



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**EL IMPACTO DE LAS IMPORTACIONES DE MENUDENCIA  
DE POLLO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CONSERVAS  
EN LA EMPRESA BHG CORP SAC ENTRE LOS AÑOS 2017-  
2020**

**PRESENTADA POR  
VALERIA OLINDA ALARCÓN ZÚÑIGA  
OSCAR JAVIER PALACIOS MONTENEGRO**

**ASESORA  
MIRIAN PATRICIA LÓPEZ MOSCOL**

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

**LIMA – PERÚ**

**2021**



**CC BY-NC-ND**

**Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**TESIS**

**EL IMPACTO DE LAS IMPORTACIONES DE MENUDENCIA DE  
POLLO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CONSERVAS EN LA  
EMPRESA BHG CORP SAC ENTRE LOS AÑOS 2017-2020.**

**PARA OPTAR POR:  
EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRESENTADO POR:  
VALERIA OLINDA ALARCÓN ZÚÑIGA  
OSCAR JAVIER PALACIOS MONTENEGRO**

**ASESOR:  
Mg. MIRIAN PATRICIA, LÓPEZ MOSCOL**

**LIMA, PERÚ**

**2021**

## **Dedicatoria**

Esta tesis está dedicada a mis padres Eduardo y Ernestina, de quienes tuve todo el apoyo y acompañamiento para cumplir mis metas. Gracias a su esfuerzo, amor y paciencia. A mis hermanos adorados Edgar y Marcelo, quienes no dejaron que me rindiera en el camino.

- Valeria Olinda, Alarcón Zúñiga

La tesis va dedicada a mis padres, y a mis hermanos por todo el apoyo brindado durante todos los años de mi vida.

- Oscar Javier, Palacios Montenegro

## **Agradecimientos**

Agradezco a Dios por ponerme en un camino lleno de enseñanzas y personas que fueron fundamentales en esta etapa de mi vida. A mis padres y hermanos por el aliento, a la Universidad San Martín de Porres y a los docentes que me instruyeron durante los 5 años.

- Valeria Olinda, Alarcón Zúñiga

Agradezco a mis padres y hermanos.

- Oscar Javier, Palacios Montenegro

## ÍNDICE DE CONTENIDO

Dedicatoria.....	2
Agradecimientos.....	3
RESUMEN.....	9
ABSTRACT.....	10
INTRODUCCIÓN.....	11
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	17
1.1. Antecedentes de la investigación .....	17
1.1.1. Antecedentes nacionales.....	17
1.1.2. Antecedentes internacionales.....	20
1.2. Bases teóricas .....	23
1.2.1. Importación .....	23
1.2.2. Tratados de libre comercio .....	24
1.2.2.1. Tratado de libre comercio Perú-Chile .....	24
1.2.2.2. Tratado de libre comercio Perú - Brasil .....	25
1.2.3. BHG CORP SAC .....	25
1.2.3.1. Visión.....	26
1.2.3.2. Misión .....	26
1.2.3.3. Productos.....	26
1.2.3.4. Presentaciones .....	26
1.2.4. Importaciones de la empresa BHG CORP SAC .....	27
1.2.4.1. Flujo de importación.....	27
1.2.4.2. Importaciones de la empresa entre los años 2017-2020.....	29
1.2.4.3. Importación de menudencia de pollo por año.....	30
1.2.4.4. Importaciones mensuales de menudencia de pollo.....	31
1.2.5. Proveedores Internacionales .....	32
1.2.5.1. País de origen .....	32
1.2.5.2. Lead time por país.....	33
1.2.6. Precios en el mercado internacional.....	34
1.2.6.1. Precio promedio en valor CIF de otras empresas importadoras .....	34
1.2.6.2. Precio promedio en valor CIF de BHG CORP SAC .....	35
1.2.6.3. Gastos de nacionalización .....	36
1.2.7. Comercialización de conservas .....	37
1.2.7.1. Programas sociales.....	37
1.2.7.1.1. QALI WARMA.....	37
1.2.7.1.2. CUNA MÁS .....	39
1.2.7.2. Volúmenes de ventas .....	41
1.2.7.3. Precio de venta.....	42
1.2.7.4. Atención Post-Venta .....	43

1.2.7.5. Capacidad de producción .....	45
1.3. Definición de términos básicos .....	47
<u>  </u> CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	50
2.1. Formulación de hipótesis .....	50
2.1.1. Hipótesis general .....	50
2.1.2 Hipótesis específicas .....	50
2.2. Variables y definición operacional .....	50
2.2.1. Variables.....	50
2.2.2. Definición operacional.....	50
<u>  </u> CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	54
3.1. Diseño metodológico .....	54
3.2. Diseño muestral .....	54
3.3. Técnicas de recolección de datos.....	55
3.3.1. Confiabilidad del instrumento.....	56
3.3.2. Validez del instrumento.....	57
3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información .....	57
3.5. Aspectos éticos.....	58
<u>  </u> CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	59
<u>  </u> CAPÍTULO V: DISCUSIÓN.....	74
<u>  </u> CONCLUSIONES.....	76
<u>  </u> RECOMENDACIONES.....	78
<u>  </u> FUENTES DE INFORMACIÓN.....	79
<u>  </u> ANEXOS.....	81

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Distribución de importaciones de menudencia por país de origen. Enero – Septiembre 2019. ....	18
Tabla 2. Perú. Importación de carne de pollo por años, según categoría de producto. Periodo 2012 – 2018. (Toneladas) .....	19
Tabla 3. Reporte de partidas arancelarias importadas por BHG CORP SAC entre los años 2017 – 2020. ....	29
Tabla 4. Volúmenes de importación de menudencia de pollo del periodo 2017-2020 (valores en Kg.) .....	31
Tabla 5. Reporte mensual de las importaciones de menudencia de pollo entre los años 2017-2020 de BHG CORP SAC.....	31
Tabla 6. Proveedores Internacionales de menudencia de pollo de BHG CORP SAC.....	32
Tabla 7. Volúmenes de importación de menudencia de pollo del periodo 2017-2020 (valores en Kg.) .....	33
Tabla 8. Resumen de tiempos del proceso de compra. ....	33
Tabla 9. Precios promedios de empresas importadores de menudencia de pollo del periodo 2017-2020 (valores en \$.) .....	34
Tabla 10. Precios promedios de BHG CORP de importación de menudencia de pollo del periodo 2017-2020 (valores en \$.).....	35
Tabla 11. Precios promedios de BHG CORP de importación de menudencia de pollo del periodo 2017-2020 por país y producto (valores en \$.).....	35
Tabla 12. Volúmenes de compra del programa social Qaliwarma del periodo 2017-2020 (Valores en Ton.).....	38
Tabla 13. Volúmenes de compra del programa social Cunamas del periodo 2017-2020 (Valores en Ton.).....	40
Tabla 14. Volúmenes de ventas de conservas de menudencia de pollo a los programas sociales entre los años 2017-2020 (Valores en Ton).....	41
Tabla 15. Precio de venta de conservas de hígado de pollo. ....	43
Tabla 16. Resumen de reclamos entre los años 2017-2020. ....	44
Tabla 17. Capacidad de producción diaria de la empresa. ....	45
Tabla 18. Valores de los niveles de confiabilidad. ....	56
Tabla 19. Análisis de confiabilidad del instrumento por variable.....	56



Tabla 20. Estadísticas totales del instrumento por variable.....	57
Tabla 21. Prueba de Normalidad.....	59
Tabla 22. Correlación de variables.....	61
Tabla 23. Frecuencia estadística de la dimensión Costo de Importación.....	62
Tabla 24. Frecuencia estadística de la dimensión Oferta Internacional. ....	63
Tabla 25. Frecuencia estadística de la dimensión Calidad. ....	64
Tabla 26. Frecuencia estadística de la variable Importación de menudencia de pollo.....	65
Tabla 27. Frecuencia estadística de la dimensión Ventas. ....	66
Tabla 28. Frecuencia estadística de la dimensión Volumen de producción..	67
Tabla 29. Frecuencia estadística de la dimensión Satisfacción del cliente. ...	68
Tabla 30. Frecuencia estadística de la Variable Comercialización de Conservas. ....	69
Tabla 31. Aceptación de hipótesis general bajo la correlación de Pearson. .	70
Tabla 32. Aceptación de hipótesis específica bajo la correlación de Pearson. ....	71
Tabla 33. Aceptación de hipótesis específica bajo la correlación de Pearson. ....	72
Tabla 34. Aceptación de hipótesis específica bajo la correlación de Pearson. ....	73

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Conserva de sangrecita en pouch.....	27
Figura 2. Conservas en pouch y lata. ....	27
Figura 3. Flujo de procesos productivo mediante la importación de materia prima.....	29
Figura 4. Valores CIF de importación de menudencia de pollo del periodo 2017-2020. ....	30
Figura 5. Gastos de nacionalización. ....	36
Figura 6. Volúmenes de compra del programa social Qaliwarma del periodo 2017-2020. (Valores en Ton).....	39
Figura 7. Gráfica de volúmenes de compra del programa social Cuna Más del periodo 2017-2020. (Valores en Ton.).....	40
Figura 8. Grafica de volúmenes de ventas de conservas de menudencia de pollo a los programas sociales entre los años 2017-2020. (Valores en Ton).....	42
Figura 9. Tumbler. ....	46
Figura 10. Autoclave de esterilización. ....	46
Figura 11. Marmitas de cocción.....	47
Figura 12. Los datos son simétricos para la variable Importación de Menudencia de Pollo. ....	60
Figura 13. Los datos de la variable Comercialización son simétricos.....	60
Figura 14. Costos de importación.....	62
Figura 15. Oferta Internacional. ....	63
Figura 16. Calidad.....	64
Figura 17. Importación de menudencia de pollo.....	65
Figura 18. Ventas.....	66
Figura 19. Volumen de producción. ....	67
Figura 20. Satisfacción de cliente.....	68
Figura 21. Comercialización de conservas. ....	69

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como propósito el de determinar la influencia de las importaciones de menudencia de pollo en la comercialización de conservas de la empresa BHG CORP SAC entre los años 2017 – 2020. La metodología empleada en el estudio tuvo un enfoque cuantitativo, con nivel descriptivo, tipo aplicada y con un diseño no experimental. La población está constituida por 12 trabajadores que están encargados de las principales áreas de la compañía, como son: área de importación, área de ventas, área de contabilidad, área de tesorería y el área de producción. Estos trabajadores tienen la información suficiente para llevar a cabo la investigación ya que son los que manejan las actividades diarias de la empresa.

Los resultados del cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa permitieron validar la hipótesis general que señala que la importación de menudencia de pollo ha influenciado en la comercialización de conservas de la empresa BHG CORP en los años 2017-2020. Lo que ha generado reducir costos, ampliar el mercado, mayores ventas, entre otros aspectos que se detallan en la investigación.

Palabras clave: Importación de menudencia de pollo, comercialización y abastecimiento.

## **ABSTRACT**

The purpose of this research was to determine the influence of chicken gible imports on the commercialization of canned food from the company BHG CORP SAC between the years 2017 - 2020. The methodology used in the study had a quantitative approach, with a descriptive level, applied type and with a non-experimental design. The population is made up of 12 workers who are in charge of the main areas of the company, such as: import area, sales area, accounting area, treasury area, and the production area. These workers have enough information to carry out the investigation since they are the ones who manage the daily activities of the company.

The results of the questionnaire applied to the workers of the company allowed to validate the general hypothesis that indicated that the importation of chicken offal has influenced the commercialization of canned goods of the BHG CORP Company in the years 2017-2020. What has generated reducing costs, expanding the market, higher sales, among other aspects that are detailed in the investigation.

Keywords: Chicken offal import, commercialization and supplying.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada “El impacto de las importaciones de menudencia de pollo en la comercialización de conservas de la empresa BHG CORP SAC entre los años 2017 al 2020”, busca estudiar si el impacto de importar menudencia de pollo es positivo o negativo para la empresa, y si como consecuencia se ha visto mejoras en la comercialización de las conservas, todo esto en un periodo que comprende desde el año 2017 al 2020.

El aumento de niños con anemia en Perú, ha generado que los clientes de la empresa, que son principalmente programas de alimentación social, también incrementen su demanda de las conservas ricas en hierro. Es por ello que la organización ha tenido que buscar en el mercado internacional otras opciones de abastecimiento de materia prima para lograr cubrir su demanda.

Esto ha generado que desde el año 2017, BHG CORP SAC aumente gradualmente año tras año sus volúmenes de importación de menudencia de pollo, a tal punto de mejorar su capacidad productiva para cubrir las necesidades del mercado.

La principal materia prima que importa la empresa es el hígado de pollo, que según menciona Romero Machado. F (2012), dada a su alta cantidad de proteínas, es un alimento recomendado especialmente para el desarrollo muscular. Los alimentos ricos en proteínas como esta carne, están recomendados durante la infancia, la adolescencia y el embarazo ya que en estas etapas, es necesario un mayor aporte de este nutriente.

Para la investigación se ha planteado como problema general y específicos los siguientes:

### **Formulación del problema general**

¿Cuál es el impacto de las importaciones de menudencia de pollo en la comercialización de conservas de la empresa BHG CORP SAC entre los años 2017 – 2020?

### **Problemas específicos**

- ¿Cuál es el impacto de los costos de importación de menudencia de pollo en las ventas de la empresa BHG CORP SAC?
- ¿Qué relación existe entre la oferta internacional de menudencia de pollo y el volumen de producción de la empresa BHG CORP SAC?
- ¿Cómo incide la calidad de la menudencia de pollo en la satisfacción y preferencia del cliente de la empresa BHG CORP SAC?

Se ha planteado también los siguientes objetivos:

### **Objetivo general**

Identificar los efectos las importaciones de menudencia de pollo en la comercialización de la empresa BHG CORP SAC entre los años 2017 – 2020.

### **Objetivos específicos**

- Determinar el impacto de los costos de importación de menudencia de pollo en las ventas de la empresa BHG CORP SAC.
- Establecer la relación entre la oferta internacional y el volumen de producción de la empresa BHG CORP SAC.
- Evaluar la influencia de la calidad de la menudencia de pollo importada en la satisfacción del cliente de la empresa BHG CORP SAC

Asimismo, la investigación busca validar la hipótesis general “La importación de menudencia de pollo ha impactado de manera positiva en la comercialización de la empresa BHG CORP SAC” aumentando su participación en el mercado local, logrando situarse entre las mejores.

La investigación es importante, debido a que se quiere demostrar que la importación es una alternativa para las empresas que requieren de materia prima y no se abastecen del mercado local o para cualquier empresa que busca dar a sus consumidores un producto de calidad, ya que sabemos que lo que ingresa al país viene completamente regulado con la documentación respectiva. Demostrar además que esta alternativa, la de importar, puede aumentar la competitividad que tiene en mercado frente a otras que no lo hacen.

