿Cuál es la experiencia de Gruming Perú SAC en materia de Importaciones?	Desde hace 10 años, buscando proveedores en internet, para luego visitarlos en fábrica (China). Una de ellas, Topray Solar, es la proveedora de paneles solares.
2	¿Cuándo decidió importar paneles solares?	Nuestro principal cliente, Telefónica del Perú, nos encomendó realizar trabajos en energía para Huawei, uno de sus proveedores. Entendimos que podríamos ser una nueva alternativa para Telefónica en proveer equipos de energía.
3	¿En qué momento la empresa decidió implementar el área de importaciones?	Cuando supimos que podríamos ser una alternativa para Telefónica, brindando una solución integral. El área surge para controlar las compras internacionales. Justo a inicio del 2017 fecha en la que teníamos abastecernos de equipos de energía.
4	¿Qué tipos de paneles solares importan? ¿Por qué ese tipo de paneles solares?	Paneles solares policristalinos de 250 y 300 vatios, pues es lo que el principal cliente necesita y se ajusta a los otros elementos del sistema de telecomunicaciones.
5	¿Cuántas son las importaciones de paneles solares de 250Wp realizadas dentro de los últimos 5 años?	Se realizó una importación por año de ese producto.
6	¿Qué indicadores económicos analiza del informe presentado por el área de Importaciones previo a la decisión de importar paneles solares?	De todos los indicadores o variables de me brinda mi gestor de importaciones, me centro básicamente en obtener el precio FOB unitario promedio, así como el FOB unitario mínimo, tendencias de precio FOB
7	¿Cuál sería el orden de prioridad de los indicadores antes mencionados?	1. FOB mínimo 2. Tendencia de precio FOB 3. Precio FOB promedio.
8	¿Cómo repercute en la empresa la información	Primero en reducción de tiempos en la negociación y ahorro de recursos al momento de importar.

	brindada por el área de importaciones?	
9	¿Qué resultados se espera obtener luego de aplicar el uso de las bases de datos por parte del área de importaciones?	Buscamos satisfacer a nuestro cliente, generando así una buena imagen para que a futuro podamos proveer de servicios a otros países, así como también tener la posibilidad de fabricar los equipos en Perú.
10	Notas adicionales	Jorge menciona que desde que se le brinda esta información sintetizada del producto a importar y las otras variables enfocadas en precios, la negociación fluye más rápido, en un inicio la importación del 2016 que no tuvo precedente alguno de uso de base de datos me tomo 5 días para concretar la negociación por otro lado las ultimas importaciones del 2017 y 2018 me tomaron 2 días para la negociación, gracias a la información brindada por el área de importaciones.

Fuente:

Elaboración: Propia

De la tabla presentada anteriormente, se entiende que Gerencia General busca, luego de recibir la información por parte del área de importaciones con el análisis de las bases de datos, decide la compra de estos productos principalmente en base al factor económico, en donde se busca estar a la par del mercado.

Así mismo, de acuerdo a la información brindada por la compañía, en las bases de datos podemos observar lo siguiente:

Figura n.º 9. Captura de base de datos de importaciones de paneles solares policristalinos de 250Wp importadas al Perú

FECHA	MES	ADUANA	FOB (USD)	FOB (UND)	CANT.	UND	DESCRIPCIÓN MERCANCÍA	PUERTO EMB.	IMPORTADOR	PAIS ORIG
20160329	MARZO	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 43,025.60	\$ 134.88	319.00	U	PANELES SOLARES YINGLI / GA TIANJIN NEW PT	ENTELIN PERU SA	CHINA	CHINA
20160413	ABRIL	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 9,050.26	\$ 150.84	60.00	U	PANELES SOLARES, S/M, S/M I QINGDAO	H & P CONTRATIS	CHINA	CHINA
20160512	MAYO	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 1,237.00	\$ 123.70	10.00	U	PANEL SOLAR,OMICRON,SP-2	NINGBO	IMPORTACIONES	CHINA
20160512	MAYO	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 1,212.26	\$ 121.23	10.00	U	PANEL SOLAR,OMICRON,SP-2	NINGBO	IMPORTACIONES	CHINA
20160608	JUNIO	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 2,332.00	\$ 106.00	22.00	U	PANEL,S/M,S/M, SOLAR 250W	NINGBO	CASA DE LA FOTO	CHINA
20160719	JULIO	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 22,560.00	\$ 117.50	192.00	U	PANEL SOLAR TOPRAY SOLAR` YANTIAN	HUAMAN QUISPE	CHINA	CHINA
20160912	SETIEM	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 2,600.00	\$ 130.00	20.00	U	PANEL SOLAR,SIMAX,SPQ672	NINGBO	PROVIENTO ENER	CHINA
20161019	OCTUBI	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 10,803.03	\$ 120.03	90.00	U	PANEL SOLAR POLYCRISTAL DE YANTIAN	GRUPO MULTIPLE	CHINA	CHINA
20161228	DICIEM	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 2,970.00	\$ 99.00	30.00	U	PANEL SOLAR,OMICRON,SP-	NINGBO	IMPORTACIONES	CHINA

Fuente: Base de datos 2016 de paneles solares de la empresa Gruming Perú S.A.C.

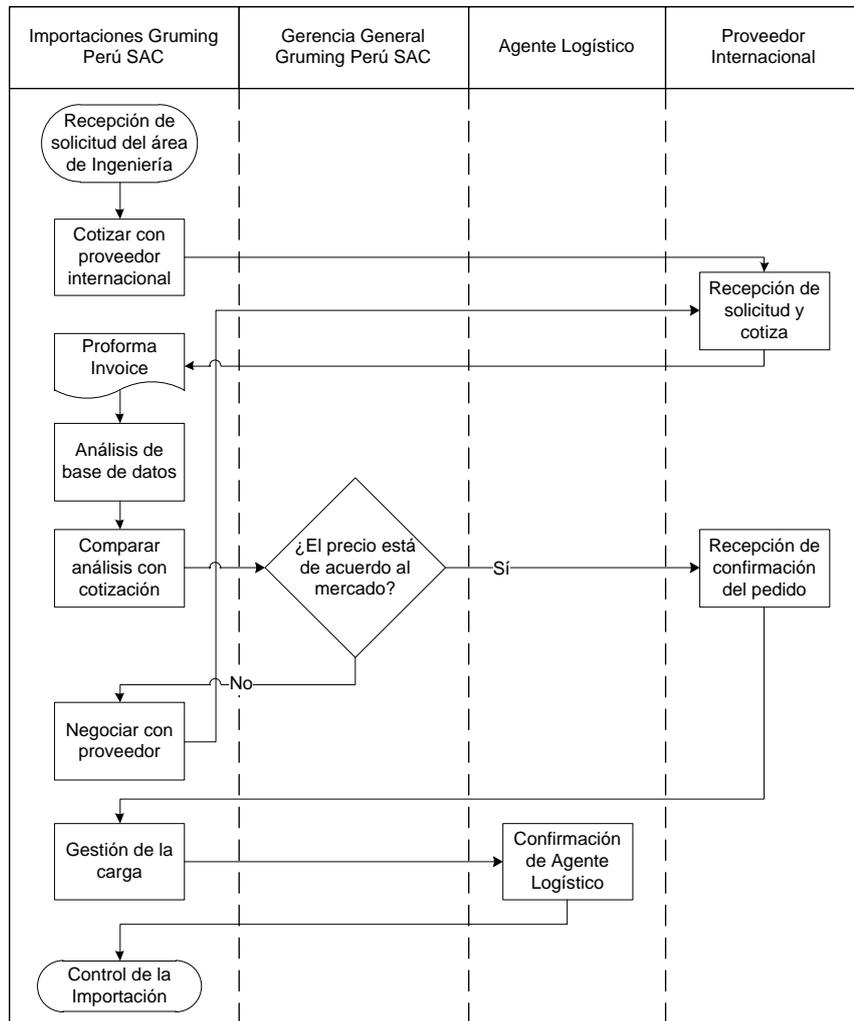
En la figura presentada anteriormente, se puede identificar los criterios de la base de datos en los que la empresa Gruming Perú SAC selecciona, estos son:

- Fecha de numeración, que se encuentra en la columna “FECHA”, el cual tiene el formato “año-mes-día”.
- Mes de numeración, esta información la desarrolla el Gestor de Importaciones, y se obtiene con el dato listado anteriormente. Se encuentra en la columna “MES”.
- Aduana de numeración, que se encuentra en la columna “ADUANA”, con este dato, se puede saber la modalidad de envío de la carga.
- Valor FOB, esta información se encuentra en la columna “FOB (USD)” y es el principal valor para referenciar el precio de mercado.
- Valor FOB Unitario, esta información se encuentra en la columna “FOB (UND)” y es un dato trabajado por el Gestor de Importaciones, producto de dividir el valor FOB con la cantidad importada.
- Cantidad importada, esta información se encuentra en la columna “CANT” y se refiere al número total importado.
- Unidad, se encuentra en la columna “UND” y se refiere al tipo de unidad en el que se mide la cantidad importada, en el caso de la presente base de datos siempre señala a la unidad como medida.
- Descripción de mercancía, se encuentra en la columna con el mismo nombre, dentro de este factor, se pueden identificar características importantes de la mercancía importada, como:
 - Potencia máxima del panel solar, expresado en vatios.
 - Marca del panel solar.
 - Modelo del panel solar.
 - Tipo de panel solar, que puede ser policristalino o monocristalino.
- Puerto de embarque, se encuentra en la columna con el nombre “PUERTO EMB.”, en donde se describe el puerto de origen de donde partió la mercancía.
- Nombre del Importador, se encuentra en la columna “IMPORTADOR”, en donde señala la razón social de la organización que ha realizado la importación de la mercancía.
- País de origen, se encuentra en la columna con el nombre “PAIS ORIGEN”, en donde señala el país de procedencia de la mercancía.