El estudio fue viable gracias a la participación de la empresa y a los diferentes recursos como: materiales económicos, recursos humanos e información relevante, que fueron necesarios para su ejecución y culminación.

Las limitaciones se presentan a continuación:

Limitación de datos: Escasez de repositorios de información especializada, así como fuentes bibliográficas, base de datos o estudios previos que tengan relación directa a la investigación.

Limitación del recurso humano: No fue posible presenciar la realización de la encuesta por parte del factor humano de la empresa ya que se utilizó un cuestionario digital.

Limitación en la parte estadística: Se presentaron algunas incógnitas en el procesamiento estadístico, sin embargo, estas fueron absueltas con el debido asesoramiento.

La investigación tiene un enfoque cuantitativo, ya que se quiere demostrar estadísticamente los resultados. Un nivel descriptivo, de tipo aplicado y diseño no experimental.

La unidad de análisis fueron 12 trabajadores de las principales áreas que se dedican a la gestión de los procesos. Se contaron con 3 trabajadores del área

de importación, 2 trabajadores del área de ventas, 2 trabajadores del área de finanzas y contabilidad, 3 de administración, y 2 trabajadores encargados de administrar los procesos de producción.

Las vísceras de pollo son bien reconocidas por el alto valor de hierro que poseen, mineral que es necesario para el crecimiento y desarrollo del cuerpo, y que según el National Institutes of Health (2019), el cuerpo utiliza para fabricar hemoglobina, una proteína de los glóbulos rojos que transporta el oxígeno de los pulmones a distintas partes del cuerpo, y la mioglobina, proteína que provee oxígeno a los músculos. Además el cuerpo requiere hierro para elaborar hormonas y tejido conectivo.

La situación problemática de esta investigación radica en que el abastecimiento local no es suficiente para la producción que realiza la empresa, además de tomar en cuenta la calidad, tiempos de entrega y precios locales. Por ello es que la empresa a partir del 2017 decidió comenzar con la importación de vísceras de diferentes países que son potencias en la producción de pollo y por tanto capaces de abastecer la cantidad de menudencia requerida para sus planes de producción.

Según la Nota Técnica N0 03-2019 del Ministerio de Agricultura y Riego (2020), el primer productor de carne de pollo en el mundo, es Estados Unidos (17,6%), seguidamente Brasil (12,5%), luego China (12,4%), Rusia (4,1%), India (3,2%) y México (2,9%) principalmente. En este ranking, Perú se ubica en el puesto número 18 después de Tailandia, Colombia y Myanmar. Y en Perú los principales abastecedores de pollo, según el Diario La Gestión (2019) son EE.UU con 42%, Brasil con 38% y Chile (20%), siendo estos mismos los proveedores de la empresa BHG Corp SAC.

Las importaciones que realiza la empresa es debido también a la calidad que ofrecen estos países, así como los precios, que por venir del mismo fabricante en algunos casos es menor que los precios locales. La empresa ha ganado experiencia en las importaciones, así como también en proyectar su nivel de producción de acuerdo al abastecimiento que se genera con las compras.



Actualmente, son muy utilizadas por las amas de casa por el valor nutricional que presenta, por ejemplo, el hierro para evitar la anemia en niños y mujeres embarazadas. Perú tiene una lucha incesante por reducir las cifras de niños con anemia, según el documento técnico “Plan Nacional para la reducción y control de la anemia Materno Infantil y la Desnutrición Crónica Infantil en el Perú: 2017-2021” del Ministerio de Salud (2017), menciona que la anemia infantil afecta al 43.6% de los niños y niñas de 6 a 36 meses de edad, siendo más prevalente entre los niños de 6 a 18 meses, sector en el que 6 de cada 10 niños presenta anemia. Cabe mencionar que según el Diario la Gestión (2020), el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS) anunció que a nivel nacional el nivel de anemia se redujo en niños de 6 a 36 meses de 43.5% en el 2018 a 40.1% en el 2019, lo que significa que unos 43,000 niños lograron salir del nivel de anemia.

La empresa vio en este problema, la forma de contribuir energéticamente a través de sus productos para que los niños puedan tener igualdad de condiciones en cuanto a alimentación de calidad y bienestar físico.

A través del tiempo la empresa ha ido mejorando en procesos con el fin de seguir contribuyendo a los programas del estado.

### **Importancia de la investigación**

El objetivo de la presente investigación es dejar un precedente a las empresas pequeñas o medianas del rubro de alimentos, sobre cómo influye las importaciones de menudencia de pollo en la empresa BHG CORP S.A.C para su comercialización, reducir costos y aumentar ventas.

Se detallan los beneficios que le ha generado a la empresa incursionar en el comercio internacional a través de la data de comercialización, y como desde la importación de materia prima en cantidad y calidad ha logrado el crecimiento de ventas por la mayor capacidad de producción.

Asimismo, se espera que los indicadores y opiniones planteadas por los investigadores, sean considerados por las empresas del rubro de alimentos a fin de analizar la importancia de incluir las importaciones dentro de sus operaciones.

La estructura de la investigación se diseñó a partir de cinco capítulos, los cuales se detallan a continuación:

En el primer capítulo se presenta el marco teórico, que contiene los antecedentes nacionales e internacionales relacionados a la investigación, las bases teóricas y las palabras claves que serán mencionadas en el transcurso de la investigación.

En el segundo capítulo se presenta la hipótesis general y las específicas, además de la definición operacional de cada una de las variables.

En el tercer capítulo se detalla la metodología que tiene la investigación, especificando el nivel, tipo y diseño. Se presenta también el diseño muestral, las técnicas de recolección de datos, técnicas estadísticas y los aspectos éticos.

En el cuarto capítulo se presenta el análisis estadístico e interpretación dando respuestas a los problemas planteados.

En el quinto y último capítulo, se presenta la discusión de los resultados considerando las bases teóricas y los antecedentes plasmados en el primer capítulo.

Finalmente, se enumeran las conclusiones a las que se llegó en la investigación y se presentan las recomendaciones del autor.

## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

### **1.1. Antecedentes de la investigación**

#### **1.1.1. Antecedentes nacionales**

La demanda de carne de pollo en el Perú es de gran representatividad, tanto por ser la de mayor valor nutricional como por su valor de adquisición. Dentro del valor nutricional de esta ave, se encuentran las vísceras comestibles o bien conocidas como menudencia de pollo, que consiste en la molleja, hígado, corazón y otros órganos internos.

Perú consume mucho esta carne, sin embargo, no produce a gran escala como es el caso de otros países. El factor de producción del país, es el punto a tener en cuenta como una debilidad para la empresa BHG CORP, la cual produce o manufactura alimentos ricos en nutrientes y tiene como materia prima principal la menudencia de pollo, lo que conlleva a realizar la investigación de cómo obtener mayor cantidad y a la vez mejor calidad de menudencia de pollo.

A continuación, se hace referencia a investigaciones y estudios previos sobre el tema.

En su investigación, Chávez, M. (2019) menciona que los niveles de consumo de cárnicos son variados debido a los hábitos y tradiciones alimentarias. Para entenderlo es necesario conocer los diversos factores que van desde la disponibilidad hasta los precios. Desde esta premisa, el Centro de Comercio Exterior (CCEX) de la Cámara de Comercio de Lima analizó el comportamiento de las importaciones peruanas de carnes de origen animal, esto con la finalidad de conocer las preferencias de los consumidores.

De esta forma, da a conocer que las compras de menudencia reportaron un crecimiento atractivo en volumen, bordeando las 22,900 toneladas al año 2019, lo que generó un aumento del 27% con respecto al mismo periodo del año 2018 (18,000 toneladas). Las vísceras de pollo tienen una relevancia del 37% del total importado, del cual el volumen adquirido asciende a 8,500

toneladas con un valor de USD 7.4 millones. Las mollejas concentran el 52% del total de las importaciones y el hígado el 19%.

Según lo expuesto por el autor, en un año se ha acrecentado la importación de menudencia en 4,900 toneladas y que después de las menudencias de origen vacuno, la de mayor representatividad son las menudencias de pollo. El investigador concluye que, sin lugar a dudas, la alta demanda se debe tanto al valor nutricional, a la utilización en la gastronomía peruana tradicional y a que se han generado emprendimientos a base de estas vísceras comestibles.

En la siguiente tabla, elaborada por el área de inteligencia comercial - CCEX, se muestra los principales países de origen de la menudencia de pollo, recientemente entre los meses de enero y septiembre del 2019, siendo el principal proveedor Brasil con un 75% para la molleja y Chile con un 97% para el hígado que tiene mayor valor nutricional.

Tabla 1. Distribución de importaciones de menudencia por país de origen. Enero – Septiembre 2019.

Tipos	Menudencia	Miles US\$ CIF	Toneladas	Part. % 2019	País Origen
Vacuno	Corazón	10.887	5.649	40%	Brasil 67%, Argentina 18%, Paraguay 7%.
	Hígado	4.420	4.736	34%	Estados Unidos 77%, Canadá 23%.
	Pulmón	3.063	3.493	25%	Argentina 88%, Paraguay 5% y Brasil 4%.
Total		18.571	14.045	100%	
Aves	Molleja	4.549	4.444	52%	Brasil 75%, Chile 24% y Estados Unidos 1%.
	Hígado	769.000	1.630	19%	Chile 97% y Brasil 3%.
	Otros	963.000	947.000	11%	Argentina 88%, Chile 6% y Brasil 6%.
Total		7.362	8.528	100%	
Porcino	Piel	232.000	359.000	100%	Chile 100%.
Total		232.000	359.000	100%	
Total General		26.165	22.932		

Fuente: Camtrade Plus  
Elaboración: Área de Inteligencia Comercial – CCEX

La Dirección General de Políticas Agrarias (DGPA) del Ministerio de Agricultura y Riego, tiene la finalidad de dirigir y elaborar investigaciones que

determinen el desempeño de las variables y las distintas tendencias económicas, sociales y ambientales.

En su nota técnica sobre el Panorama y Perspectivas de la Producción de Carne de Pollo en el Perú sostiene que a enero del 2020, al analizar las categorías de carne de pollo importadas, se pudo evidenciar que el 83.8% fueron de trozos de pollo con 29,147 toneladas, en segundo lugar y con mayor porcentaje después de los trozos, se encuentra las menudencias de pollo con 13.9% y un volumen de 4,858 toneladas. Las demás categorías consisten en patitas con un 1.2%, pollo entero con 0.6% y las alitas con un 0.3% y 96 toneladas. Se debe mencionar que en el año 2019 hubo un crecimiento del 5% de la producción nacional, razón por la cual puede haber una ligera reducción en volúmenes de importación para el 2020.

En el artículo se considera a la carne de pollo como una fuente de alto valor proteico y se comprueba, en cuanto a la menudencia, como predomina la necesidad de esta materia para la población peruana.

Según la Dirección General de Políticas Agrarias, en su Nota Técnica N0 03-2019 muestra cómo ha cambiado la importación de carne de pollo por año y tipo de carne. Las partidas arancelarias que son más empleadas: 0207.11.00.00, 0207.12.00.00, 0207.14.00.10, 0207.14.00.21, 0207.14.00.22 y 0207.14.00.90.

Tabla 2. Perú. Importación de carne de pollo por años, según categoría de producto. Periodo 2012 – 2018. (Toneladas)

Producto	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Pollo trozado	7,365	8,267	7,168	10,029	22,248	26,538	35,997
Menudencia	1,412	1,220	1,661	2,224	2,594	3,797	5,468
Pollo entero	380	63	78	281	799	570	847
Patitas de pollo	0	0	0	105	178	77	308
Alitas de pollo	0	0	5	56	87	23	121
<b>Total</b>	<b>9,149</b>	<b>9,551</b>	<b>8,912</b>	<b>12,696</b>	<b>25,907</b>	<b>31,004</b>	<b>42,742</b>

Fuente: SUNAT

Elaborado por: Dirección general de políticas agrarias.

### **1.1.2. Antecedentes internacionales**

Ramírez, A. (2015), en su libro “Logística Comercial Internacional” ofrece una visión práctica de los diferentes procesos de la cadena logística comercial, que es información clave para las organizaciones interesadas en la importación, producción, distribución, transporte y abastecimiento.

El autor sostiene que las grandes empresas productoras, sea cual fuese el sector en el que estén ubicados dentro de la economía, producen bienes terminados para venderlos tanto a nivel nacional como internacional; de igual forma, en ciertos casos, deben importar materias primas para insertarlas en el proceso de producción del bien que se va a vender. Alguien debe administrar las compras de esas materias primas para que lleguen donde sea necesario y cuando sea necesario.

El autor concluye, que la misión principal de la logística en las empresas es colocar los productos y/o materias primas, en el lugar, tiempo y condiciones deseadas, con el fin de aportar a la rentabilidad de la empresa. El objetivo de la logística parte de la satisfacción de la demanda y esto se debe reflejar en las mejores condiciones de servicio, costo y calidad.

Tejeda, A., Blanco, M., & Guerra M. (2020), en su investigación “Factores que impulsan las importaciones de las empresas de alimentos procesados, mejorando su competitividad”, tiene como objetivo el de conocer los factores que facilitan las importaciones de alimentos procesados en empresas alimentarias de México. Utilizan el método de regresión lineal múltiple y como técnica de recolección la utilización de una encuesta de 55 preguntas.

Como datos, dan a conocer que en el año 2015 la carne y los despojos comestibles representaron el 20.9% del total de las importaciones de alimentos procesados y que una gran cantidad de

empresas del sector alimentos se dedica a la actividad de preparación de embutidos y otras conservas de carne de ganado, aves y otros animales comestibles.

Mencionan que es necesario conocer la cantidad de trámites y procesos que conforman la importación de alimentos procesados, ya que al ser un producto de consumo humano, hay entidades como las de salud y agricultura, que hacen un control riguroso. Además de eso, con los constantes cambios que se dan en los requisitos de importación, se puede cometer errores que a la larga puede desanimar al importador. La calidad es otro de los factores determinantes a la hora de realizar una importación, así como también se considera al precio internacional del producto, que debe estar al mismo nivel de importancia que la calidad. El precio como factor, según los autores Murray, Kotabe y Wildt (1995), es uno de los principales impulsores de las importaciones. Por último factor, es la disponibilidad interna del producto, ya que no tener las materias en el mercado interno, las empresas buscarán en el mercado externo, convirtiendo a este en su mayor fuente de suministro.

Los autores plantean la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los factores que impulsan las importaciones de alimentos procesados en las grandes empresas de alimentos? A fin de contestar esta pregunta, plantean la hipótesis de que esos factores son: el precio internacional del producto, la calidad requerida del producto, la disponibilidad extranjera del producto, la confianza en los proveedores internacionales, el conocimiento del procedimiento de importación y la capacidad logística de la organización. Sin embargo, fue rechazada la hipótesis sobre que un factor importante es la confianza en los proveedores.

Como dato importante dentro de la investigación, se aprecia la afirmación de los autores de que el 78.9% de los alimentos que compran las empresas mexicanas, del sector alimentos, son

destinados como materia prima para producir otros alimentos procesados.

Gutiérrez, M. (2016), en su investigación "Análisis de precios de atún en conserva", se centra en estudiar uno de los alimentos más importantes de los mares: los túnidos. La metodología utilizada es la de mínimos cuadrados ordinarios.

España tiene un fuerte peso a nivel mundial en cuanto a fabricación de atún en conserva: es el primer productor de la Unión Europea y el segundo país a nivel mundial, solo superado por Tailandia según el Informe anual de 2015 sobre túnidos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente que pone en evidencia el autor.

El autor sostiene que las capturas por parte de flotas españolas de materia prima, es decir, de atún listado y rabil fresco y congelado, no son suficientes para cubrir la demanda. Las conserveras españolas, para producir atún enlatado, necesitan cantidades muy superiores a las que capturan dichas flotas nacionales. Esto se traduce en la necesidad de importar materia prima. Las fluctuaciones de las importaciones han comenzado a ser mucho más mayores desde el año 2000 hasta el 2016, sin embargo son mucho más pronunciadas hoy en día.

Finalmente, mediante la investigación, el autor deduce que los precios de las conservas importadas por España afectan de forma significativa a los precios finales de las conservas de atún.



## **1.2. Bases teóricas**

### **1.2.1. Importación**

La importación se puede definir como la compra de un bien o servicio en territorio extranjero y que al nacionalizarse, cumplirá el propósito necesario en el territorio del país que lo ha adquirido. Galeano N. J. (2013), describe a la importación como una transacción de bienes donde participan las aduanas tanto del país comprados como del vendedor.

Según la Ley General de Aduanas (2008) de la Sunat, existen 3 tipos de regímenes aduaneros de importación.

#### **A) Importación para el consumo**

La importación para el consumo se define como “el ingreso de mercancías al territorio aduanero para su consumo”, esto después de cumplir con los pagos correspondientes de derechos arancelarios y demás impuestos. Además también, si hubiere, de los recargos y multas que se susciten. Este tipo de importación es definitiva y una vez nacionalizados pueden circular libremente por el territorio nacional.

#### **B) Admisión temporal para reexportación en el mismo estado**

Esta forma de importación, consiste en el ingreso de un bien determinado a territorio nacional con la suspensión de los pagos como derechos e impuestos, así como multas y recargos. El bien debe estar plenamente identificado y destinado a cumplir un propósito en un lugar específico para ser reexportados en un plazo establecido. Solo puede presentar la depreciación normal originada por el uso, por ningún motivo puede experimentar una modificación.

#### **C) Reimportación en el mismo estado**

Este régimen permite el ingreso de mercancías exportadas definitivamente excluyendo el pago de derechos e impuestos, así como

multas y recargos, con el requisito de no haber sufrido ninguna transformación o elaboración en el extranjero.

### **1.2.2. Tratados de libre comercio**

Según el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), un tratado de libre comercio (TLC), es un convenio comercial que suscriben dos o más países para pactar el otorgamiento de preferencias arancelarias mutuas y la disminución de barreras no arancelarias al comercio de bienes y servicios. Los TLC son vigentes a lo largo del tiempo, no tienen una fecha de expiración.

Se mencionan las siguientes ventajas:

- Posibilita aminorar y descartar barreras arancelarias y no arancelarias en algunos casos.
- Contribuye a que empresas aumenten su competitividad.
- Favorece al incremento del flujo de inversión extranjera.
- Contribuye a la igualdad de condiciones con países que gracias a acuerdos comerciales han conseguido ventajas.
- Promover la creación de empleos a partir de las actividades de importación y exportación.

#### **1.2.2.1. Tratado de libre comercio Perú-Chile**

En 1998 los países de Perú y Chile celebraron el acuerdo de complementación económica, más conocido como ACE N°38, el cual permitió la eliminación gradual de las barreras arancelarias y no arancelarias para así formar una zona de libre comercio.

Años después en el 2005 se revisó nuevamente el acuerdo, ya que ambas partes consideraban conveniente ampliar los alcances del mismo. Es por ello que las negociaciones se iniciaron en agosto del 2005 donde se abordaron temas como: obstáculos técnicos al comercio, solución de controversias, medidas sanitarias y fitosanitarias,

reglas de origen, política de competencia, defensa comercial, procedimientos aduaneros, servicios e inversión.

#### **1.2.2.2. Tratado de libre comercio Perú - Brasil**

En el año 2016 se suscribió el acuerdo comercial entre Perú y Brasil, el cual tiene como objetivo promover las inversiones de ambas partes, fortalecer e impulsar el comercio de servicios y explotar el sin fin de oportunidades que pueden surgir.

Brasil es uno de los principales socio comercial del Perú a nivel latinoamericano y representa aproximadamente el 60% de importaciones en el marco de los países que integran el MERCOSUR.

Cabe mencionar, que a partir del año 2012 todos los productos peruanos con destino a Brasil tiene una preferencia arancelaria de 100%, es decir ingresan a dicho país con arancel cero. Esto genera que las empresas brasileñas opten por elegir como proveedores a empresas peruanas, ya que es un beneficio que no muchos países tienen con Brasil.

#### **1.2.3. BHG CORP SAC**

La empresa BHG CORP SAC, la cual será materia de investigación, se encuentra identificada con el RUC: 20515327321, y ubicada en el distrito de ATE, inicio sus operaciones el año 2007 en Lima. Es una empresa dedicada a la elaboración de conservas ricas en hierro a base de sangrecita de res, bofe de res, hígado de pollo, molleja de pollo y pechuga de pollo.

Todos los productos que elaboran tienen como cliente final a programas de inclusión social que el estado peruano realiza, como Qali Warma y Cuna Más.

Algunas de las materias primas son directamente importadas por la empresa desde distintas partes del mundo como Brasil, Chile, Argentina y Estados Unidos. Siendo, Chile el principal proveedor y el

hígado de pollo su producto bandera según la información que se pudo obtener del portal de SUNAT.

#### **1.2.3.1. Visión**

Ser una marca global, referente de alimentación saludable y nutrición infantil apostando por niños en igualdad de condiciones, accedan a una alimentación de calidad para su desarrollo integral.

#### **1.2.3.2. Misión**

Contribuir a mejorar la alimentación y nutrición de los niños y poblaciones vulnerables a la desnutrición y anemia, a través de la provisión responsable de alimentos nutritivos y funcionales.

#### **1.2.3.3. Productos**

- A) Conserva de hígado de pollo
- B) Conserva de sangrecita de res
- C) Conserva de sangrecita de res criolla
- D) Conserva de pollo en trozos
- E) Conserva de bofe de res
- F) Conserva de mollejita de pollo

#### **1.2.3.4. Presentaciones**

Actualmente, la empresa cuenta con una cartera de productos en distintas presentaciones que se distinguen por peso y tipo de envase. El más conocido es el envase pouch, con presentaciones de 80 gr., 250 gr. y 500 gr.

Figura 1. Conserva de sangrecita en pouch.



Por otro lado, los envases de hojalata tipo atún (lata), que tienen presentaciones de 150 gr y 170 gr.

Figura 2. Conservas en pouch y lata.



## 1.2.4. Importaciones de la empresa BHG CORP SAC

### 1.2.4.1. Flujo de importación

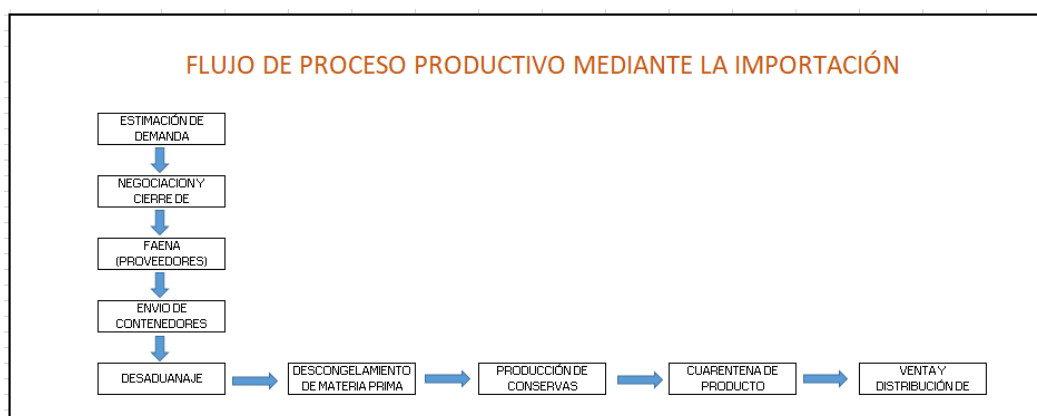
**A)** Estimación de la demanda: mediante la información que brinda los programas sociales a las empresas con el fin de que puedan abastecerse de insumos y material. Esta etapa se da finales de cada año; entre noviembre y diciembre.

**B)** Negociación y cierre de volúmenes: Con la información de la demanda, se negocia con los distintos proveedores del exterior

(Brasil, Chile, Argentina, Estados Unidos) con un mayor énfasis en hile por el menor precio.

- C) Faena de proveedores:** Es proceso que realizan las empresas proveedoras de faena de las aves, recolectando la menudencia que se requiera (hígado o molleja de pollo). Cada proveedor cuenta con distintos tiempos de faena que duran entre los 10-15 días.
  
- D) Envío de contenedores:** El tiempo de tránsito de contenedores varía dependiendo del país y puerto de origen. La empresa actualmente cuenta con un rango entre 4-28 días de tránsito de los contenedores.
  
- E) Desaduanaje:** El proceso de nacionalización desde la llegada de la nave toma aproximadamente entre 4-6 días, considerando que al ser alimentos debe ser inspeccionada por SENASA previamente para la conformidad y posterior liberación de la carga.
  
- F) Descongelamiento:** La carga adquirida por la empresa son menudencias congeladas, y por ello cuentan con un proceso de descongelamiento que dura entre 2-3 días dependiendo del tipo de producto.
  
- G) Producción de conservas:** La producción se da en dos días. El primer día se acondiciona el producto descongelado dentro de la fábrica, se cose el producto, y al día siguiente se empaquete.
  
- H) Cuarentena:** El producto final debe estar por lo menos 15 días en observación en caso presente alguna anomalía, luego de ello es liberado para su distribución.
  
- I) Venta y distribución:** Terminada la cuarentena del producto, es distribuido a los distintos puntos que el cliente lo requiere.

Figura 3. Flujo de procesos productivo mediante la importación de materia prima.



Fuente: Elaboración propia

#### 1.2.4.2. Importaciones de la empresa entre los años 2017-2020

Según las incidencias que presenta la empresa a través del portal de SUNAT, se registra que sus productos tienen movimiento comercial de entrada y de salida del país.

Desde el año 2017 al 2020, la empresa importó un valor aproximado de 5 millones de dólares en valor CIF. La cual posiciona en primer lugar a la partida 0207.14.00.90, la cual se encuentra comprendida todas las menudencias y trozos de pollo congelado.

Tabla 3. Reporte de partidas arancelarias importadas por BHG CORP SAC entre los años 2017 – 2020.

PARTIDA ARANCELARIA	TOTAL CIF
207140090	USD 2,705,602.15
7612909000	USD 1,738,738.46
206290000	USD 255,007.80
8422309000	USD 167,659.03
207270000	USD 68,181.34
8418992000	USD 27,104.74
8418999090	USD 19,109.64
8422900000	USD 8,507.46
8422402000	USD 6,657.42

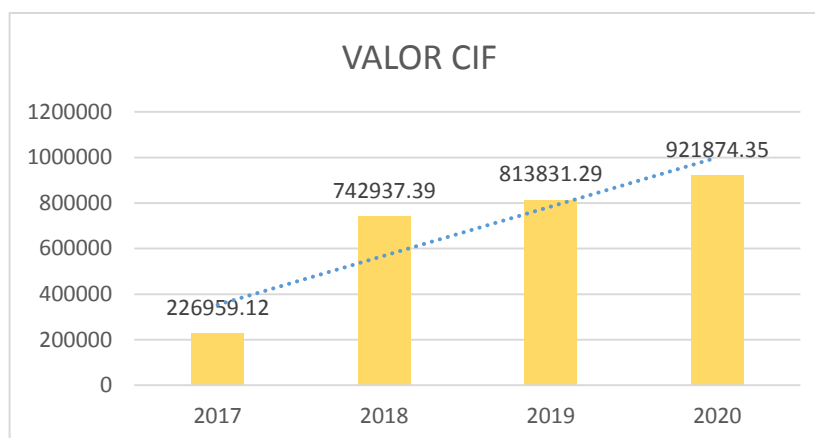
8422409000	USD	2,831.83
8504321000	USD	417.09
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>USD</b>	<b>4,999,816.96</b>

Fuente:

SUNAT

Elaboración propia

Figura 4. Valores CIF de importación de menudencia de pollo del periodo 2017-2020.



Fuente: SUNAT

Elaboración propia.

Como se observa las menudencias y trozos de pollo son el principal insumo para la elaboración de conservas tiene un 54% de participación en todas las importaciones de la compañía, y los envases (pouch tetra laminado) cuentan con un 34.78% de participación.

#### 1.2.4.3. Importación de menudencia de pollo por año

Las necesidades y volúmenes de importación de BHG CORP SAC han ido variando en el tiempo, de acuerdo a como ha ido mejorando las ventas de la empresa, los procesos, entre otros. Así como también, las necesidades de los programas sociales.

Es por ello que, como se aprecia en el recuadro, en un comienzo solo se importaba molleja de pollo y pechuga de pollo en pequeñas



cantidades, y posteriormente se importó hígado de pollo y se dejó de lado los dos productos ya antes mencionados.

Tabla 4. Volúmenes de importación de menudencia de pollo del periodo 2017-2020 (valores en Kg.)

AÑO/PRODUCTO	HIGADO DE POLLO	MOLLEJA DE POLLO	PECHUGA DE POLLO
2017		156,024.0	25,764.0
2018	81,000.0	639,852.0	0.0
2019	1'726,972.6	0.0	0.0
2020	1'365,348.7	0.0	27,000.0
TOTAL	3'173,321.2	795,876.0	52,764.0

Fuente: SUNAT

Elaboración propia.