4.3. Identificar el proceso de negociación para la importación de paneles solares de la empresa Gruming Perú S.A.C. entre los años 2016 y 2018

De acuerdo a la información recolectada, el proceso de uso de las bases de datos se realiza de acuerdo a la siguiente figura:

Figura n.º 10. Uso de base de datos en el proceso de Importación en Gruming Perú SAC



Fuente: Entrevista

Elaboración: Propia

De la figura presentada anteriormente, se infiere que las bases de datos, para Gruming Perú S.A.C., son usadas en el proceso de importación, principalmente para compararlas con el precio ofertado por el proveedor internacional, a través del análisis que ejecuta el responsable del área de Importaciones en la empresa. Luego, esta información es verificada y aprobada por Gerencia General; para esta confirmación de compra, prima el factor económico, es decir, el menor costo posible.

4.4. Establecer en qué medida el uso de las bases de datos contribuyó en la negociación de importaciones de paneles solares en la empresa Gruming Perú S.A.C.

Según las bases de datos analizadas por el responsable de Importaciones en Gruming Perú S.A.C., se tuvo en cuenta la siguiente información:

Tabla n.º 15. Información utilizada por el Gestor de Importadores de Gruming Perú S.A.C. sobre la base de datos de importaciones de paneles solares para la negociación

Año (Base de Datos)	FOB Unit. Prom. (USD)	FOB Unit. Min. (USD)	Nro. Marcas importadas	Nro. Importadores
2016	122.57	99.00	4	7
2017	115.83	93.82	8	8

Fuente: Base de datos de Gruming Perú S.A.C.

Elaboración: Gruming Perú S.A.C.

Pese a que en el año 2016 no se usaron bases de datos, la información de dicho año sirvió como apoyo para poder concretar la compra realizada en enero del 2017. En el cuadro presentado anteriormente se puede apreciar que hay una diferencia considerable entre el año 2016 y 2017, considerando que el precio FOB unitario promedio en el 2017 es de USD 115.83, es decir, USD 6.74 menos que el año 2016. Así también, esta tendencia se repite si se analizan los valores FOB unitarios mínimos registrados en los años 2016 y 2017, en donde se evidencia que para el año 2016, este valor mínimo, se abarató en USD 5.18; dicho valor mínimo sirvió como referencia para Gruming Perú S.A.C.

Así mismo, según la información observada, de las tres importaciones de paneles solares de 250Wp realizadas por Gruming Perú S.A.C., se registraron los siguientes datos:

Tabla n.º 16. Datos de las importaciones de paneles solares de 250Wp realizadas por Gruming Perú S.A.C. durante los años 2016 y 2018

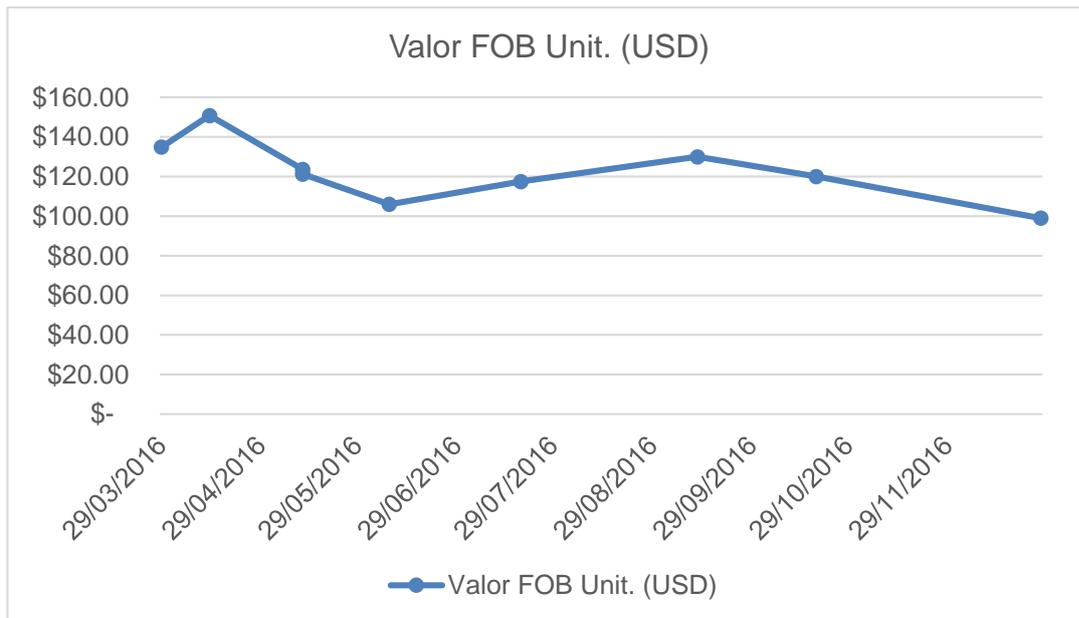
Año	FOB Unit. (USD)	Tiempo de negociación (días)	Uso de base de datos
2016	120.03	5.00	No
2017	95.28	2.00	Sí
2018	92.50	2.00	Sí

Fuente: Entrevista

Elaboración: Gruming Perú S.A.C.

Del mismo modo, el Gestor de Importaciones de Gruming Perú S.A.C. menciona que se analiza tendencias sobre el precio FOB de paneles solares sobre la base de datos, esto se muestra en la siguiente figura:

Figura n.º 11. Tendencia de valor FOB Unitario (USD) de paneles solares de 250Wp durante el año 2016



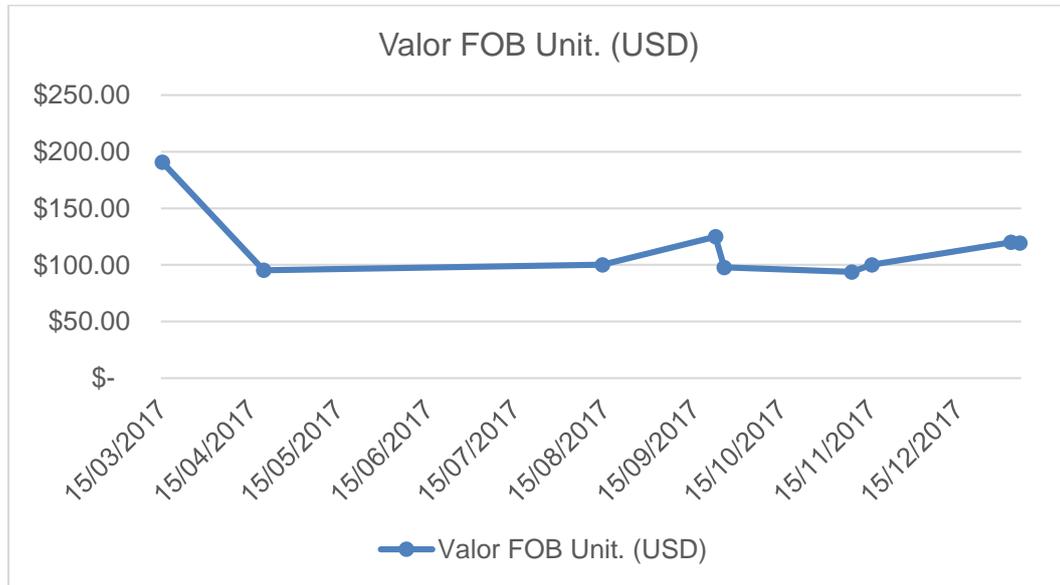
Fuente: Base de datos de Gruming Perú S.A.C.

Elaboración: Gruming Perú S.A.C.

En la figura presentada anteriormente, se muestra la tendencia del valor FOB unitario (USD) durante el año 2016, esta información se utilizó para la negociación de la importación registrada en el año 2017. En dicha figura se evidencia una caída del precio FOB unitario (USD) en los últimos meses del año 2016, a partir del mes de julio.

Así también, en la siguiente figura, se muestra la tendencia del valor FOB unitario (USD) durante el año 2017:

Figura n.º 12. Tendencia de valor FOB Unitario (USD) de paneles solares de 250Wp durante el año 2017 y comienzos del año 2018



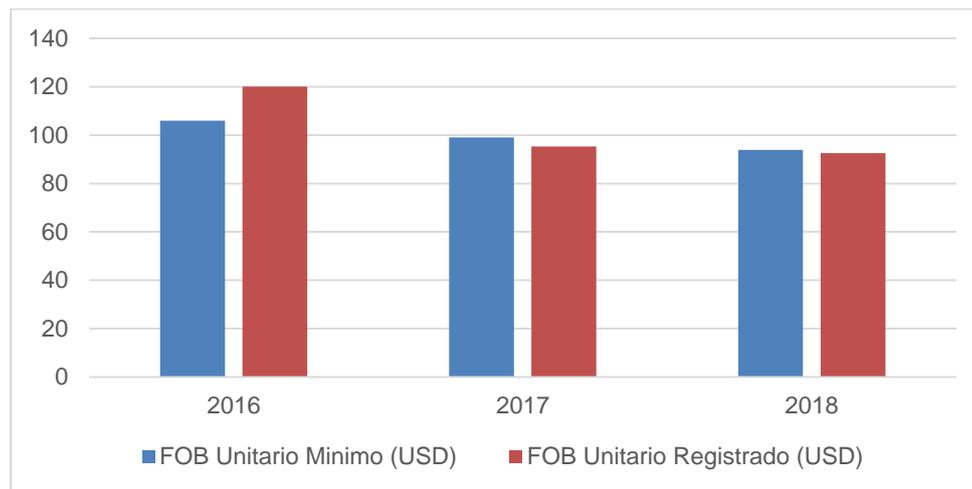
Fuente: Base de datos de Gruming Perú S.A.C.

Elaboración: Gruming Perú S.A.C.

En la figura anterior, se puede observar que la tendencia del valor FOB unitario de paneles solares que presenta picos altos de valor al comienzo de los años 2017 y 2018, así como a mediados del año 2017.

Luego, para para poder evidenciar la contribución del uso de las bases de datos en la negociación de las importaciones de paneles solares, se cruzan los datos de valor unitario FOB mínimo, con el valor FOB registrado por Gruming Perú S.A.C., teniendo así:

Figura n.º 13. Contribución del uso de bases de datos en la negociación de importaciones de paneles solares entre los años 2016 y 2018



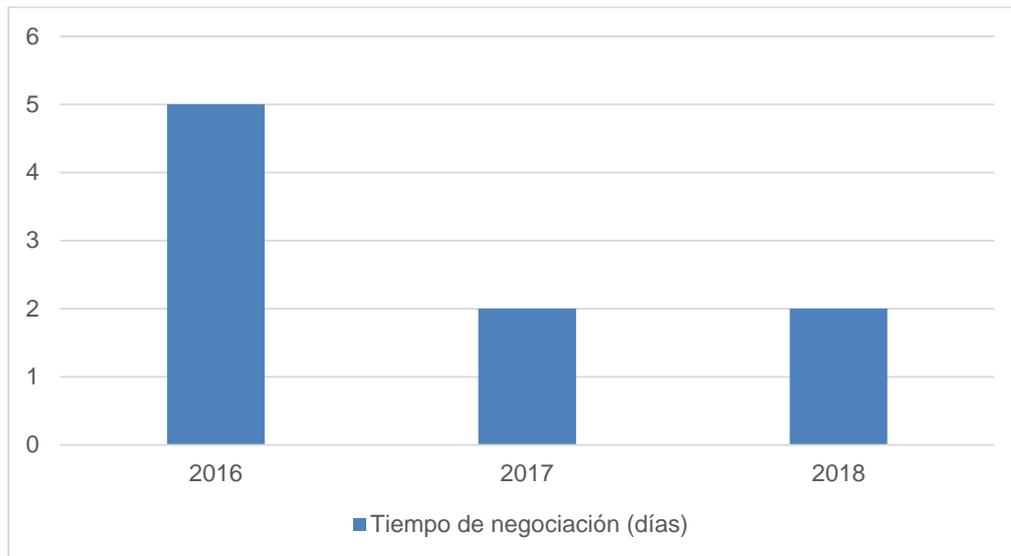
Fuente: Base de datos de Gruming Perú S.A.C.

Elaboración: Propia

En la figura presentada anteriormente, se demuestra que, durante en la importación registrada por Gruming Perú S.A.C. de paneles solares de 250Wp en el año 2016, el precio resultó muy elevado a comparación del precio mínimo próximo a su fecha de compra; caso contrario al de la importación registrada en el año 2017, año en el que se comenzó a utilizar la base de datos de SUNAT para reforzar las negociaciones con las compañías proveedoras de paneles solares, en dicho año, se puede observar que la diferencia entre el valor FOB mínimo y el valor FOB de compra es de USD 3.72, que significa un 3.75% menos que el precio de mercado. Para el año 2018, se puede observar el mismo patrón, en donde la diferencia del valor FOB mínimo y el valor FOB de compra es de USD 1.32, que significa un 1.41% menos que el precio de mercado.

Por último, según lo expuesto por el Gerente General de Gruming Perú S.A.C., existe una diferencia en el tiempo de negociación invertido en los años 2016, 2017 y 2018, expresado en la siguiente figura:

Figura n.º 14. Tiempo invertido en la negociación de importación de paneles solares durante los años 2016,2017 y 2018 en la empresa Gruming Perú S.A.C.



Fuente: Entrevista

Elaboración: Propia

En la figura presentada anteriormente, se muestra la variación del tiempo invertido en la negociación de importación de paneles solares entre los años 2016 y 2018, antes de usar las bases de datos, es decir, en el año 2016, la negociación se dilataba hasta en 5 días, pero, en los años siguientes, usando las bases de datos, se ha reducido el tiempo a 2 días de negociación, lo que significa un 60% menos de tiempo invertido en dicho proceso.

CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo como propósito determinar de qué manera el uso base de datos contribuye en la negociación de importaciones de paneles solares entre los años 2016 al 2018 de la empresa Gruming Perú S.A.C. Lima – Trujillo 2018.

Los resultados de la presente investigación, fueron obtenidos de entrevistas realizadas hacia el encargado directo del área de importaciones de la empresa Gruming Perú SAC quien tiene el cargo de Gestor de importaciones y al Gerente General de la empresa quien es el responsable de la negociación y toma de decisión final de la compra, así mismo se realizó una observación documentaria de todas las importaciones relacionadas a paneles solares realizadas por la empresa Gruming Perú SAC entre los años 2016 y 2018; y revisión de las bases de datos analizadas por parte del encargo del área de importaciones previo a la presentación de resultados de su análisis. La técnica de observación empleada permitió realizar un análisis objetivo y preciso validando de esta manera los resultados obtenidos.

A continuación, se estará discutiendo los principales hallazgos de este estudio.

5.1. Objetivo 1: Determinar la mejor fuente para la obtención de base de datos que se adecua al proceso de importaciones de Gruming Perú S.A.C.

Según lo expuesto por Lazo y Jara (2010), para poder aplicar inteligencia comercial es necesario brindar acceso a las tecnologías de investigación de entes especializados a los usuarios, esto se puede corroborar con lo expuesto por el gestor de importaciones de Gruming Perú S.A.C. quien prioriza 5 factores al momento de decidir sobre su fuente de información a emplear para obtener la base de datos, dentro de estas se pueden identificar: Que sea actualizada, que brinde detalle de información, que sea de acceso público, que tenga un tiempo de repuesta rápido, y que la interfaz de la fuente sea intuitiva.

5.2. Objetivo 2: Identificar los criterios de la base de datos que la empresa Gruming Perú S.A.C. utiliza en la negociación de importación de paneles solares entre los años 2016 y 2018.

Según Domínguez Castañeda (2014), menciona que para poder tener una decisión de compra ante un proveedor internacional, se deben tener en cuenta cinco factores principales, los cuales son: presentación de la cotización, calidad de producto, cumplimiento de los plazos de entrega, seriedad de la empresa y el precio; de acuerdo a la investigación realizada, haciendo un cruce de información con las bases de datos que utilizo Gruming Perú S.A.C. para la importación de paneles solares, se puede encontrar dos factores determinantes, el precio especificado en valor FOB, y la calidad del producto detallado en la descripción del producto. Además, Barrantes y Peña (2018), reafirman dos criterios al momento de elegir un

proveedor internacional, los cuales son costo y calidad del producto, presentes en el análisis de base de datos para la negociación previo a la importación de paneles solares.

5.3. Objetivo 3: Identificar el proceso de negociación para la importación de paneles solares de la empresa Gruming Perú S.A.C. entre los años 2016 y 2018.

Según Rodríguez Martínez (2011) expone que toda información obtenida carece de valor siempre y cuando no se integre con la información de los colaboradores de una organización quienes generarán un nuevo conocimiento útil para esta. De acuerdo a la investigación realizada, al estructurar los procesos de negociación para la importación de paneles solares de la empresa Gruming Perú S.A.C. permitirá identificar aquellas áreas involucradas que requieran integrar dicha información para tomar la mejor decisión y de esta manera se encamine a la estrategia de la empresa.

Esto se puede reforzar con lo mencionado por Arévalo (2017), quien señala la importancia de la capacitación del personal a cargo de la negociación con proveedores.

5.4. Objetivo 4: Establecer en qué medida el uso de las bases de datos contribuyó en la negociación de importaciones de paneles solares en la empresa Gruming Perú S.A.C.

Para Rojas (2016), todas las organizaciones requieren contar con información verídica y actualizada que le permita conocer distintos entornos acertadamente, así mismo para realizar las actividades comprendidas en los negocios internacionales (Importación o Exportación), tanto la investigación de mercados internacionales como la inteligencia comercial deben contar con un monitoreo constante, apoyándose en herramientas tecnológicas como lo son los (sistemas de administración de base de datos), así como con un equipo de especialista que apoyen en el monitoreo constante de estos, por último recalca que el manejo de información ofrece poder de negociación frente a la contraparte. Los resultados obtenidos en esta investigación revelan una contribución de parte del uso de bases de datos en la negociación de importaciones de paneles solares dentro de la organización Gruming Peru S.A.C. por qué la persona encargada de este proceso considero aspectos relevantes como precio FOB unitario promedio, FOB unitario mínimo, el Nro. De marcas importadas, el Nro. De importadores y por último tendencias de precio FOB.

Llamazares (2015) revela ciertas características que se deben tener en cuenta para lograr obtener los resultados deseados en una negociación internacional y los menciona en el siguiente orden:

Desarrollarse mediante un proceso por etapas, intercambio múltiple, Interdependencia, Predisposición para llegar a un acuerdo y ser creativo para aportar nuevos recursos que incrementen el valor de lo negociable. Los resultados de la Tesis muestran la presencia de varias de estas características de una negociación efectiva.

CONCLUSIONES

El uso de base de datos contribuye positivamente en la negociación de importaciones de paneles solares de la empresa Gruming Perú S.A.C. entre los años 2016 y 2018, gracias a la información obtenida y a la presentación sintetizada de la misma al área de gerencia, donde se toma la decisión de compra analizando diversos factores para la negociación con el proveedor, por lo tanto, se confirma la hipótesis (H_1) planteada.

Objetivo 1: Determinar la mejor fuente para la obtención de base de datos que se adecua al proceso de importaciones de Gruming Perú S.A.C.

Se determinó que la mejor fuente de información para la obtención de una base de datos completa y actualizada es Aduanet (SUNAT) según información obtenida por parte del Gestor de Importaciones en la entrevista realizada, comentando los factores a considerar relevantes para la empresa, esta información se ratificó a través del método cualitativo de puntos donde se comparó una fuente nacional y una fuente internacional dando como ganador la fuente nacional Aduanet (SUNAT).