#### 1.2.4.4. Importaciones mensuales de menudencia de pollo

En la siguiente tabla se visualiza las importaciones en kilogramos por cada producto y en cada mes.

Tabla 5. Reporte mensual de las importaciones de menudencia de pollo entre los años 2017-2020 de BHG CORP SAC.

MES	2017			2018			2019			2020		
	PECHUGA DE POLLO	MOLLEJA DE POLLO	HIGADO DE POLLO	PECHUGA DE POLLO	MOLLEJA DE POLLO	HIGADO DE POLLO	PECHUGA DE POLLO	MOLLEJA DE POLLO	HIGADO DE POLLO	PECHUGA DE POLLO	MOLLEJA DE POLLO	HIGADO DE POLLO
ENERO	0	0	0	0	182,028	0	0	0	117,985.43	0	0	212,857.23
FEBRERO					52,992				119,932.55			377,818.36
MARZO					80,832				167,888.27			203,981.5
ABRIL					0				239,895.72			354,963.56
MAYO	0	0	0	0	0	0	0	239,787.6	0	0	188,728.0	
JUNIO					0			143,936.88			27,000.0	
JULIO					162,000			263,913.88			0	
AGOSTO	25,764	135,000	215,920.23									
SEPTIEMBRE	0	0	0	0	27,000	0	0	119,959.14	0	0	0	
OCTUBRE					0			70,761.3				
NOVIEMBRE					26,004			0				0
DICIEMBRE					130,020			81,000				26,992
TOTALES	25,764	156,024		0	639,852	81,000	0	0	1'726,973.00	27,000	0	1'365,348.65

Fuente: SUNAT

Elaboración propia.

Fue a finales del año 2017 donde la empresa recurrió a la importación de materia prima para mejorar sus procesos. Al año siguiente, empezó solo con la importación de molleja de pollo, y en diciembre optó por empezar con la importación de hígado de pollo, la cual finalmente en los años 2019 y 2020 desplazó a la molleja de pollo como principal producto importado. Esto, como consecuencia del aumento de la demanda de conservas de hígado de pollo en el programa Qali Warma y las mejoras en su rentabilidad en la comercialización de las conservas.

### 1.2.5. Proveedores Internacionales

Según el reporte obtenido por el portal de SUNAT, la empresa BHG CORP presenta 5 proveedores de menudencia de pollo: hígado y molleja de pollo. Sus principales proveedores son de procedencia Chilena y Brasileña.

Tabla 6. Proveedores Internacionales de menudencia de pollo de BHG CORP SAC.

PROVEEDOR	PAIS
AGROSUPER LTD	CHILE
COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL COPARIL	BRASIL
SEARA ALIMENTOS LTDA	BRASIL
BRF SA	BRASIL
GRANJA TRES ARROYOS	ARGENTINA

Fuente: SUNAT

Elaboración propia.

#### 1.2.5.1. País de origen

Analizando a mayor profundidad las importaciones de menudencia de pollo, se observa los países proveedores y productos

importados de la empresa. El producto más importado en toneladas ha sido el hígado de pollo que precisamente también es su producto estrella en las conservas que se elaboran.

Tabla 7. Volúmenes de importación de menudencia de pollo del periodo 2017-2020 (valores en Kg.)

PAIS/PRODUCTO	HIGADO DE POLLO	MOLLEJA DE POLLO	PECHUGA DE POLLO
ARGENTINA	108,000.0	0.0	0.0
BRASIL	913,516.0	795,876.0	52,764.0
CHILE	2'081,044.1	0.0	0.0
ESTADOS UNIDOS	70,761.1	0.0	0.0
TOTAL	3'173,321.2	795,876.0	52,764.0

Fuente: SUNAT

Elaboración propia.

#### 1.2.5.2. Lead time por país

Contar con distintos tiempos de tránsito ayuda a las empresas a tener una planificación en los ingresos de materias primas a su almacén. Adicionalmente, mejora las acciones de contingencia ante cualquier desabastecimiento, sobre todo la opción de Chile que solo son 4 días de tiempo de tránsito.

Tabla 8. Resumen de tiempos del proceso de compra.

	CHILE	BRASIL	ARGENTINA	ESTADOS UNIDOS
ORDEN DE COMPRA	1	1	1	1
PRODUCCION	15	15	12	15
TRANSITO	4	28	20	20
DESADUANAJE	4	4	4	4
TOTAL LEAD TIME (DIAS)	24	48	37	40

Elaboración propia.

## 1.2.6. Precios en el mercado internacional

Los precios de las materias primas son fundamentales para toda empresa, ya que es una de las opciones para crear ventaja competitiva contra otras que se dediquen al mismo rubro. BHG CORP empezó mucha de sus producciones con compras a empresas importadoras. Es decir, eran abastecidos por empresas que importaban productos congelados, y se comercializaba de la misma forma, o también por empresas nacionales productoras menudencia de pollo que no lograban satisfacer la necesidad. Con el transcurso del tiempo la empresa empezó con los procesos de importación de poco en poco como ya se ha demostrado antes, para así lograr satisfacer su demanda.

### 1.2.6.1. Precio promedio en valor CIF de otras empresas importadoras

En la siguiente grafica se observa los valores promedios de importación durante el periodo 2017 a 2020. El hígado de pollo es el producto más barato y la pechuga de pollo (sin hueso y sin piel) el más caro entre los tres.

Tabla 9. Precios promedios de empresas importadores de menudencia de pollo del periodo 2017-2020 (valores en \$.)

PRODUCTO	2017	2018	2019	2020
HIGADO	\$ 0.45	\$ 0.47	\$ 0.47	\$ 0.57
MOLLEJA	\$ 0.95	\$ 1.00	\$ 0.93	\$ 0.90
PECHUGA	\$ 2.13	\$ 2.09	\$ 1.86	\$ 1.55

Fuente: SUNAT

Elaboración propia.

### 1.2.6.2. Precio promedio en valor CIF de BHG CORP SAC

En la información siguiente, se puede visualizar los precios de importación de la empresa BHG CORP SAC, con valores promedio similares a otras empresas importadoras de los mismos productos.

Tabla 10. Precios promedios de BHG CORP de importación de menudencia de pollo del periodo 2017-2020 (valores en \$.)

PRODUCTO	2017	2018	2019	2020
HIGADO	\$ -	\$ 0.76	\$ 0.47	\$ 0.60
MOLLEJA	\$ 1.02	\$ 1.05	\$ -	\$ -
PECHUGA	\$ 2.15	\$ -	\$ -	\$ 1.56

Fuente: SUNAT

Elaboración propia.

Los precios varían mucho dependiendo del país de origen. Al necesitar un incremento de abastecimiento de hígado de pollo, la empresa buscaba alternativas en otras partes del mundo diferentes a Chile (precio más bajo) para poder cumplir con su demanda. Por ello, en algunos años los precios promedios de los productos subían a comparación de otras empresas.

Tabla 11. Precios promedios de BHG CORP de importación de menudencia de pollo del periodo 2017-2020 por país y producto (valores en \$.)

Producto/País	ARGENTINA	BRASIL	CHILE	ESTADOS UNIDOS
HIGADO	\$ 0.66	\$ 0.70	\$ 0.47	\$ 0.73
MOLLEJA	\$ -	\$ 1.07	\$ -	\$ -
PECHUGA	\$ -	\$ 1.94	\$ -	\$ -

Fuente: SUNAT

Elaboración propia.

Si bien es cierto, que en algunos casos se pueden hallar valores por encima de promedio general, se debe tomar en consideración que a estos precios aún debe sumarse los gastos de nacionalización (impuestos y gastos operativos) y adicional a ello, el porcentaje de ganancia de venta de las empresas importadoras y comercializadoras. Es decir, los precios a pesar de estar por encima siguen siendo muy competitivos en el mercado.

### 1.2.6.3. Gastos de nacionalización

Como toda empresa importadora, BHG CORP SAC debe realizar la nacionalización de su mercancía cuando arriban a territorio nacional. Este gasto debe ser costeado junto al valor del producto y los gastos que se incurran en la producción para obtener un costo total del producto final (conservas).

En el siguiente grafico se detalla una simulación de una importación de hígado de pollo proveniente de Chile.

Figura 5. Gastos de nacionalización.

PRODUCTO	HIGADO DE POLLO		T.C		3.4	
CONTENEDOR	FCL					
PESO	24000					
PRECIO CIF X KG	\$	0.47				
VALOR CIF	\$	11,280.00				

		2017	2018	2019	2020
AGENTE DE ADUANA	S/	119.03	S/ 119.03	S/ 111.36	S/ 111.36
SENASA	S/	719.00	S/ 719.00	S/ 719.00	S/ 719.00
ALMACENAMIENTO	S/	2,200.00	S/2,120.00	S/1,950.00	S/1,950.00
GASTOS OPERATIVOS	S/	550.00	S/ 550.00	S/ 570.00	S/ 570.00
DEV. DE CONTENEDOR	S/	715.00	S/ 715.00	S/ 700.00	S/ 700.00
TRANSPORTE	S/	950.00	\$ 850.00	S/ 850.00	S/ 850.00
<b>TOTAL</b>	S/	<b>5,253.03</b>	<b>S/5,073.03</b>	<b>S/4,900.36</b>	<b>S/4,900.36</b>
GTO EXTRA (3%)	S/	1,150.56	S/1,150.56	S/1,150.56	S/1,150.56
<b>GASTO X KG</b>	S/	<b>0.22</b>	S/ 0.21	S/ 0.20	S/ 0.20
<b>PRECIO CIF C KG (S/)</b>	S/	<b>1.60</b>	S/ 1.60	S/ 1.60	S/ 1.60
<b>PRECIO X KG NACIONALIZADO</b>	S/	<b>1.82</b>	S/ 1.81	S/ 1.80	S/ 1.80

Fuente: Información de la empresa

Elaboración propia.

En los últimos años, la empresa ha ido mejorando algunos costos de la nacionalización a partir de una mejor negociación con los actores de la cadena logística de importación como: agentes de aduana, almacenes aduaneros y transportistas.

Asimismo, la empresa cuenta con un presupuesto para algún gasto extra o sobre costo que se pueda generar durante el proceso de nacionalización.

## **1.2.7. Comercialización de conservas**

### **1.2.7.1. Programas sociales**

#### **1.2.7.1.1. QALI WARMA**

El Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma, tiene como finalidad brindar un servicio de calidad cumpliendo los siguientes objetivos:

- ✓ Garantizar el servicio alimentario durante todos los días del año escolar a los usuarios del Programa de acuerdo a sus características y las zonas donde viven.
- ✓ Contribuir a mejorar la atención de los usuarios del Programa en clases, favoreciendo su asistencia y permanencia.
- ✓ Promover mejores hábitos de alimentación en los usuarios del Programa.

El programa brinda la alimentación en sus tres niveles: desayuno, almuerzo y cena. Lo usual era brindar estos alimentos cuando los alumnos acudían a los colegios y se otorgaban raciones adicionales para que puedan consumir otros alimentos cuando no se encontraban en sus centros de estudio y puedan seguir alimentándose de la mejor manera. Sin embargo, a partir del 2020 por la pandemia y

los cierres de colegios en todo el Perú, solo se entregaban raciones y canastas a cada miembro de familia para que puedan alimentar con ello a sus hijos estudiantes.

Actualmente, la empresa BHG CORP SAC abastece de forma indirecta a dicho programa con todas sus conservas en hojalata, ya que por este cambio de realizar ollas comunes en los colegios a entregar solo raciones/canastas se dejó de producir conservas en pouch que eran una presentación más grande (mayor peso neto).

El programa social ha ido cambiando durante los años respecto a los productos que demandaba.

En el 2017 consumía mucho más conserva de molleja de pollo que de hígado de pollo, pero por los constantes problemas de calidad con el producto de molleja fue siendo sustituido por el hígado de pollo que desde el 2018 tuvo mayor participación.

Es por ello, que se puede determinar que las importaciones de la empresa fueron aumentando con la mayor adquisición del hígado de pollo y la disminución del consumo de molleja en el 2018 y terminando por ser nulo en 2019.

Tabla 12. Volúmenes de compra del programa social Qaliwarma del periodo 2017-2020 (Valores en Ton.)

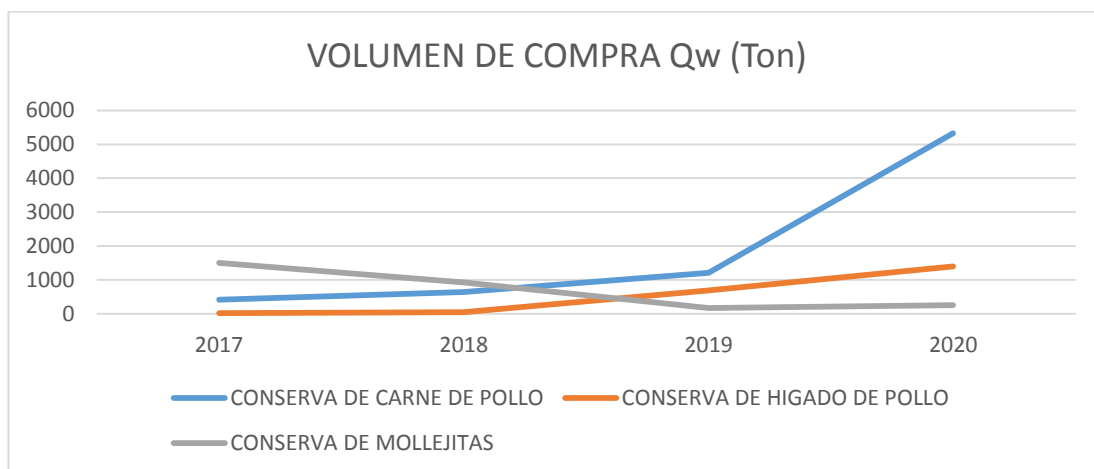
PRODUCTO	2017	2018	2019	2020
CONSERVA DE CARNE DE POLLO	417	645	1209	5326
CONSERVA DE HIGADO DE POLLO	15	46	692	1394
CONSERVA DE MOLLEJITAS	1498	926	164	251

Fuente: Página web de Qaliwarma

Elaboración propia.



Figura 6. Volúmenes de compra del programa social Qaliwarma del periodo 2017-2020. (Valores en Ton)



Fuente: Página web de Qaliwarma

Elaboración propia.

#### 1.2.7.1.2. CUNA MÁS

El Programa Nacional Cuna Más del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (Midis) brinda atención integral a niñas y niños menores de 3 años y madres gestantes de zonas urbanas y rurales en condiciones de pobreza y pobreza extrema.