Objetivo 2: Identificar los criterios de la base de datos que la empresa Gruming Perú S.A.C. utiliza en la negociación de importación de paneles solares entre los años 2016 y 2018.

Se identificaron once criterios que son utilizados en la base de datos para su análisis y obtención de información relevante por parte de la empresa Gruming Perú S.A.C al momento de negociar las importaciones de paneles solares al Perú entre los años 2016 y 2018, esta información fue obtenida de la entrevista al gestor de importaciones.

Objetivo 3: Identificar el proceso de negociación para la importación de paneles solares de la empresa Gruming Perú S.A.C. entre los años 2016 y 2018.

Se identificó un proceso de siete pasos para negociar la importación de paneles solares de la empresa Gruming Peru S.A.C entre los años 2016 y 2018, estos procesos inician con la recepción de un pedido por parte del área de ingeniería y culmina con la aprobación de compra del Gerente general, esta información fue obtenida del gestor de importaciones de la entrevista realizada.

Objetivo 4: Establecer en qué medida el uso de las bases de datos contribuyó en la negociación de importaciones de paneles solares en la empresa Gruming Perú S.A.C.

Se estableció que el uso de base de datos contribuye en la negociación de importaciones de paneles solares de la empresa Gruming Peru S.A.C. reduciendo el tiempo de negociación de 5 a 2 días

comparando al año 2016 con los años 2017 y 2018, según nos informa el Gerente General de la empresa en la entrevista realizada a su persona. Así también podemos inferir que tiene relación la rápida negociación con el conocimiento del precio FOB de compra del producto y su comparativo con el precio FOB mínimo de mercado.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a la empresa Gruming Perú S.A.C. alternativas de fuentes secundarias para la obtención de nuevas bases de datos que puedan sumar a la hora de negociar frente a proveedores internacionales, poniendo como referencia TradeMap de ITC, a pesar de que esta fuente no se acople a la realidad actual de la compañía, puede aportar valor a futuro.

Se recomienda a la empresa Gruming Perú S.A.C. ampliar los criterios de las bases de datos utilizadas en las negociaciones con sus proveedores internacionales, generando a su vez un registro del aporte de estos a la compañía, como por ejemplo el factor tiempo de entrega del producto, así como el factor estado del producto para complementar el factor precio que actualmente es el más relevante dentro de la empresa.

Se recomienda a las áreas que están involucradas en el proceso de negociación con proveedores internacionales de la empresa Gruming Perú S.A.C., que estandaricen el proceso y lo integren con el personal a cargo a fin de omitir fases por consiguiente reducir riesgos en la negociación.

Se recomienda a la empresa Gruming Perú S.A.C. que aplique el mismo proceso de uso de base de datos para mejorar las condiciones de negociación de otros productos de origen internacional, de tal manera que puedan obtener el mayor beneficio posible, y del mismo modo, se encuentren preparados para negociar con los proveedores.

Así también, se recomienda al área de Importaciones en Gruming Perú S.A.C., establecer continuidad en la recolección de base de datos, fijando fechas objetivo y no esperar a la necesidad de contar con la información para que en ese instante se descargue la data y trabaje.

Además, se recomienda a los futuros investigadores del tema, aplicar la presente investigación en distintas organizaciones que posean el mismo proceso de negociación, a fin de validar la importancia del uso de la base de datos como herramienta de inteligencia comercial.

REFERENCIAS

- Andina. (25 de Octubre de 2018). <https://www.andina.pe/>. Recuperado el 13 de Noviembre de 2018, de <https://andina.pe/agencia/noticia-mem-instala-panel-solar-su-sede-para-ayudar-a-conservar-medio-ambiente-729759.aspx>
- Andrade, A. M. (Julio de 2013). Costos de Importación. *Contadores y Empresas*, 3. Recuperado el 6 de Noviembre de 2018, de <http://hdl.handle.net/10757/605918>
- Arévalo, R. (2017). *Gestión de compras en la empresa Industrias Metálicas EL RAFA E.I.R.L.* Lima: Universidad César Vallejo.
- Barrantes, P., & Peña, K. (2018). *Modelo de inteligencia comercial para la selección de proveedores chinos de material quirúrgico para empresas veterinarias de la ciudad de Trujillo, 2018.* Trujillo: Universidad Privada del Norte.
- Cabrera, A. (2011). *Transporte internacional de mercancías.* Madrid: ICEX.
- Cabrera, A. (2013). *Las reglas Incoterms® 2010: manual para usarlas con eficacia.* Barcelona: Marge Books.
- Domínguez Castañeda, S. (2014). *Estrategias del área Logística Internacional y su influencia en los costos totales de importación de la empresa Eurotubo SAC de la ciudad de Trujillo, 2014.* Trujillo: Universidad Privada del Norte.
- Duarte, F. (2008). *Fundamentos de comercio internacional : un enfoque empresarial.* Lima: CEPREDIM UNMSM.
- El Comercio. (25 de Octubre de 2018). <https://www.elcomercio.pe>. Recuperado el 15 de Noviembre de 2018, de <https://elcomercio.pe/economia/peru/impactarian-brexit-guerra-comercial-peru-noticia-570541>
- El Economista. (27 de Agosto de 2018). <https://www.eleconomista.com.mx>. Recuperado el 16 de Noviembre de 2018, de <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Diversificar-exportaciones-usando-modelos-de-inteligencia-comercial-20180827-0142.html>
- Escudero, J. (2014). *Logística de almacenamiento.* Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Fernández Barrera, M. (2010). *Energía solar: Electricidad Fotovoltaica.* Madrid: Liberfactory.
- Fernández-Baca, J. (2004). *Dinero, banca y mercados financieros.* Lima: Universidad del Pacífico.
- Gestión. (21 de Marzo de 2014). <https://www.gestion.pe>. Recuperado el 15 de Noviembre de 2018, de <https://gestion.pe/economia/empresas-peruanas-deben-buscar-oportunidades-exportaciones-intangible-7188?ref=gesr>
- Hernández Muñoz, L. (2003). *Los Riesgos y su Cobertura en el Comercio Internacional.* Madrid: Fundación Confemetal.

- Hornngren, C., Datar, S., & Rajan, M. (2012). *Contabilidad de costos: Un enfoque gerencial*. Ciudad de México: Pearson Educación.
- Lazo, M., & Jara, E. (2010). *La Importancia de la inteligencia comercial: Caso practico exportaciones ecuatorianas*. Cuenca: Universidad del Azuay.
- Levine, D., Krehbiel, T., & Berenson, M. (2014). *Estadística para administración*. Ciudad de México: Pearson Educación.
- Llamazares, O. (2015). *Negociación Internacional*. Madrid: Global Marketing Strategies, S.L.
- Lozada Rivera, A. (5 de Diciembre de 2018). *CICIA*. Obtenido de http://cicia.uprrp.edu/publicaciones/Papers/04-05/Negociacion_Internacional.pdf
- Méndez Muñiz, J. M., & Cuervo, R. (2007). *Energía Solar Fotovoltaica*. Madrid: Fundación Confemetal.
- Méxicoexport. (01 de 01 de 2016). *Méxicoexport*. Recuperado el 22 de 11 de 2018, de www.mexicoexport.com: <http://mexicoexport.com/el-comercio-exterior-de-latam-crecera-en-2018/>
- Riquelme, J., Ruiz, R., & Gilbert, K. (2016). Minería de datos:Concepto y Tendencias. *Revista Iberoamerica de Inteligencia Artificial*, 11-18.
- Rodríguez Martínez, J. (2011). Inteligencia comercial y el diseño de productos: a partir de estrategias y fuentes de información. *Ide@s CONCYTEG*, 804-826.
- Rojas, K. (2016). *Inteligencia comercial*. Lima: MACRO.
- RPP Noticias. (08 de Noviembre de 2018). <https://www.rpp.pe>. Recuperado el 13 de Noviembre de 2018, de <https://rpp.pe/peru/la-libertad/instalan-mas-de-1300-paneles-solares-en-la-libertad-noticia-1161962>
- Soler, D. (2008). *Diccionario de logística*. Barcelona: Marge Books.
- Soler, D. (2014). *Guía práctica de las reglas Incoterms 2010: derechos y obligaciones sobre las mercancías en el comercio internacional*. Barcelona: Marge Books.
- SUNAT. (27 de Junio de 2008). *Superintendencia Nacional de Administración Tributaria*. Recuperado el 9 de Noviembre de 2018, de www.sunat.gob.pe
- SUNAT. (2016). <http://www.sunat.gob.pe>. Recuperado el 11 de Noviembre de 2018, de <http://www.sunat.gob.pe/institucional/quienessomos/index.html>
- SUNAT. (2017). <http://www.sunat.gob.pe>. Recuperado el 11 de Noviembre de 2018, de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/aranceles/Aranceles.html>

Topray Solar. (01 de Enero de 2016). *Topray Solar*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2018, de http://www.topraysolar.com/index/FrontColumns_navigation01-1472801440981FirstColumnId=1.html

Véliz, C. (2011). *Estadística para la administración y los negocios*. Ciudad de México: Pearson Educación.

Zapata, A. (2009). *Negociación Arte empresarial*. Bogota: Ecoe Ediciones.

ANEXOS

Anexo N°01

VALIDACIÓN DE ENTREVISTAS

(En las validaciones presentadas, no se encontraba definido el título de la tesis, luego se cambió)



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo *Alan García Jutti*, identificado con DNI N° *41559787*
, GRADO Y/O ESPECIALIDAD: *Economía - Comercio Internacional*

A través de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento de recolección de datos: Entrevista elaborada por Yordi Emmanuel Cubas Ponte y Piero Elí Linares Calderón para su aplicación a la muestra seleccionada en la investigación: **Uso de bases de datos como herramienta de inteligencia comercial para mejorar los costos de importación de paneles solares en la empresa Gruming Perú S.A.C. entre los años 2017 y 2018 que se encuentran realizando.**

Al realizar la revisión correspondiente, se les informa los bachilleres que el instrumento, tiene coherencia, pertinencia con la investigación.

Trujillo, *21/11* del 201*8*



DNI: *41559787*

**FICHA DE EVALUACIÓN DE: ENTREVISTA DIRIGIDA AL GESTOR DE
IMPORTACIONES**

AUTORES:

- Cubas Ponte, Yordi Emmanuel
- Linares Calderón, Piero Eli

TÍTULO:

- **Uso de bases de datos como herramienta de inteligencia comercial para mejorar los costos de importación de paneles solares en la empresa Gruming Perú S.A.C. entre los años 2017 y 2018**

VALORACIÓN:

- Se debe evaluar la Redacción, contenido, Pertinencia con los objetivos y Operacionalización de Variables; utilizando la siguiente escala:

A= Excelente (16 - 20) / B= Bueno (11 - 15) / C= Mejorar (06 - 10) /
D= Cambiar (01 - 05) / E= Eliminar (0)

N°	ITEMS					OBSERVACION
	VALORACION					
	A	B	C	D	E	
01		X				
02		X				
03		X				
04		X				
05		X				
06		X				
07		X				

UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE						
08			X			
09		X				
10			X			
11		X				
12		X				

Evaluado por:



FIRMA

DNI: 41559787

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo *Alan García Jutti*, identificado con DNI N° *41559787*
, GRADO Y/O ESPECIALIDAD:*Economista - Comercio Internacional*

A través de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento de recolección de datos: Entrevista elaborada por Yordi Emmanuel Cubas Ponte y Piero Elí Linares Calderón para su aplicación a la muestra seleccionada en la investigación: **Uso de bases de datos como herramienta de inteligencia comercial para mejorar los costos de importación de paneles solares en la empresa Gruming Perú S.A.C. entre los años 2017 y 2018** que se encuentran realizando.

Al realizar la revisión correspondiente, se les informa los bachilleres que el instrumento, tiene coherencia, pertinencia con la investigación.

Trujillo, *28/11* del 201*8*


DNI: *41559787*

FICHA DE EVALUACIÓN DE: ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE GENERAL

AUTORES:

- Cubas Ponte, Yordí Emmanuel
- Linares Calderón, Piero Elí

TÍTULO:

- **Uso de bases de datos como herramienta de inteligencia comercial para mejorar los costos de importación de paneles solares en la empresa Gruming Perú S.A.C. entre los años 2017 y 2018**

VALORACIÓN:

- Se debe evaluar la Redacción, contenido, Pertinencia con los objetivos y Operacionalización de Variables; utilizando la siguiente escala:

A= Excelente (16 - 20) / B= Bueno (11 - 15) / C= Mejorar (06 - 10) /
D= Cambiar (01 - 05) / E= Eliminar (0)

ITEMS						OBSERVACION
N°	VALORACION					
	A	B	C	D	E	
01		X				
02		X				
03		X				
04			X			
05		X				
06		X				
07			X			
08		X				

 UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE	09	X					
---	----	---	--	--	--	--	--

Evaluado por:


FIRMA

DNI: 41559787

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Vicior Cuadramini, identificado con DNI N° 17288615
, GRADO Y/O ESPECIALIDAD: Mg. INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA UNIVERSITARIA

A través de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento de recolección de datos: Entrevista elaborada por Yordi Emmanuel Cubas Ponte y Piero Elí Linares Calderón para su aplicación a la muestra seleccionada en la investigación: **Uso de bases de datos como herramienta de inteligencia comercial para mejorar los costos de importación de paneles solares en la empresa Gruming Perú S.A.C. entre los años 2017 y 2018** que se encuentran realizando.

Al realizar la revisión correspondiente, se les informa los bachilleres que el instrumento, tiene coherencia, pertinencia con la investigación.

Trujillo, 28/11 del 2018



DNI: 17288615

FICHA DE EVALUACIÓN DE: ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE GENERAL

AUTORES:

- Cubas Ponte, Yordi Emmanuel
- Linares Calderón, Piero Eli

TÍTULO:

- **Uso de bases de datos como herramienta de inteligencia comercial para mejorar los costos de Importación de paneles solares en la empresa Gruming Perú S.A.C. entre los años 2017 y 2018**

VALORACIÓN:

- Se debe evaluar la Redacción, contenido, Pertinencia con los objetivos y Operacionalización de Variables; utilizando la siguiente escala:

A= Excelente (16 - 20) / B= Bueno (11 - 15) / C= Mejorar (06 - 10) /
D= Cambiar (01 - 05) / E= Eliminar (0)

ITEMS						OBSERVACION
N°	VALORACION					
	A	B	C	D	E	
01		X				
02		X				
03		X				
04		X				
05		X				
06		X				
07		X				
08		X				

 UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE						
08						
		X				
09						
		X				
10						
		X				
11						
		X				
12						
		X				

Evaluated by: VICTOR GUANAJINSA



FIRMA

DNI: 7088615

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo VICTOR CUADRA JINUSÓZ, identificado con DNI N° 17088615
, GRADO Y/O ESPECIALIDAD: Mg. INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA UNIVERSITARIA

A través de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento de recolección de datos: Entrevista elaborada por Yordi Emmanuel Cubas Ponte y Piero Elí Linares Calderón para su aplicación a la muestra seleccionada en la investigación: **Uso de bases de datos como herramienta de inteligencia comercial para mejorar los costos de importación de paneles solares en la empresa Gruming Perú S.A.C. entre los años 2017 y 2018** que se encuentran realizando.

Al realizar la revisión correspondiente, se les informa los bachilleres que el instrumento, tiene coherencia, pertinencia con la investigación.

Trujillo, 28 del 2018



DNI: 17088615

**FICHA DE EVALUACIÓN DE: ENTREVISTA DIRIGIDA AL GESTOR DE
IMPORTACIONES**

AUTORES:

- Cubas Ponte, Yordi Emmanuel
- Linares Calderón, Piero Eli

TÍTULO:

- **Uso de bases de datos como herramienta de inteligencia comercial para mejorar los costos de importación de paneles solares en la empresa Gruming Perú S.A.C. entre los años 2017 y 2018**

VALORACIÓN:

- Se debe evaluar la Redacción, contenido, Pertinencia con los objetivos y Operacionalización de Variables; utilizando la siguiente escala:

A= Excelente (16 - 20) / B= Bueno (11 - 15) / C= Mejorar (06 - 10) /
D= Cambiar (01 - 05) / E= Eliminar (0)

ITEMS						OBSERVACION
N°	VALORACION					
	A	B	C	D	E	
01		X				
02		X				
03		X				
04		X				
05		X				
06		X				
07		X				

N UNIVERSIDAD
PRIVADA DEL NORTE

09		X				
----	--	---	--	--	--	--

Evaluado por: VICTOR CUADRA JIMÉNEZ


FIRMA

DNI: 7088615



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo JOSE R. HUAMAN TUESTA, identificado con DNI N° 17814526
, GRADO Y/O ESPECIALIDAD: MAESTRO EN IAU. Y DOC. UNIVERSITARIA

A través de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento de recolección de datos: Entrevista elaborada por Yordi Emmanuel Cubas Ponte y Piero Elí Linares Calderón para su aplicación a la muestra seleccionada en la investigación: **Uso de bases de datos como herramienta de inteligencia comercial para mejorar los costos de importación de paneles solares en la empresa Gruming Perú S.A.C. entre los años 2017 y 2018** que se encuentran realizando.

Al realizar la revisión correspondiente, se les informa los bachilleres que el instrumento, tiene coherencia, pertinencia con la investigación.

Trujillo, 28/11 del 2018


DNI: 17814526

FICHA DE EVALUACIÓN DE: ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE GENERAL

AUTORES:

- Cubas Ponte, Yordi Emmanuel
- Linares Calderón, Piero Elí

TÍTULO:

- **Uso de bases de datos como herramienta de inteligencia comercial para mejorar los costos de importación de paneles solares en la empresa Gruming Perú S.A.C. entre los años 2017 y 2018**

VALORACIÓN:

- Se debe evaluar la Redacción, contenido, Pertinencia con los objetivos y Operacionalización de Variables; utilizando la siguiente escala:

A= Excelente (16 - 20) / B= Bueno (11 - 15) / C= Mejorar (06 - 10) /
D= Cambiar (01 - 05) / E= Eliminar (0)

N°	ITEMS					OBSERVACION
	VALORACION					
	A	B	C	D	E	
01		X				
02		X				
03	X					
04	X					
05		X				
06	X					
07		X				
08		X				

N UNIVERSIDAD
PRIVADA DEL NORTE

08	X				
09	X				
10		X			
11		X			
12		X			

Evaluado por: JOSE R. HUAMAN FUESTA


FIRMA

DNI: 17814526

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo JOSE R. HUAMAN TUESTA, identificado con DNI N° 17814526
, GRADO Y/O ESPECIALIDAD: MAESTRO EN INV. Y DOCENCIA UNIVERSITARIA

A través de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento de recolección de datos: Entrevista elaborada por Yordí Emmanuel Cubas Ponte y Piero Elí Linares Calderón para su aplicación a la muestra seleccionada en la investigación: **Uso de bases de datos como herramienta de inteligencia comercial para mejorar los costos de importación de paneles solares en la empresa Gruming Perú S.A.C. entre los años 2017 y 2018** que se encuentran realizando.

Al realizar la revisión correspondiente, se les informa los bachilleres que el instrumento, tiene coherencia, pertinencia con la investigación.