Este programa busca mejorar el desarrollo infantil temprano para superar las brechas en el desarrollo cognitivo, social, físico y emocional de los infantes, mediante **2 servicios gratuitos**:

**Servicio de Cuidado Diurno:** atención integral de lunes a viernes de 8:00 a. m. a 4:00 p. m. en locales acondicionados para niñas y niños de 6 a 36 meses de edad, que responden a sus necesidades mediante el cuidado, juego y nutrición.

**Servicio de Acompañamiento a Familias (SAF):** visitas semanales a hogares con hijas e hijos menores de 36 meses o madres gestantes. Se brinda orientación a las mamás y papás para fortalecer las prácticas de cuidado y aprendizaje, además de

potenciar el desarrollo de las niñas y niños con experiencias de juego

El programa CUNA MÁS también ofrece dentro de sus servicios la alimentación para los niños y gestantes. Y al igual que en el programa Qali Warma, se ha visto un crecimiento en la demanda de conservas de pollo y sus menudencias.

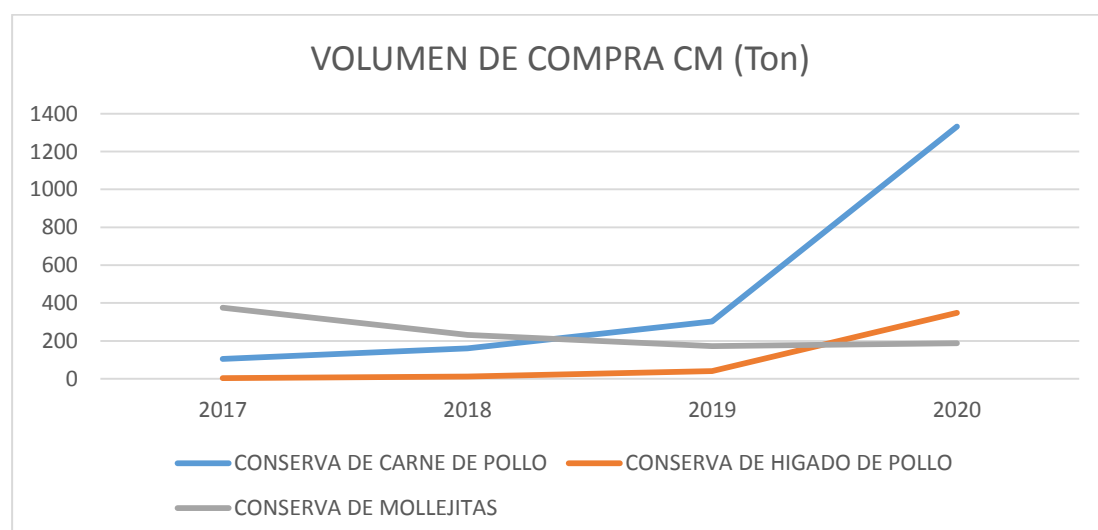
Tabla 13. Volúmenes de compra del programa social Cunamas del periodo 2017-2020 (Valores en Ton.)

PRODUCTO	2017	2018	2019	2020
CONSERVA DE CARNE DE POLLO	104	161	302	1332
CONSERVA DE HIGADO DE POLLO	4	11	41	349
CONSERVA DE MOLLEJITAS	375	231	173	188

Fuente: Página web de Cuna Más

Elaboración propia.

Figura 7. Gráfica de volúmenes de compra del programa social Cuna Más del periodo 2017-2020. (Valores en Ton.)



Fuente: Página web de Cuna Más

Elaboración propia.

### 1.2.7.2. Volúmenes de ventas

Como toda empresa, las ventas de una empresa es el principal indicador de cómo es la situación actual de la misma dentro del mercado en donde se encuentre.

Para BHG CORP las ventas han ido variando de acuerdo a la demanda de los programas sociales. Es por ello que se visualiza en el siguiente grafico un gran aumento en las ventas de conservas de hígado de pollo y una disminución de consumo de conservas de mollejititas de pollo.

Para el año 2020 la empresa logró vender aproximadamente 1400 toneladas de conservas de pollo y menudencia de pollo donde el 80% es la venta hacia el programa QaliWarma, 15% para Cuna más y el 5% para otros mercados.

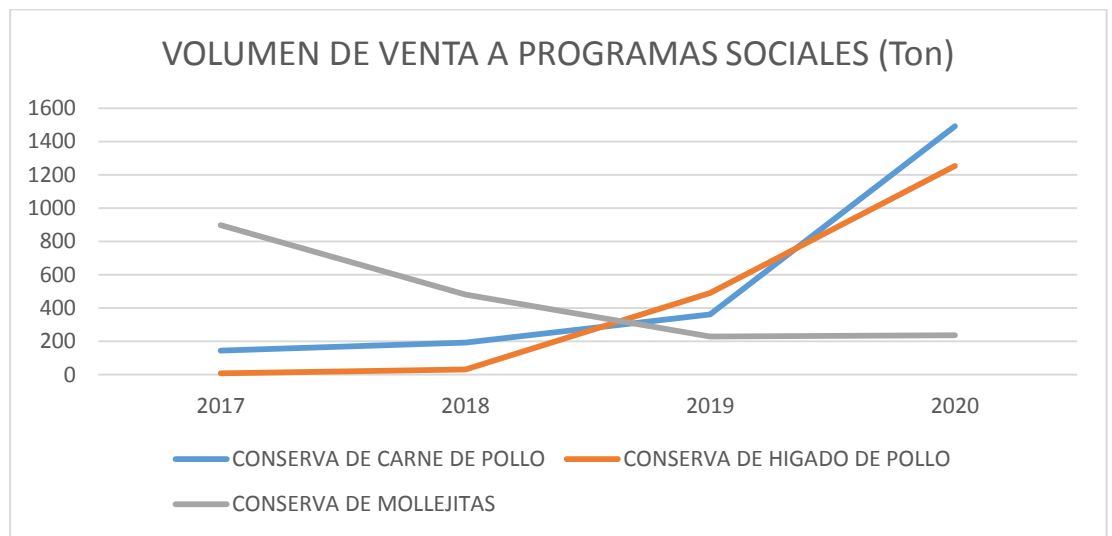
Tabla 14. Volúmenes de ventas de conservas de menudencia de pollo a los programas sociales entre los años 2017-2020 (Valores en Ton)

PRODUCTO	2017	2018	2019	2020
CONSERVA DE CARNE DE POLLO	146	194	363	1491
CONSERVA DE HIGADO DE POLLO	9	32	491	1255
CONSERVA DE MOLLEJITAS	899	481	230	238

Fuente: BHG CORP SAC

Elaboración propia.

Figura 8. Grafica de volúmenes de ventas de conservas de menudencia de pollo a los programas sociales entre los años 2017-2020. (Valores en Ton)



Fuente: BHG CORP SAC

Elaboración propia

### 1.2.7.3. Precio de venta

El precio de venta de la conserva de menudencia de pollo (hígado o molleja de pollo) ha ido disminuyendo con el tiempo, por dos principales factores:

**A) El aumento de competidores en el mercado:**

Más empresas se han ido sumando a la venta de conservas con alto valor nutricional para los programas sociales, debido a la gran demanda nacional y a la buena rentabilidad que se obtiene por la fabricación y venta de estos alimentos. Es por ello, que BHG CORP SAC ha tenido que ir ajustando los precios de venta para poder competir.

**B) La mejora de costos de producción:**

Con el ingreso de nuevos competidores, la empresa ha ido mejorando los costos de materia prima (importación), costos logísticos (costos de importación y distribución), y los costos de fabricación (mejora de procesos y automatización).

Evolución del precio de caja de pouch (caja x 12 unid de 500 gr) ha ido disminuyendo desde el año 2018 al 2020. Sumando así una disminución de 25% aproximadamente tomando como referencia el precio del año 2017 que fue S/136.90.

Tabla 15. Precio de venta de conservas de hígado de pollo.

AÑO	PRECIO	VARIACION
2017	S/ 136.90	
2018	S/ 125.90	-8.04%
2019	S/ 116.90	-7.15%
2020	S/ 103.40	-11.55%

Fuente: BHG CORP SAC

Elaboración propia

**1.2.7.4. Atención Post-Venta**

La empresa BHG CORP ha realizado muchos esfuerzos en mejorar día a día la atención que brinda a sus clientes durante todo el proceso de compra (pre y post venta), es por ello que actualmente maneja distintos indicadores que le ha ayudado a medir adecuadamente la evolución de la satisfacción del cliente a través de la atención que se brinda. Los indicadores son:

**a) Número de reclamos atendidos**

La importación de menudencia de pollo, no solo ha conllevado a la empresa a tener una mejora en costos, sino también a reducir

algunos reclamos que son provenientes de la misma naturaleza del producto como el hallazgo de piedras pequeñas, maíz, entre otros.

La empresa cuenta con un control de los reclamos que se han realizado en el transcurso de los años. A continuación se podrá visualizar un resumen de los tipos de reclamos y la cantidad aproximada en cada año.

Tabla 16. Resumen de reclamos entre los años 2017-2020.

TIPO DE RECLAMO	2017	2018	2019	2020
Caja golpeada	10	12	11	15
Envase hinchado	6	4	2	2
Producto mal rotulado	2	0	3	3
Producto con material extraño	9	7	4	3
Envase golpeado	10	8	5	5
Otros	4	3	2	2
Total	41	34	27	30

TIPO DE RECLAMO	2017	2018	2019	2020
Producto con material extraño	9	7	4	3
		-22%	-43%	-25%

Fuente: BHG CORP

Elaboración propia

Según el resumen presentado, la empresa ha disminuido de 9 reclamos anuales a 3 reclamos para el año 2020. Con ello, se deduce que la menudencia de pollo importada es de una mejor calidad, la cual ayuda en el proceso productivo de la conservas y que el cliente final pueda consumir un producto de inocuo y de alta calidad.

#### **b) Continuidad de compra**

Según lo detallado por la empresa, de cada 10 clientes 8 realizan compras mensualmente de los distintos productos que comercializan,

esto con el fin de contar con el abastecimiento necesario para sus consumos.

Uno de los factores por los cuales los clientes realizan sus compras continuamente es por la calidad del producto, ya que mencionan que no han presentado algún problema con las conservas durante su transporte, almacenaje, distribución y consumo.

Asimismo, la atención que brinda el área comercial de la empresa es imprescindible dado que es el medio directo por el cual adquieren los productos.

#### **1.2.7.5. Capacidad de producción**

La empresa para adaptarse a las nuevas necesidades y demandas del mercado ha tenido que adquirir nuevas maquinarias para aumentar los volúmenes de producción.

En el año 2017 se producían alrededor de 15 toneladas diarias de conservas en sus distintas presentaciones, en el 2018 se alcanzó las 18 toneladas diarias y en los años 2019 - 2020 se alcanzó hasta 28 toneladas, aumentando así en más de un 60% su capacidad productiva.

Esto se logró fundamentalmente gracias a la adquisición de maquinarias como: 2 Autoclaves de esterilización, 4 tinas de cocción, 5 máquinas empacadoras al vacío y una maquina cerradora de latas.

Tabla 17. Capacidad de producción diaria de la empresa.

AÑO	CAPACIDAD DE PRODUCCION / DIA (TN)
2017	12-15
2018	15-18
2019	18-22
2020	23-28

Elaboración propia.

Figura 9. Tumbler.



Figura 10. Autoclave de esterilización.





Figura 11. Marmitas de cocción.



### 1.3. Definición de términos básicos

**Comercialización.** Se le puede definir como una actividad importante dentro de la cadena de valor. (Kotler, 1985)

**Costos de importación.** Se le llama costo de importación al precio de un bien o servicio que se adquiere en el exterior. Considerando también los componentes que implica obtener el bien o servicio hasta donde indique el cliente, los costos de transporte, agencia de aduanas, entre otros. Ministerio de comercio exterior y turismo, (2013).

**Competitividad.** Capacidad de la empresa para proveer bienes o servicios que sean mejores y eficaces que sus competidores. Enright, M., Francés, A., & Scott Saavedra, E. (1994)

**Consumidores.** Son la razón de ser de la empresa, aquellos por los cuales las empresas buscan las mejoras en producción, materia prima y calidad.

**Comercio exterior.** Conocido también como comercio internacional, comprende a la importación y exportación. Abarca lo que es venta y compra internacional entre los distintos países.

**Capacitación.** Compuesto por aquellas actividades que tienen por determinación el de mejorar capacidades y conocimientos de los colaboradores en una empresa.

**Importación.** El ingreso legal (a través de una aduana) de mercancías provenientes del exterior, para ser destinadas al consumo definitivo. Loaiza, D. (2007).

**Insumos.** Todos aquellos recursos intermedios que se utilizan para producir otros bienes finales. Pedrosa, S. (2017).

**Materias primas.** Son aquellas que pueden ser sólidas o líquidas y se utilizan en la fabricación de bienes elaborados. Al pasar por una serie de operaciones y procesos se convierten en un producto final.

**Mano de obra.** Grupo de colaboradores con determinadas habilidades, conocimientos y destrezas en la industria relacionada a los negocios y la producción de bienes.

**Oferta.** Bienes o servicios que una empresa ofrece a sus diferentes consumidores a un precio establecido.

**Producción.** Consiste en crear un bien a través de la transformación de insumos y da como resultado un producto final que será comercializado formalmente.

**Proceso de producción.** Actividades que se realizan para transformar recursos energéticos, mano de obra, insumos o materiales brutos, entre otros, en productos terminados y que ya pueden ser comercializados. Kostas N. Dervitsiotis (1981).

**Precio de importación.** Se define como el precio del bien y que con la suma de todos los gastos de importación da origen al costo de importación.

**Precio del producto.** Es el valor económico que se establece para un bien o servicio, el cual es el que los consumidores deben pagar para adquirirlo.

**Tecnología.** Puede ser definido como un grupo de instrumentos que sumado a la ingeniería puede lograr una producción rápida y eficaz.

**Ventas.** Actividad que consiste en intercambiar un bien o servicio por un valor económico establecido por el vendedor.

**Volumen de importación.** Número de bienes importados en un determinado periodo. Fomentado por la mayor adquisición de bienes de consumo.

## CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

### 2.1. Formulación de hipótesis

#### 2.1.1. Hipótesis general

La importación de menudencia de pollo ha influenciado de manera positiva en la comercialización de la empresa BHG CORP SAC.

#### 2.1.2 Hipótesis específicas

##### Hipótesis específica 1.

Los costos de importación de menudencia de pollo inciden positivamente en las ventas de la empresa BHG CORP SAC.

##### Hipótesis específica 2.

La oferta internacional influye significativamente en el volumen de producción de la empresa BHG CORP SAC.

##### Hipótesis específica 3.

La calidad de la menudencia de pollo importada influye de manera positiva en la satisfacción del cliente de la empresa BHG CORP SAC.