Trujillo 25/11 del 201


DNI: 17814526

FICHA DE EVALUACIÓN DE: ENTREVISTA DIRIGIDA AL GESTOR DE
IMPORTACIONES

AUTORES:

- Cubas Ponte, Yordi Emmanuel
- Linares Calderón, Piero Eli

TÍTULO:

- Uso de bases de datos como herramienta de inteligencia comercial para mejorar los costos de importación de paneles solares en la empresa Gruming Perú S.A.C. entre los años 2017 y 2018

VALORACIÓN:

- Se debe evaluar la Redacción, contenido, Pertinencia con los objetivos y Operacionalización de Variables; utilizando la siguiente escala:

A= Excelente (16 - 20) / B= Bueno (11 - 15) / C= Mejorar (06 - 10) /
D= Cambiar (01 - 05) / E= Eliminar (0)

ITEMS						OBSERVACION
N°	VALORACION					
	A	B	C	D	E	
01		X				
02		X				
03		X				
04	X					
05	X					
06		X				
07		X				

N UNIVERSIDAD
PRIVADA DEL NORTE

09	X					
----	---	--	--	--	--	--

Evaluado por: JOSE R. HUAMAN T.


FIRMA

DNI: 17814526

OBSERVACION: *ES RECOMENDABLE INDAGAR SI CONOCE QUE
H.I.C. UTILIZAN EN LA EMPRESA*

Anexo N°02

ENTREVISTA A GERENTE GENERAL DE GRUMING PERU S.A.C.

ENTREVISTA INDIVIDUAL DIRIGIDA

Detalles de la entrevista

Nombre de la empresa: GRUMING PERU SAC Fecha: 01/12/18 Hora: 12:30
 Entrevistadores: YORDI EMMANUEL CUBAS PONTE
PIERO ELI LINARES CALDERÓN
 Entrevistado: JORGE ANTONIO ALVA VASQUEZ DNI Entrevistado: 17930640
 Cargo del entrevistado: GERENTE GENERAL

Preguntas y notas de la entrevista

Pregunta N°1: ¿Cuál es la experiencia de Gruming Perú en materia de Importaciones?

Notas: 10 años

Pregunta N°2: ¿Cuándo decidió importar paneles solares?

Notas: Cuando nuestro cliente telefoniamos, nos enviando algunos trabajos de mantenimiento e instalaciones de Huawei, en ese momento vimos una posibilidad de nosotros proveer el servicio actual que realizaba Huawei.

Pregunta N°3: ¿En qué momento la empresa decidió implementar el área de Importaciones?

Notas: Justo a inicio del 2017 fecha que tenemos que abastecernos de equipos de energía.

Pregunta N°4: ¿Qué tipos de paneles solares importan? ¿Por qué ese tipo de paneles solares?

Notas: Los paneles importados son los de 250 Watts de policristalino, porque son los que solicita nuestro cliente y a la vez es el mas comercial.

Pregunta N°5: ¿Cuántas son las importaciones de paneles solares de 250Wp realizadas dentro de los últimos 3 años?

Notas: Se realiza una importación por año de ese producto

Pregunta N°6: ¿Qué indicadores económicos analiza del informe presentado por el área de Importaciones previo a la decisión de importar de paneles solares?

Notas: De todos los indicadores o variables que me brinda mi gestor de importaciones, me centro básicamente en el Precio FOB unitario promedio, así como el FOB unitario mínimo y tendencia de Precio FOB.

Pregunta N°7: ¿Cuál sería el orden de prioridad de los indicadores antes mencionados?

Notas: 1 - FOB mínimo
2 - Tendencias de Precio FOB
3 - Precio FOB unitario promedio

Pregunta N°8: ¿Cómo repercute en la empresa la información brindada por el área de importaciones?

Notas: Primero en reducción de tiempos en la negociación y ahorro de recursos al momento de importar.

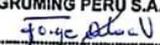
Pregunta N°9: ¿Qué resultados se espera obtener luego de aplicar el uso de las bases de datos por parte del área de Importaciones?

Notas: Queremos satisfacer a nuestro cliente, generando así una buena imagen para que a futuro podamos proveer de servicios a otros países, así como también tener la posibilidad de fabricar los equipos en Perú.

Notas adicionales

- ⊕ GERENCIA CONOCE SOBRE EL USO DE LAS BASES DE DATOS.
- ⊕ JORGE también menciona que desde que se le brinda esta información sintetizada del producto a importar y las otras variables enfocadas en precios, la negociación fluye más rápido a inicios en el 2016 demoraba 5 días la negociación hoy por hoy en el 2017 y 2018 me toma 2 días para negociar gracias a la información brindada por el wca de importaciones.

GRUMING PERU S.A.C.


Jorge A. Alva Vásquez
Firma del Entrevistado

DNI: 17930640

Anexo N°03

ENTREVISTA A GESTOR DE IMPORACIONES DE GRUMING PERÚ S.A.C.

ENTREVISTA INDIVIDUAL DIRIGIDA

Detalles de la entrevista

Nombre de la empresa: GRUMING PERU SAC Fecha: 01/12/18 Hora: 13:00
 Entrevistadores: YORDI EMMANUEL CUBAS PONTE
PIERO ELI LINARES CALDERÓN
 Entrevistado: BRYAN ANGEL MOSTACERO GUAYAN DNI Entrevistado: 48130374
 Cargo del entrevistado: GESTOR DE IMPORTACIONES

Preguntas y notas de la entrevista

Pregunta N°1: ¿Cuántos años de experiencia tienes realizando importaciones?

Notas: 1 año y 11 meses

Pregunta N°2: ¿Hace cuánto tiempo labora dentro de área de Importaciones en Gruming Perú SAC?

Notas: 1 año y 11 meses

Pregunta N°3: ¿Cuáles son los productos que Gruming Perú SAC importa? Y ¿Cuál es la finalidad?

Notas: Productos relacionados con telecomunicaciones
Sistema de energía: paneles, rectificadores y baterías.
Brindar un servicio integral

Pregunta N°4: ¿Qué tipos de paneles solares importan? ¿Por qué ese tipo de paneles solares?

Notas: Paneles policristalinos de 250 watts, ^{por que} es el panel
que solicita el cliente y a su vez uno de los
mas comerciales.

Pregunta N°5: ¿Cuántas son las importaciones de paneles solares de 250Wp realizadas dentro de los últimos 3 años?

Notas: 3, una importación por cada año, aunque
en mi gestión solo se realizaron 2 de ese
producto.

Pregunta N°6: ¿Cuáles son los pasos ordenados que se siguen para importar paneles solares?

- Notas:
- | | |
|---|---|
| 1 - Recepción del area de Ingeniería | 7 - Se espera aprobación de gerente, sino se procede se negocia con el proveedor el principal motivo de no aprobación |
| 2 - Cotizar con el proveedor establecido | 8 - confirmación agente logístico |
| 3 - Respuesta de Cotización (Programa Invoice) | 9 - Contar de importación |
| 4 - Analisis de Base de datos | |
| 5 - Comparar cotización con analisis previo de la base de datos | |
| 6 - Se envia analisis previo de la base de datos | |

Pregunta N°7: ¿Cuáles son las fuentes de información utilizadas previa a la importación de paneles solares?

- Notas:
- Se utiliza la base de datos extraída de Aduanat, debido que me brinda información con muchos detalles, la información obtenida es actualizada al día es de acceso público, el tiempo de respuesta suele ser máximo 48 hrs. pero se ofrece a mis necesidades, algo negativo es la interfaz web poco intuitiva.

Pregunta N°8: ¿Qué herramienta de inteligencia comercial utilizas para procesar los datos y volverlos accesibles y entendibles para la futura toma de decisiones en la empresa?

- Notas:
- Se utiliza la base de datos como herramienta de I.C y se procesa a través de Excel Microsoft Office, buscando tener esta información de acuerdo a lo requerido por el negocio.

Pregunta N°9: ¿Qué variables usted considera relevantes para el análisis de las bases de datos?

- Notas:
- Fecha de enumeración / mes de enumeración / aduana de enumeración / valor FOB / valor FOB unitario / Cantidad importada / unidad / Descripción de mercancía / Puerto de embarque / nombre del importador / País de origen.

Pregunta N°10: ¿Qué resultados espera obtener de la base de datos trabajadas? y ¿cómo contribuye esto a la negociación?

Espero obtener el precio FOB unitario promedio / KOB unitario mínimo /
Nº de marcas registradas en importación / Nº de importadores y
Notas: Por último tendencia de precio FOB. Esta información contribuye a
reducir ~~los~~ tiempos en la negociación puesto que Jorge nuestro gerente
analiza los datos sintetizados de una manera más objetiva.

Pregunta N°11: Luego de procesar la información, ¿De qué manera es presentada su información previa a la importación de paneles solares?

Notas: A través de un correo electrónico donde detallo todos los puntos
antes mencionados y expago el resultado en el precio para que
el gerente opte por la mejor opción, sin perder valor del
producto importado.

Pregunta N°12: Después de analizada la información, esta es compartida con las demás áreas y de ser ese el caso con que áreas de la empresa se comparte esta información

Notas: La información solo se comparte con gerencia, contabilidad
y finanzas.