### 2.2. Variables y definición operacional

#### 2.2.1. Variables.

Variable independiente	(Variable 1)
X	Importación de menudencia de pollo
Variable dependiente	(Variable 2)
Y	Comercialización

#### 2.2.2. Definición operacional

##### Variable independiente

##### X Importación de menudencia de pollo

La variable importación de menudencia de pollo se obtendrá a través de la medición de las siguientes dimensiones: Costos de

importación, oferta internacional y calidad. Se otorgara una valoración en la escala de Likert, a través del instrumento cuestionario que contiene 21 ítems.

A su vez, las dimensiones se medirán por 3 Indicadores:

### **Dimensión 1 de la variable 1: Costos de importación**

**I1:** Precio de la menudencia de pollo. Este indicador identificará si el costo de la menudencia de pollo es el más competitivo y la diferencias entre la menudencia local e internacional.

**I2:** Incoterm. El presente indicador permitirá conocer que Incoterm es más utilizado en las negociaciones que realiza la empresa con el proveedor seleccionado.

**I3:** Costos de nacionalización. Este indicador proporcionará la información sobre si los costos en los que incurre la empresa para nacionalizar la menudencia de pollo son competitivos, si cuentan con presupuesto para gastos extras y si la empresa se acoge a algún beneficio tributario.

### **Dimensión 2 de la variable 1: Oferta internacional**

**I1:** Capacidad de abastecimiento. El presente indicador permitirá conocer la capacidad de los proveedores internacionales para prever la menudencia de pollo en tiempo y calidad requerida.

**I2:** Número de proveedores. El indicador permitirá conocer la cantidad de proveedores con los que trabaja la empresa y a qué países pertenecen principalmente.

### **Dimensión 3 de la variable 1: Calidad**

**I1:** Tiempo de entrega. Permitirá conocer si el proveedor cumple con los tiempos negociados con la empresa BHG CORP S.A.C. al pactar un contrato de compra venta y si Chile es el país con menor lead time.

**I2:** Precio de conservas. El presente indicador permitirá conocer si dado a las importaciones las conservas han reducido su precio de venta. Debido a la reducción de precios de venta la empresa ha logrado expandirse a otros mercados.

**I3:** Rendimiento. El indicador pretende demostrar que el rendimiento de la menudencia de pollo es mejor a la del mercado nacional haciendo que los procesos por los que pasa la materia prima sean más óptima.

### **Variable dependiente**

#### **Y Comercialización**

La variable comercialización se medirá a través de 3 dimensiones: Ventas, volumen de producción y satisfacción del cliente. Se le otorgara una valoración basada en la escala de Likert, donde a través del instrumento cuestionario que contiene 24 ítems, se procederá a preguntar a la muestra de la investigación. Cada dimensión se dividirá en 3 indicadores.

### **Dimensión 1 de la variable 2: Ventas**

**I1:** Volúmenes de ventas. El indicador precisara si desde la importación de menudencia de pollo se han incrementado la venta de conservas.

**I2:** Margen de ganancia. Con este indicador se determinara si la empresa ha mejorado e incrementado su margen de ganancia

respecto a otros años en los que no realizaba las importaciones de menudencia de pollo.

**I3:** Número de clientes: Este indicador va a proporcionar la información de los principales clientes con los que trabaja, así como los mercados a los que se pudo extender.

### **Dimensión 2 de la variable 2: Volumen de producción**

**I1:** Capacidad de producción. A través de este indicador se conocerá si la empresa ha logrado incrementar su capacidad de producción, y si gracias a esto han podido ofrecer la cantidad requerida a sus clientes y así acrecentar sus ventas.

**I2:** Infraestructura. A través de este indicador se identificara si gracias a la mejora de sus ventas debido a la importación de menudencia de pollo, la empresa ha podido mejorar su infraestructura, así como abrir una nueva fábrica.

**I3:** Mano de obra. Con el indicador se medirá si los colaboradores conocen el procedimiento para manejar de forma óptima la menudencia importada y de tal forma si cuentan con los implementos necesarios para cumplir dicha labor.

### **Dimensión 3 de la variable 2: Satisfacción del cliente**

**I1:** Número de quejas. Este indicador medirá si la empresa ha logrado disminuir el número de quejas gracias a la calidad de la menudencia de pollo importada.

**I2:** Retroalimentación. El indicador busca conocer si la retroalimentación brindada por los clientes se toma en cuenta en la empresa y si es puesta en conocimiento de todos los colaboradores.

**I3:** Continuidad de compra. Con este indicador conoceremos si los clientes compran frecuentemente por la calidad del producto.

## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA**

En el capítulo se presentará la parte operativa de la investigación, que servirá para organizar y ejecutar el trabajo de campo. Se especifica el diseño metodológico, además se demostrará el procedimiento para hallar la muestra que será parte fundamental de la investigación. Finalmente, se definirá las técnicas de recolección de datos, las técnicas para el procesamiento estadístico y los aspectos éticos.

### **3.1. Diseño metodológico**

La investigación tiene un enfoque cuantitativo, ya que se pretende medir la realidad dentro de la empresa y de sus principales participantes en cuanto a la información que van a proporcionar.

La investigación es de tipo aplicada dado a que tiene como objetivo el de proponer que la importación para la producción es una de las claves para aumentar la comercialización de los productos de la empresa. Además de los efectos positivos, es una buena alternativa frente al bajo abastecimiento local que pueda existir.

El alcance de la investigación es Descriptivo, Hernández, et, al (2010) menciona que la investigación descriptiva es aquella que permite detallar algunos procesos o tendencias en un grupo determinado exponiendo sus características, propiedades y rasgos determinantes y particulares de una situación o realidad determinada, ya existente.

### **3.2. Diseño muestral**

#### **a) Población**

La población para la presente investigación está constituida por los trabajadores de la empresa BHG CORP SAC. Los criterios de inclusión y exclusión para realizar las encuestas son las siguientes:



### **Criterios de inclusión de la población de estudio:**

- Trabajadores que lleven más de 2 años laborando en la empresa.
- Los trabajadores que tengan la posición de analista, supervisor o jefe.
- Los trabajadores que se encuentren en las áreas: administrativa, contable, comercial, logística y producción

### **Criterios de exclusión de la población de estudio**

- Trabajadores que no tengan más de 2 años laborando en la empresa.
- Trabajadores que no tengan rango de analista, supervisor o jefe.
- Colaboradores que ya no se encuentren en la organización.

### **b) Muestra**

La muestra seleccionada será de 12 personas encargadas de las áreas que se ocupa de los procesos administrativos en los diferentes ámbitos, se considera que para el propósito de la investigación se tomen el total de estas, ya que son todos que cumplen con los criterios de inclusión.

### **3.3. Técnicas de recolección de datos**

En la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta, con su respectivo instrumento el cuestionario.

#### **a. Técnica de recolección de datos**

##### **- La encuesta**

Técnica de recolección cuantitativa, permitirá recabar la información importante mediante las preguntas planteadas.

#### **b. Instrumento de recolección de datos**

##### **- El cuestionario**

Instrumento utilizado en la técnica de encuesta, constituido por preguntas que serán respondidas a través de la escala de Likert.

### 3.3.1. Confiabilidad del instrumento

Para medir la confiabilidad del instrumento se utilizó la prueba de coeficiente de Alfa de Cronbach en el IBM SPSS Statistics 25.

Tabla 18. Valores de los niveles de confiabilidad.

Valores	Niveles de Confiabilidad
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiabilidad moderada
0.66 a 0.71	Confiabilidad alta
0.72 a 0.99	Confiabilidad muy alta
1	Confiabilidad perfecta

Fuente: Hernández et al (2006)

Tabla 19. Análisis de confiabilidad del instrumento por variable.

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,953	,967	2

Elaboración propia

El cuestionario obtuvo un coeficiente de 0.953, lo que permite decir que la confiabilidad es alta.

Tabla 20. Estadísticas totales del instrumento por variable.

<b>Estadísticas de total de elemento</b>				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Importación de menudencia de pollo	105,5833	32,265	,935	
Comercialización de conservas	92,1667	51,606	,935	

Elaboración propia.

### 3.3.2. Validez del instrumento

El instrumento fue validado a través del criterio de 3 profesionales profesores de la Universidad San Martín de Porres que desempeñan la docencia enseñando sus conocimientos en Administración de Negocios Internacionales.

Fueron tomados en cuenta los ítems que componían el cuestionario (en base a las variables, dimensiones e indicadores). Se concluyó que las preguntas son adecuadas para la investigación.

### 3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Según Quezada, N. (2010), la investigación emplea un enfoque cuantitativo; tratando de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la mayoría de las mismas procede. En el desarrollo del proceso de los datos se efectuaron las siguientes acciones:

- La codificación: a través del cual será posible organizar los datos y los ítems, de acuerdo al procedimiento estadístico de la tabulación empleadas, que nos permite la agrupación de los datos.
- La tabulación: mediante esta se podrá desarrollar la matriz de datos y los cuadros. Los gráficos se mostrarán de manera

clara y de forma específica los resultados, estos toman en cuenta las alternativas de cada ítem, la frecuencia observada y el porcentaje respectivo.

- Escalas de medición: se utilizará la escala ordinal, que denotan los diferentes valores de la variable posicionándolos de acuerdo a un rango.
- El análisis e interpretación de los datos: se procederá a la respectiva interpretación de los resultados.

El análisis de los datos se realizará con el software estadístico IBM SPSS Statistics 25, con el cual se tabulo y valido los instrumentos con el Alpha de Cronbach. Finalmente se procedió a elaborar las tablas y gráficos correspondientes a la investigación.

### **3.5. Aspectos éticos**

La investigación se ejecuta a través de los 3 principios universales de investigación, descritos en el Informe Belmont:

- Respeto por las personas
- Beneficencia
- Justicia

Se tendrá en cuenta las normas establecidas de la Universidad San Martín de Porres según el marco normativo de la Ley N° 30220 – Ley Universitaria. Además, se garantiza que los cuestionarios serán llevados a cabo por el investigador y respondidos por las personas conformantes de la empresa sujeta a la investigación. De igual forma las preguntas han sido verificadas por expertos profesores que dieron conformidad el contenido.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS

### 4.1. Resultados de la investigación

El presente apartado tiene como fin el de mencionar los resultados de la investigación en base a las respuestas del instrumento utilizado. Para analizar los datos, se aplicó la Prueba de Normalidad que dará a conocer si las variables siguen una distribución normal y saber que prueba se va a aplicar, si la paramétrica o no paramétrica.

Ya que la muestra es  $\leq$  a 50, se va a utilizar Shapiro-Wilk.

Tabla 21. Prueba de Normalidad.

	Pruebas de normalidad		
	Estadístico	Shapiro-Wilk gl	Sig.
Importación de menudencia de pollo	,888	12	,111
Comercialización de conservas	,900	12	,158

\*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Elaboración propia

H0: Los datos siguen una distribución normal.

H1: Los datos no siguen una distribución normal.

Si P-valor < 0.05 se rechaza la hipótesis nula

Si P-valor > 0.05 se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis 1.

Ya que P-valor para ambas variables es mayor a 0.05, se acepta la hipótesis nula, que significa que los datos siguen una distribución normal.

Figura 12. Los datos son simétricos para la variable Importación de Menudencia de Pollo.

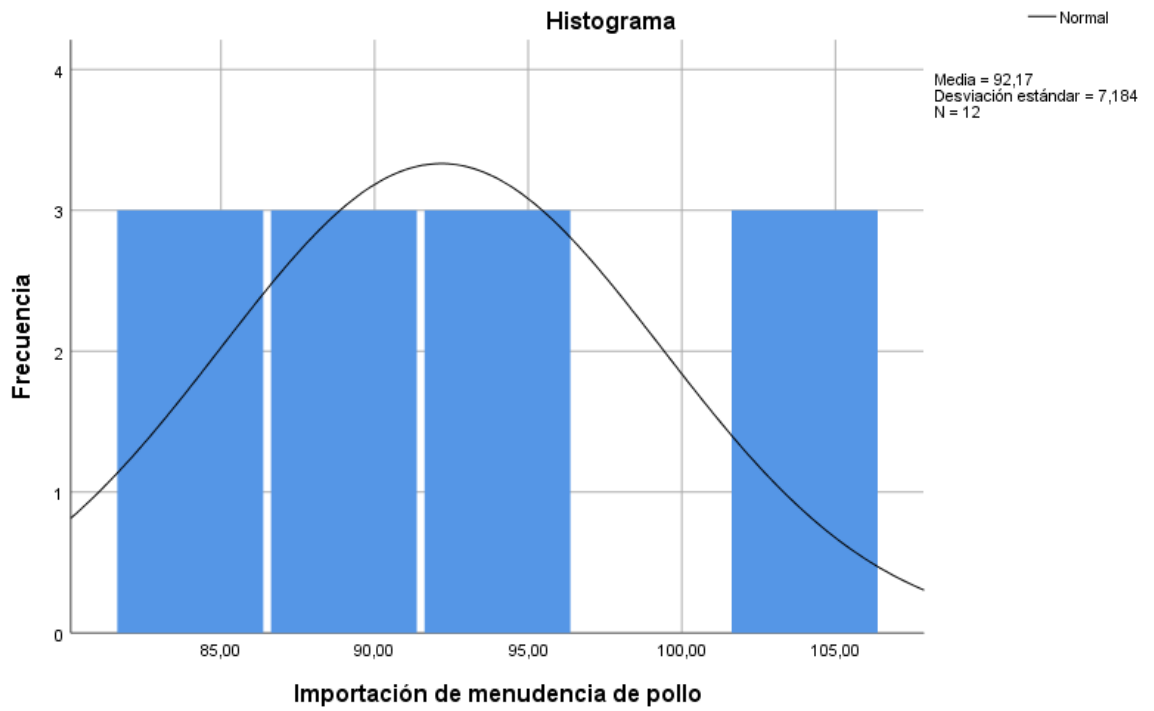
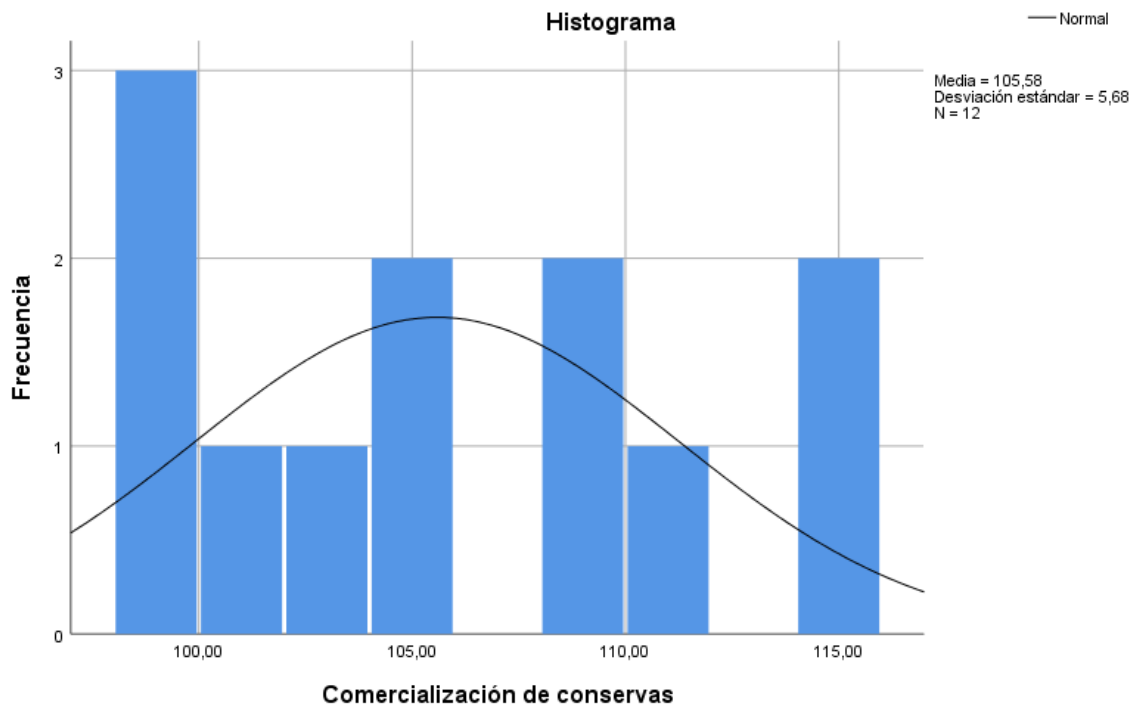


Figura 13. Los datos de la variable Comercialización son simétricos.



Los datos para la variable Comercialización de conservas están concentrados en la media.

Finalmente concluimos que las variables siguen una distribución normal. Ya que la distribución para ambas variables es normal, se va a utilizar la estadística paramétrica. Para lo cual:

H0: No existe correlación entre las variables “x” e “y”

H1: Existe correlación entre las variables “x” e “y”

Si P-valor es  $< 0.05$  se rechaza la H0.

Si P-valor es  $\geq 0.05$  se acepta la H0 y se rechaza la H1.

Tabla 22. Correlación de variables.

<b>Correlaciones</b>			
		Importación de menudencia de pollo	Comercializació n de conservas
Importación de menudencia de pollo	Correlación de Pearson	1	,935**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	12	12
Comercialización de conservas	Correlación de Pearson	,935**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	12	12

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

Elaboración propia

Debido a que P-valor para ambas variables es menor a 0.05 se rechaza la hipótesis nula de que no existe correlación entre las variables.

#### 4.1.1. Descripción de la muestra

La investigación tiene una muestra compuesta por 12 trabajadores de la empresa BHG CORP SAC. Trabajadores que se desempeñan en las principales áreas de administración y tienen a su cargo actividades de gestión. La muestra consta de 3 trabajadores del

área logística, 3 de administración, 2 del área de ventas, 2 trabajadores del área de finanzas y contabilidad y 2 trabajadores encargados de administrar los procesos de producción.

A la totalidad de participantes se le aplicó un cuestionario de 44 preguntas con la escala de Likert, del 1 al 5, considerando 5 como totalmente de acuerdo y 1 como totalmente en desacuerdo.

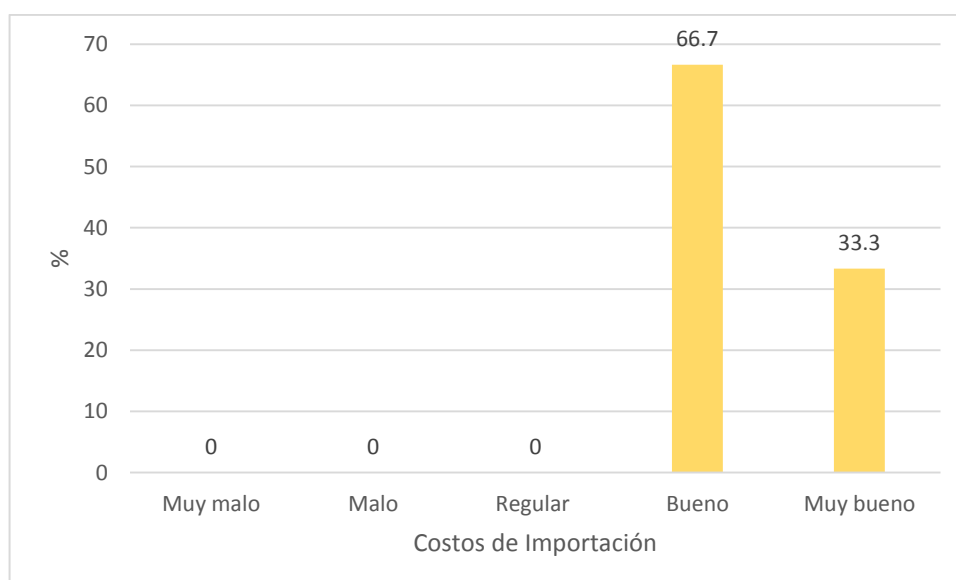
#### 4.1.2. Análisis exploratorio

Variable X: IMPORTACIÓN DE MENUDENCIA DE POLLO

Tabla 23. Frecuencia estadística de la dimensión Costo de Importación.

	Cantidad	Porcentaje
Muy malo	0	0
Malo	0	0
Regular	0	0
Bueno	8	66.7
Muy bueno	4	33.3
Total	12	100

Figura 14. Costos de importación.



Fuente: Elaboración propia

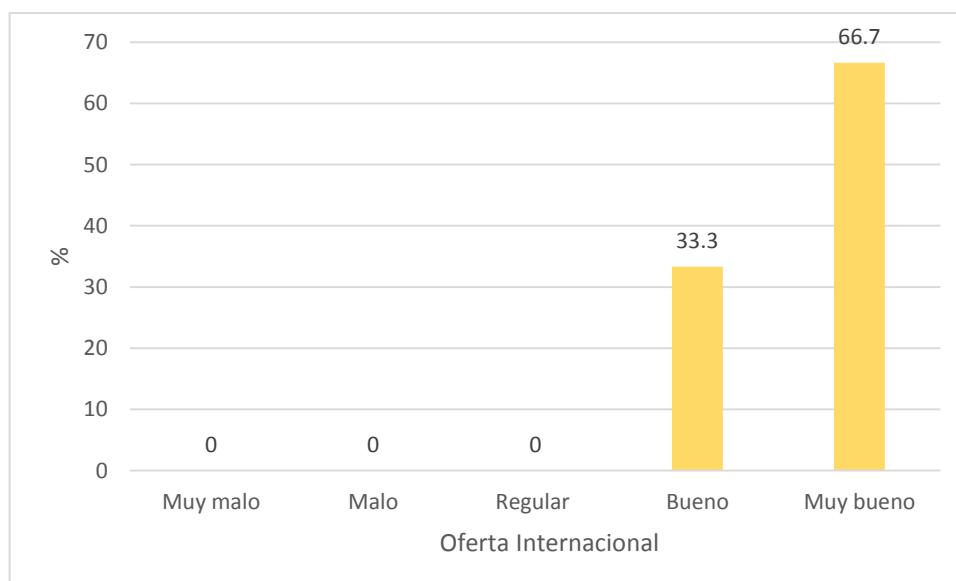


En la tabla se aprecia que del total de trabajadores  $n=12$  (100%), el 66.7% considera que es bueno el costo de importación, mientras que el 33.3% considera que es muy bueno el costo de importación.

Tabla 24. Frecuencia estadística de la dimensión Oferta Internacional.

	Cantidad	Porcentaje
Muy malo	0	0
Malo	0	0
Regular	0	0
Bueno	4	33.3
Muy bueno	8	66.7
Total	12	100

Figura 15. Oferta Internacional.



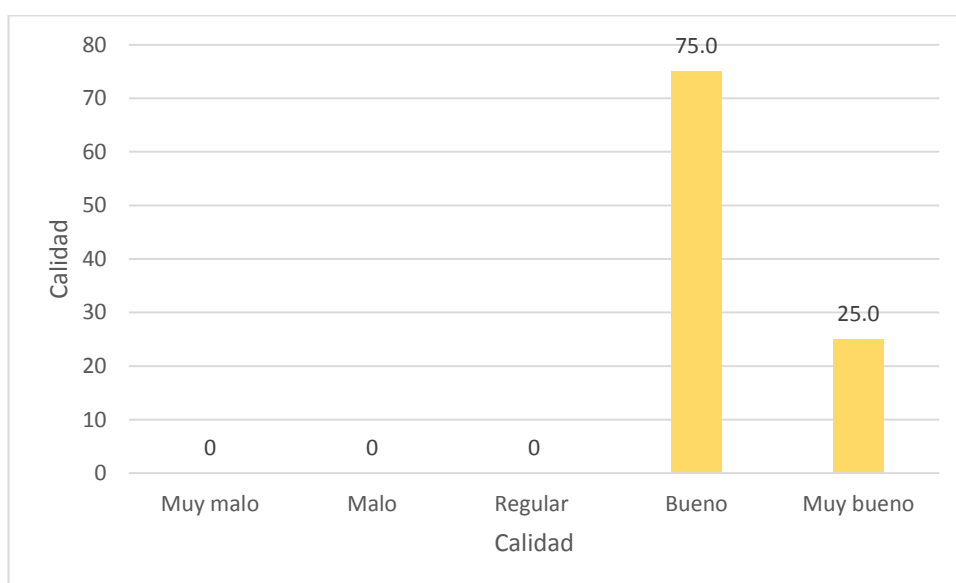
Fuente: Elaboración propia

En la tabla se aprecia que del total de trabajadores  $n=12$  (100%), el 33.3% considera que es buena la oferta internacional, mientras que el 66.7% considera es muy buena.

Tabla 25. Frecuencia estadística de la dimensión Calidad.

	Cantidad	Porcentaje
Muy malo	0	0
Malo	0	0
Regular	0	0
Bueno	9	75.0
Muy bueno	3	25.0
Total	12	100

Figura 16. Calidad.



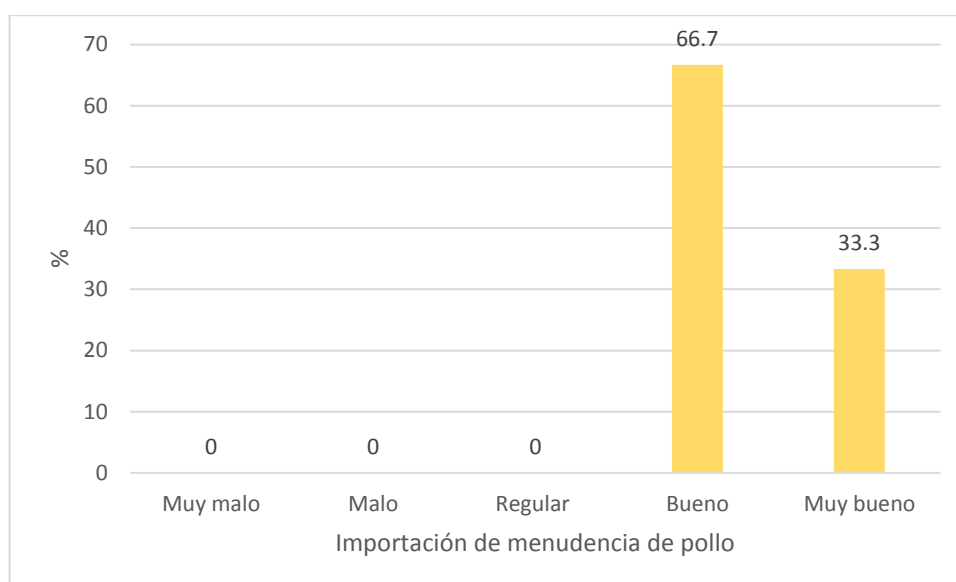
Fuente: Elaboración propia

En la tabla se aprecia que del total de trabajadores  $n=12$  (100%), el 75% considera que es buena la calidad, mientras que el 25% considera es muy buena.

Tabla 26. Frecuencia estadística de la variable Importación de menudencia de pollo.

	Cantidad	Porcentaje
Muy malo	0	0
Malo	0	0
Regular	0	0
Bueno	8	66.7
Muy bueno	4	33.3
Total	12	100

Figura 17. Importación de menudencia de pollo.



Fuente: Elaboración propia

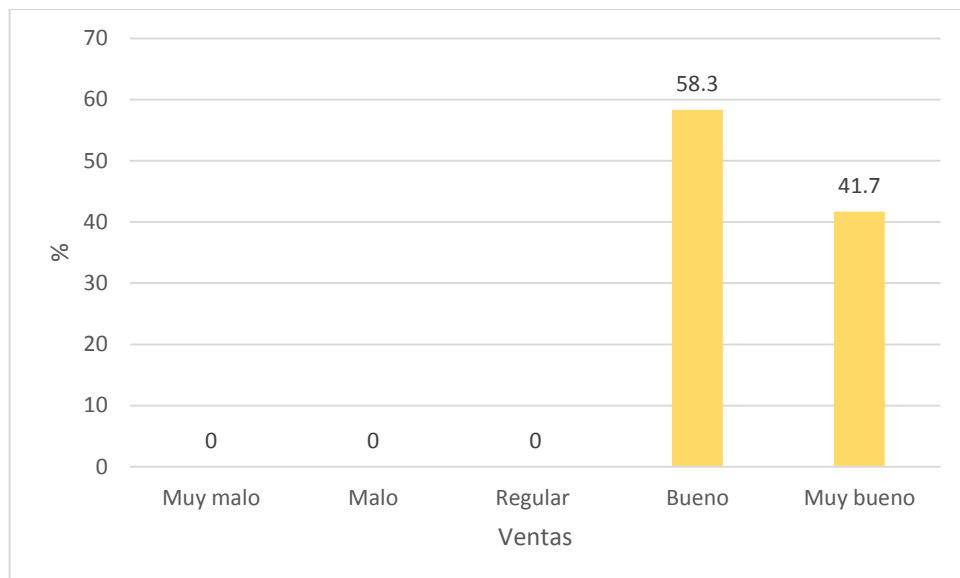
En la tabla se aprecia que del total de trabajadores  $n=12$  (100%), el 66.7% considera que es buena la importación de menudencias, mientras que el 33.3% considera es muy bueno.