Notas adicionales



Firma del entrevistado

DNI: 98130394

Anexo N°04

**LISTA DE COTEJO DE DOCUMENTOS ENTREGADOS POR PARTE DE LA
EMPRESA GRUMING PERU S.A.C.**

LISTA DE COTEJO

En la presente lista se detallan todos los documentos solicitados por los autores **YORDI EMMANUEL CUBAS PONTE** y **PIERO ELI LINARES CALDERON**, para uso en la investigación en curso sobre el área de **Importaciones** de la empresa **GRUMING PERÚ S.A.C.**

Fecha	01/12/2018
Responsable de entrega	Bryan Ángel Mostacero Guayan
Área de la empresa	Importaciones

DOCUMENTOS SOLICITADOS	COTEJO DE ENTREGA DE DOCUMENTOS					
	PERIODO 2016		PERIODO 2017		PERIODO 2018	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
PROFORMA INVOICE		X	X			X
COMMERCIAL INVOICE	X			X	X	
BASE DE DATOS UTILIZADA		X	X		X	
DUA	X		X		X	
CORREOS DE NEGOCIACIÓN		X		X		X

Firma de responsable	
DNI	48130394

Anexo N°05

INVOICE DE IMPORTACION DE PANELES SOLARES DEL AÑO 2016

深圳市拓日新能源科技股份有限公司
SHENZHEN TOPRAY SOLAR CO., LTD.
 办公地址 深圳市福田区侨香路400号香车广场A座8层
 Office Address: 8/F, A Building, Xiangche Plaza, 400 Jiao Xiang Road, Futian District, Shenzhen, P.R.China
 Tel: +86 755 2292 8881 Fax: +86 755 2292 8822
 E-mail: top@topray.com.cn www.topray.com.cn

Commercial Invoice

To: GRUPO MULTIPLE DE INGENIERIA PERU SOCIEDAD ANONIMA **CI No.: TPCT160627**
 CERRADA - GRUMING PERU S.A.C.
 Address: Calle Los Lirios 125 - San Isidro - Lima, Perú **Date: Sep 14th, 2016**
 RUC: 20557009401 / TEL: 51 1 4851749

Item NO.	Product Name	Product picture	Brand Name	Qty/PC	Unit Price	Amount
01	Name: 250W Poly-crystalline Solar Panel Model: TFS-P6U(60)-250W		Topray Solar	90	\$117.50	\$10,575.00
02	Name: Photovoltaic cable Model: IEC60228 PV2.5 Red color 7 meters		Topray Solar	30	\$5.00	\$150.00
03	Name: Photovoltaic cable Model: IEC60228 PV2.5 Black color 7 meters		Topray Solar	30	\$5.00	\$150.00
04	Name: Photovoltaic cable Model: IEC60228 PV2.5 Black color 3 meters		Topray Solar	62	\$2.90	\$186.00
05	Name: Junction box (Metal cover, IP55, 6 input 1 output, with fuse protector) Model: SJB0601S		Topray Solar	8	\$46.50	\$372.00
06	Name: 50m PV cable Model: 1x10mm ² , cable color red		Topray Solar	50	\$1.61	\$80.50
07	Name: 50m PV cable Model: 1x10mm ² , cable color black		Topray Solar	50	\$1.61	\$80.50
Small order handling cost						\$250.00
Total:						\$11,844.00
SAY TOTAL IN US DOLLAR ELEVEN THOUSAND EIGHT HUNDRED FORTY FOUR ONLY (USD11844.00)						

Forwarded on behalf of
 Shenzhen Topray Solar Co., Ltd.
 深圳市拓日新能源科技股份有限公司
 SHENZHEN CHINA
 中国 深圳

Anexo N°06

INVOICE DE IMPORTACIÓN DE PANELES SOLARES DEL AÑO 2017



深圳市拓日新能源科技股份有限公司
SHENZHEN TOPRAY SOLAR CO., LTD.
办公地址 深圳市南山区侨香路4000号香年广场A座8层
Office Address: 808, 8/A, Future Plaza, 4000, Xiangnian Plaza, Nanshan District, Shenzhen, P.R. China
Tel: +86-755-80612902, 80612903, 80612930 Fax: 086-755-80612920
Email: topraysolar@public.sztu.net.cn; sales@topraysolar.com www.topraysolar.com/www.topraysolar.cn

Proforma Invoice

To: GRUPO MULTIPLE DE INGENIERIA PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA – GRUMING PERU S.A.C.
Address: Calle Los Lirios 125 – San Isidro – Lima, Perú
RUC: 20557009401 / TEL: 51 1 4851749

PI No.: TPCT170109

Date: Jan. 9th, 2017

Item NO.	Product Name	Product picture	Brand Name	Qty/PC	Qty/CTN	G.W/CTN KG.	CBM/CTN	Total CTNs	Total G.W.KG.	Total CBM	Unit Price	Amount
01	Name: 250W Poly-crystalline Solar Panel Model: TFS-P6U(60)-250W		Topray Solar	90	3	64.5	0.33479063	30	1935.00	10.04	\$93.00	\$8,370.00
02	Name: Photovoltaic cable Model: IEC60228 PV2.5 Red color 7 meters		Topray Solar	30	\	\	\	\	\	\	\$5.00	\$150.00
03	Name: Photovoltaic cable Model: IEC60228 PV2.5 Black color 7 meters		Topray Solar	30	\	\	\	\	\	\	\$5.00	\$150.00
04	Name: Photovoltaic cable Model: IEC60228 PV2.5 Black color 3 meters		Topray Solar	62	\	\	\	\	\	\	\$3.00	\$186.00

05	Name: Junction box (Metal cover, IP55, 6 input 1 output, with fuse protector) Model: SJB0601S		Topray Solar	8	\	\	\	\	\	\	\	\$46.50	\$372.00
06	Name: 50m PV cable Model: 1x10mm2, cable color red		Topray Solar	300	\	\	\	\	\	\	\	\$1.61	\$483.00
07	Name: 50m PV cable Model: 1x10mm2, cable color black		Topray Solar	300	\	\	\	\	\	\	\	\$1.61	\$483.00
Small order handling cost												\$250.00	
Total:												\$10,444.00	

SAY TOTAL IN US DOLLAR TEN THOUSAND FOUR HUNDRED AND FORTY FOUR ONLY(USD10444.00)

TRADE TERM: FOB SHENZHEN

PAYMENT TERMS: 50% DEPOSIT IN ADVANCE BY T/T, THE BALANCE BEFORE SHIPMENT

BENEFICIARY BANK INFO:

Beneficiary: Shenzhen Topray Solar Co., Ltd.
Opening bank: Bank of China, Shenzhen Branch, Futian Sub Branch
Address: No. 7028 Hong Li Road West, Shenzhen, P.R.China
USD account: 766657961566
SWIFT CODE: BKCHCNBJ45A

For and on behalf of
Shenzhen Topray Solar Co., Ltd.
Authorized signatory
SHENZHEN - CHINA
中国 深圳

Anexo N°07

INVOICE DE IMPORTACIÓN DE PANELES SOLARES DEL AÑO 2018



SHENZHEN TOPRAY SOLAR CO., LTD.

8F, Block A, Future Plaza, No. 6060 QiaoXiang Road, Nan Shan, Shen Zhen, P.R.China

COMMERCIAL INVOICE

To: Grupo Multiple de Ingenieria Peru S.A.C. - GRUMING PERU S.A.C. PI No.: TPTY180125
 RUC: 20557009401 Date: 5TH MAR 2018
 Address: Calle Los Lirios # 125 San Isidro, Lima
 Attn./Title: Mr. Jorge Antonio Alva Vasquez

Item NO.	Description of Goods	QTY	UNIT PRICE	Total Amount
		(PCS)	USD	
TPSP6U-250	250Wp Poly on-grid solar panel, 0.9M length MC4 connectors.	30	US\$92.50	US\$2,775.00
TPSP6U-300	300Wp Poly on-grid solar panel, 0.9M length MC4 connectors.	136	US\$111.00	US\$15,096.00
TC60NA-6T	Combiner Box, same to what we supplied to you under your last order TPCT161129	10	US\$46.50	US\$465.00
	MC4 Connector only	120	US\$0.53	US\$63.60
	Crimper (for MC4) MC4 Crimpers, it's able to connect MC4 from 2 to 14 AWG wire.	2	US\$15.50	US\$31.00
TOTAL:				US\$18,430.60

REMARKS:

TRADE TERMS: FOB SHENZHEN
 PAYMENT TERMS: BY T/T, 30% DEPOSIT, BALANCE PAID BEFORE SHIPPING.
 DELIVERY TIME: 25 DAYS AFTER RECEIVING CONFIRMATION.
 BENEFICIARY BANK INFO:
 Beneficiary: Shenzhen Topray Solar Co., Ltd.
 Opening bank: Bank of China, Shenzhen Branch, Futian Sub Branch
 Address: No. 7028 Hong Li Road West, Shenzhen, P.R.China
 USD account: 766657961566
 SWIFT CODE: BKCHCNBJ45A

SHENZHEN TOPRAY SOLAR CO. LTD
 深圳市拓日新能源科技有限公司
 SHENZHEN CHINA
 中国 深圳

COPIA AUTENTICADA
 DECRETO LEGISLATIVO N° 1053
 ART. 23 INC. 4
 JS PERU AGENCIA DE ADUANA S.A.C.
 CODIGO 092
 Manuel Jesús Meillon Caputoy
 Representante Legal
 Registro N° 975
 Libro N° 01 Fecha: 30/10/18

Anexo N°08

BASES DE DATOS UTILIZADA POR GRUMING PERÚ SAC PARA LA NEGOCIACIÓN DE IMPORTACIÓN DE PANELES SOLARES

Figura n.º 15. Base de datos de importaciones peruanas de paneles solares de 250Wp policristalinos del año 2016

FECHA	MES	ADUANA	FOB (USD)	FOB (UND)	CANT.	UND	DESCRIPCIÓN MERCANCÍA	PUERTO EMB.	IMPORTADOR	PAÍS ORIGEN
20160329	MARZO	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 43,025,60	\$ 134,88	319,00	U	PANELES SOLARES YINGLI / GAITIANJIN NEW PT	ENTELIN PERU SAC		CHINA
20160413	ABRIL	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 9,050,26	\$ 150,84	60,00	U	PANELES SOLARES, S/M, S/M N QINGDAO	H & P CONTRATISTAS MINEROS S.A.C.		CHINA
20160512	MAYO	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 1,237,00	\$ 123,70	10,00	U	PANEL SOLAR,OMICRON, SP-25 NINGBO	IMPORTACIONES Y REPRESENTACIONES FACE SO		CHINA
20160512	MAYO	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 1,212,26	\$ 121,23	10,00	U	PANEL SOLAR,OMICRON, SP-25 NINGBO	IMPORTACIONES Y REPRESENTACIONES FACE SO		CHINA
20160608	JUNIO	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 2,332,00	\$ 106,00	22,00	U	PANEL,S/M,S/M, SOLAR 250W, NINGBO	CASA DE LA FOTOGRAFIA EIRL		CHINA
20160719	JULIO	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 22,560,00	\$ 117,50	192,00	U	PANEL SOLAR TOPRAY SOLAR TYANTIAN	HUAMAN QUISPE MARTIN ERNESTO		CHINA
20160912	SEPTIEMBRE	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 2,600,00	\$ 130,00	20,00	U	PANEL SOLAR,SIMAX,SPQ672-Z NINGBO	PROVIENTO ENERGIAS RENOVABLES PERU SOCIE		CHINA
20161019	OCTUBRE	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 10,803,03	\$ 120,03	90,00	U	PANEL SOLAR POLYCRISTAL DE YANTIAN	GRUPO MULTIPLE DE INGENIERIA PERU SOCIED		CHINA
20161228	DECIEMBRE	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 2,970,00	\$ 99,00	30,00	U	PANEL SOLAR,OMICRON, SP-2 NINGBO	IMPORTACIONES Y REPRESENTACIONES FACE SO		CHINA

Fuente: Gruming Perú S.A.C.

Figura n.º 16. Base de datos de importaciones peruanas de paneles solares de 250Wp policristalinos de los años 2017-2018

FECHA	MES	ADUANA	FOB (USD)	FOB (UND)	CANT.	UND	DESCRIPCIÓN MERCANCÍA	PUERTO EMB.	IMPORTADOR	PAÍS ORIGEN
20170315	MARZO	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 3,818,63	\$ 190,93	20,00	U	MODULO SOLAR, BYD, BYD 250XIAMEN	HUAWEI DEL PERU SAC		CHINA
20170419	ABRIL	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 8,575,27	\$ 95,28	90,00	U	PANEL SOLAR POLYCRISTALINCYANTIAN	GRUPO MULTIPLE DE INGENIERIA PERU SOCIED		CHINA
20170814	AGOSTO	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 400,46	\$ 100,12	4,00	U	PANEL SOLAR, SUNGOLD SOLAISHEKOU	KYMERIA CONTRATISTAS GENERALES E.I.R.L		CHINA
20170922	SEPTIEMBRE	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 1,000,00	\$ 125,00	8,00	U	PANELES FOTOVOLTAICOS, SIA NINGBO	PROVIENTO ENERGIAS RENOVABLES PERU SOCIE		CHINA
20170925	SEPTIEMBRE	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 9,779,18	\$ 97,79	100,00	U	PANEL SOLAR POLI CRISTALINCFOSHAN	SEGO SEGURIDAD OPTIMA S A		CHINA
20171108	NOVIEMBRE	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 3,752,80	\$ 93,82	40,00	U	PANEL SOLAR,OMICRON, SP-2 NINGBO	IMPORTACIONES Y REPRESENTACIONES FACE SO		CHINA
20171115	NOVIEMBRE	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 1,501,74	\$ 100,12	15,00	U	PANEL SOLAR, SOLARIN, SP-25HONG KONG	MERCADO CALAPUJA EDGARDO		HONG KONG
20180102	ENERO	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 2,160,00	\$ 120,00	18,00	U	PANEL FOTOVOLTAICO, SIMAX NINGBO	PROVIENTO ENERGIAS RENOVABLES PERU SOCIE		CHINA
20180105	ENERO	MARITIMA DEL CALLAO	\$ 41,923,20	\$ 119,44	351,00	U	PANEL SOLAR, OSDA SOLAR, 31 NINGBO	SERVIMEC INGS. S.A.C.		CHINA

Fuente: Gruming Perú S.A.C.

Anexo N°09

EVIDENCIA FOTOGRAFICA DE VISITA A GRUMING PERÚ SAC

Figura n.º 17. Vehículos de la empresa Gruming Perú S.A.C.



Fuente: Propia

Figura n.º 18. Stock de paneles solares de Gruming Perú S.A.C.



Fuente: Propia

Figura n.º 19. Observación de un panel solar policristalino de 250Wp por parte de los autores



Fuente: Propia

Figura n.º 20. Observación de un gabinete outdoor por parte de los autores



Fuente: Propia

Figura n.º 21. Observación de elementos internos de un sistema fotovoltaico por parte de los autores



Fuente: Propia

Figura n.º 22. Almacén de consumibles de Gruming Perú S.A.C.



Fuente: Propia

Figura n.º 23. Comparación de un paneles solares policristalinos de 120Wp y 250Wp



Fuente: Propia

Anexo N°10

EVIDENCIA FOTOGRÁFICA DE ENTREVISTA REALIZADA AL GERENTE GENERAL Y AL GESTOR DE IMOPORTACIONES DE GRUMING PERÚ SAC

Figura n.º 24. Entrevista al Sr. Jorge Alva, Gerente General de Gruming Perú S.A.C.



Fuente: Propia

Figura n.º 25. Reunión post-entrevista de los autores con el Gerente General, Sr. Jorge Alva, y el Gestor de Importaciones, el Sr. Bryan Mostacero



Fuente: Propia

Anexo N°10
MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: “USO DE BASE DE DATOS PARA CONTRIBUIR EN LA NEGOCIACIÓN DE IMPORTACIONES DE PANELES SOLARES ENTRE LOS AÑOS 2016 AL 2018 EN GRUMING PERÚ S.A.C. DE LIMA – TRUJILLO, 2018”			
<p>PROBLEMA:</p> <p>¿De qué manera el uso de base de datos contribuye a la negociación de importaciones de paneles solares de la empresa Gruming Perú S.A.C. de Lima, Trujillo 2018?</p>	<p>OBJETIVOS:</p> <p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar de qué manera el uso base de datos contribuye en la negociación de importaciones de paneles solares entre los años 2016 al 2018 en la empresa Gruming Perú S.A.C. de Lima – Trujillo, 2018.</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar la mejor fuente para la obtención de base de datos que se adecua al proceso de importaciones de Gruming Perú S.A.C. • Identificar los criterios de la base de datos que la empresa Gruming Perú S.A.C. utiliza para la negociación de importación de paneles solares entre los años 2016 y 2018. • Identificar el proceso de negociación para la importación de paneles solares de la empresa Gruming Perú S.A.C. entre los años 2016 y 2018. 	<p>HIPOTESIS</p> <p>H₁: El uso de las bases de datos contribuye en la negociación de importación de paneles solares entre los años 2016 al 2018 en la empresa Gruming Perú S.A.C. de Lima – Trujillo, 2018.</p> <p>H₀: El uso de las bases de datos no contribuye en la negociación de importación de paneles solares entre los años 2016 al 2018 en la empresa Gruming Perú S.A.C. de Lima – Trujillo, 2018.</p>	<p>METODOLOGIA:</p> <p>TIPO DE INVESTIGACIÓN</p> <p>Aplicada Cualitativa</p> <p>DISEÑO</p> <p>No experimental- Descriptivo- Transversal.</p> <p>POBLACION Y MUESTRA</p> <p>Población</p> <p>Las tres importaciones de paneles solares de 250Wp realizadas entre los años 2016 al 2018 de la empresa Gruming Perú S.A.C.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> Establecer en qué medida el uso de las bases de datos contribuyó en la negociación de importaciones de paneles solares en la empresa Gruming Perú S.A.C. <p>JUSTIFICACIÓN</p> <p>Teórica: Esta investigación se justifica teóricamente en las bases fundamentales del comercio internacional en donde se da lugar a la inteligencia comercial que tiene como objetivo poner en rumbo una idea de negocio aprovechando las oportunidades que brinda el mercado y mitigando los riesgos a la hora de tomar decisiones y acciones concretas, todo esto fundamentado en el análisis de datos, como lo explica Rojas (2016).</p> <p>Practica: La presente investigación busca motivar a la empresa Gruming Perú SAC a continuar con el desarrollo y fortalecimiento de su área de importaciones, mostrando el impacto positivo que ha tenido esta área en los costos de importación para la empresa; por otro lado se busca brindar información clara y concisa sobre la relación del análisis de una base de datos de</p>	<p>VARIABLES:</p> <p>VARIABLE UNO INDEPENDIENTE Base de datos</p> <p>VARIABLE DOS DEPENDIENTE Negociación</p>	<p>Muestra: No Probabilística</p> <p>TECNICAS INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS Entrevista Individual Observación documentaria</p> <p>METODOS INSTRUMENTOS DE ANALISIS DE DATOS MS Office (Excel, Word, Visio) Comparativa de valores</p>
--	--	--	---

	<p>importaciones y su impacto en la correcta toma de decisiones comerciales dentro de una empresa enfocada al rubro de redes y telecomunicaciones.</p> <p>Valorativa:</p> <p>Con esta investigación también se pretende dar valor significativo a la base de datos que, a pesar de ser una pequeña parte de la inteligencia comercial, es una herramienta poderosa si se analiza correctamente, pudiendo brindar información de alto valor a la hora de la toma de decisiones comerciales, así mismo, se desea resaltar nuestro trabajo como profesionales en Administración y Negocios Internacionales mostrando el impacto de nuestra labor dentro de las organizaciones.</p> <p>Académica:</p> <p>Así también, esta investigación encuentra su justificación académica en el uso de todo el conocimiento adquirido durante la vida universitaria de los tesisistas sobre inteligencia comercial, logística internacional, costos y presupuestos, temas que se ven involucrados directa e indirectamente en esta tesis.</p>		
--	---	--	--