## Variable Y: COMERCIALIZACIÓN DE CONSERVAS

Tabla 27. Frecuencia estadística de la dimensión Ventas.

	Cantidad	Porcentaje
Muy malo	0	0
Malo	0	0
Regular	0	0
Bueno	7	58.3
Muy bueno	5	41.7
Total	12	100

Figura 18. Ventas.



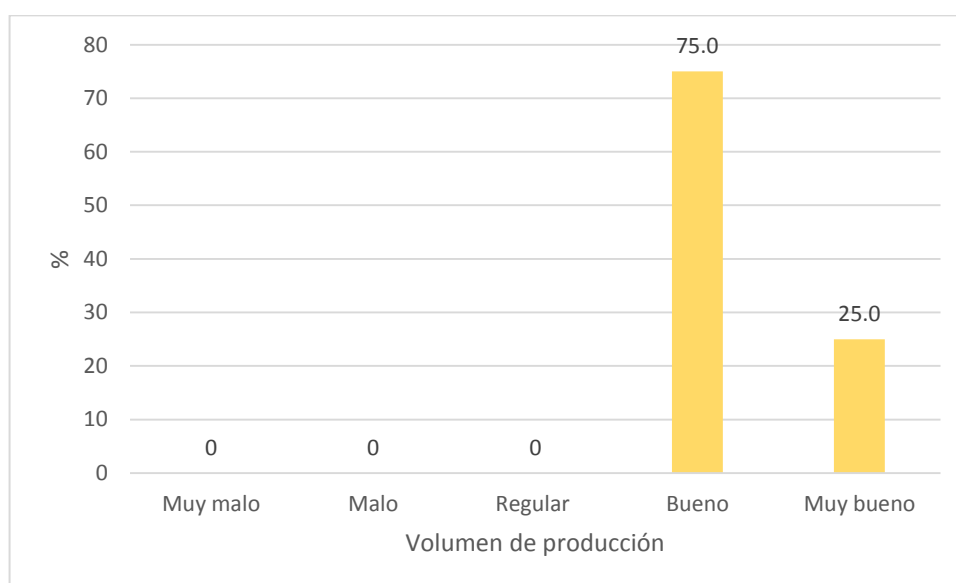
Fuente: Elaboración propia

En la tabla se aprecia que del total de trabajadores  $n=12$  (100%), el 66.7% considera que es buena la venta de las conservas, mientras que el 41.7% considera es muy buena.

Tabla 28. Frecuencia estadística de la dimensión Volumen de producción.

	Cantidad	Porcentaje
Muy malo	0	0
Malo	0	0
Regular	0	0
Bueno	9	75.0
Muy bueno	3	25.0
Total	12	100

Figura 19. Volumen de producción.



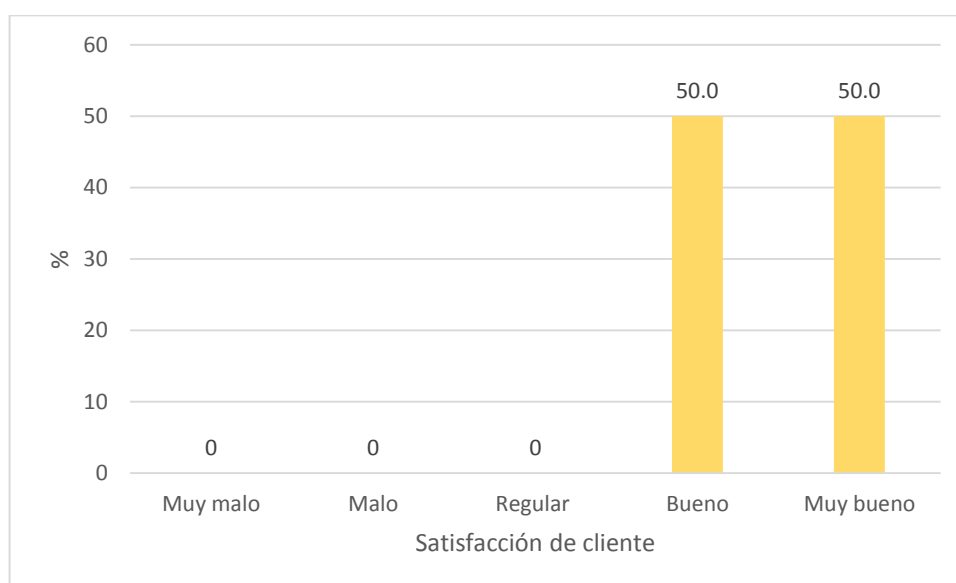
Fuente: Elaboración propia

En la tabla se aprecia que del total de trabajadores  $n=12$  (100%), el 75% considera que es bueno el volumen de producción, mientras que el 25% considera es muy bueno.

Tabla 29. Frecuencia estadística de la dimensión Satisfacción del cliente.

	Cantidad	Porcentaje
Muy malo	0	0
Malo	0	0
Regular	0	0
Bueno	6	50.0
Muy bueno	6	50.0
Total	12	100

Figura 20. Satisfacción de cliente.



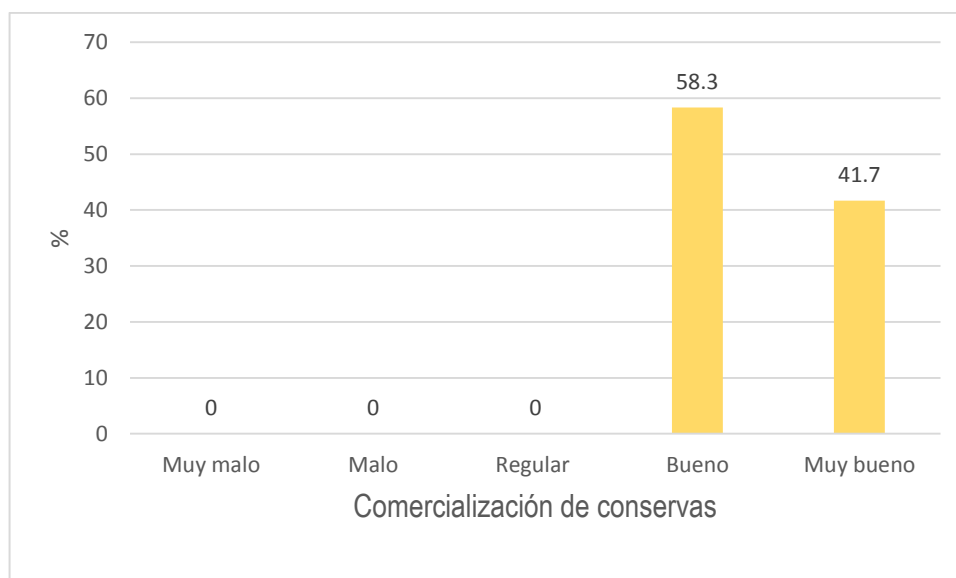
Fuente: Elaboración propia

En la tabla se aprecia que del total de trabajadores  $n=12$  (100%), el 50% considera que es buena la satisfacción del cliente, mientras que el 50% considera es muy buena.

Tabla 30. Frecuencia estadística de la Variable Comercialización de Conservas.

	Cantidad	Porcentaje
Muy malo	0	0
Malo	0	0
Regular	0	0
Bueno	7	58.3
Muy bueno	5	41.7
Total	12	100

Figura 21. Comercialización de conservas.



Fuente: Elaboración propia

En la tabla se aprecia que del total de trabajadores  $n=12$  (100%), el 66.7% considera que es buena la comercialización de conservas, mientras que el 41.7% considera es muy buena.

#### 4.1.3. Verificación de los objetivos o contrastación de las hipótesis

##### 4.1.3.1. La importación de menudencia de pollo ha influenciado de manera positiva en la comercialización de la empresa BHG CORP SAC.

Ho: La importación de menudencia de pollo no ha influenciado de manera positiva en la comercialización de la empresa BHG CORP SAC

H1: La importación de menudencia de pollo ha influenciado de manera positiva en la comercialización de la empresa BHG CORP SAC

Tabla 31. Aceptación de hipótesis general bajo la correlación de Pearson.

		Importación de menudencia de pollo	Comercialización de conservas
Importación de menudencia de pollo	Pearson Correlation	1	,935**
	P		,000
	N	12	12
Comercialización de conservas	Pearson Correlation	,935**	1
	P	,000	
	N	12	12

Regla de decisión rechazar Ho si  $p < 0.05$

Conclusión: Dado que  $p=0.000 < 0.05$  entonces rechazar Ho, por lo tanto aceptar H1 es decir la importación de menudencia de pollo ha influenciado de manera positiva en la comercialización de la empresa BHG CORP SAC, así mismo se aprecia que existe una muy alta influencia estadística ( $r=0.935$ ) entre la importación de menudencia de pollo y la comercialización.



**4.1.3.2. Los costos de importación de menudencia de pollo inciden positivamente en las ventas de la empresa BHG CORP SAC.**

Ho: Los costos de importación de menudencia de pollo no inciden positivamente en las ventas de la empresa BHG CORP SAC.

H1: Los costos de importación de menudencia de pollo inciden positivamente en las ventas de la empresa BHG CORP SAC.

Tabla 32. Aceptación de hipótesis específica bajo la correlación de Pearson.

		Costos de Importación	Ventas
Costos de Importación	Pearson Correlation	1	,890**
	P		,000
	N	12	12
Ventas	Pearson Correlation	,890**	1
	P	,000	
	N	12	12

Regla de decisión rechazar Ho si  $p < 0.05$

Conclusión: Dado que  $p=0.000 < 0.05$  entonces rechazar Ho, por lo tanto aceptar H1 es decir los costos de importación de menudencia de pollo inciden positivamente en las ventas de la empresa BHG CORP SAC., así mismo se aprecia que existe una muy alta incidencia estadística ( $r=0.89$ ) entre los costos de importación de menudencia de pollo y las ventas.

**4.1.3.3. La oferta internacional influye significativamente en el volumen de producción de la empresa BHG CORP SAC.**

Ho: La oferta internacional no influye significativamente en el volumen de producción de la empresa BHG CORP SAC.

H1: La oferta internacional influye significativamente en el volumen de producción de la empresa BHG CORP SAC.

Tabla 33. Aceptación de hipótesis específica bajo la correlación de Pearson.

		Oferta Internacional	Volumen de producción
Oferta Internacional	Pearson Correlation	1	,728**
	P		,007
	N	12	12
Volumen de producción	Pearson Correlation	,728**	1
	p	,007	
	N	12	12
Regla de decisión rechazar Ho si $p < 0.05$			

Conclusión: Dado que  $p=0.000 < 0.05$  entonces rechazar Ho, por lo tanto, aceptar H1 es decir la oferta internacional influye significativamente en el volumen de producción de la empresa BHG CORP SAC, asimismo, se aprecia que existe una alta influencia estadística ( $r=0.728$ ) entre la oferta internacional y el volumen de producción.

#### 4.1.3.4. La calidad de la menudencia de pollo importada influye de manera positiva en la satisfacción del cliente de la empresa BHG CORP SAC

Ho: La calidad de la menudencia de pollo importada no influye de manera positiva en la satisfacción del cliente de la empresa BHG CORP SAC.

H1: La calidad de la menudencia de pollo importada influye de manera positiva en la satisfacción del cliente de la empresa BHG CORP SAC

Tabla 34. Aceptación de hipótesis específica bajo la correlación de Pearson.

---

		Calidad	Satisfacción del cliente
Calidad	Pearson Correlation	1	,927**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	12	12
Satisfacción del cliente	Pearson Correlation	,927**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	12	12

Regla de decisión rechazar Ho si  $p < 0.05$

---

Conclusión: Dado que  $p=0.000 < 0.05$  entonces rechazar Ho, por lo tanto aceptar H1 es decir la calidad de la menudencia de pollo importada influye de manera positiva en la satisfacción del cliente de la empresa BHG CORP SAC, así mismo se aprecia que existe una alta influencia estadística ( $r=0.927$ ) entre la calidad de la menudencia de pollo y la satisfacción del cliente.

## **CAPÍTULO V: DISCUSIÓN**

### **5.1. Discusión de resultados**

En el presente apartado se procede a la discusión de los resultados del análisis realizado para estudiar la Influencia de las importaciones de menudencia de pollo en la comercialización de conservas de la empresa BHG CORP SAC entre los años 2017-2020, para una muestra de 12 trabajadores de las áreas: administrativa, contabilidad, tesorería, logística, producción y comercial. Para tal fin se procederá a explicar la hipótesis general (objetivo general) e hipótesis específicas (objetivos específicos) formuladas en la investigación.

Se podrá llevar a cabo la discusión de los resultados gracias a la participación de los trabajadores de la empresa quienes han sido sujetos de estudio a través del cuestionario.

Los resultados indican que la hipótesis es positiva y está de acuerdo a la realidad de la empresa. Se puede constatar que la importación de menudencia de pollo que realiza la empresa es un factor que hace crecer la comercialización de las conservas en el mercado, además de mejorar varios factores, entre los cuales está la aumento de ventas, volumen de producción y mejora de calidad del producto.

HIPÓTESIS PLANTEADA	TEORÍAS ADMINISTRATIVAS APLICABLES	RESULTADOS OBTENIDOS	CONTRASTE DE RESULTADOS
La importación de menudencia de pollo ha influenciado de manera positiva en la comercialización de la empresa BHG CORP SAC.	Rojas Piedra, E. & Tenesaca Serpa, Y. (2015), concluyó en su investigación que la mejor opción es la importación a pesar de las restricciones arancelarias, porque la calidad y el precio brinda a la empresa una mejor posición frente a otras empresas que no tienen la posibilidad de importar sus insumos y es una ventaja competitiva frente al mercado.	Como resultado, los trabajadores concedieron que la hipótesis es aceptada y se encuentra relación entre las variables.	Después de la contrastación de la información teórica y recopilada, se puede determinar que la importación de menudencia de pollo ha ayudado a mejorar la comercialización de conservas.
Los costos de importación de menudencia de pollo inciden positivamente en las ventas de la empresa BHG CORP SAC.	Medina-Torales, J. Á. (2016), menciona que al existir un área logística que se encargue del proceso de importación, la gerencia de ventas se verá potenciada debido a que dedicará todos los recursos que tiene a realizar una mejor cobertura del mercado, ya que no tendrá que inmiscuirse en el proceso de compra.	La hipótesis resultó aceptada por los encuestados, también se verifica que hay relación entre las variables.	Luego de comparar la información teórica y recopilada, se puede determinar que la importación de pollo ha mejorado las ventas de la empresa entre los años 2017-2020.
La oferta internacional influye significativamente en el volumen de producción de la empresa BHG CORP SAC.	Murray, Kotabe y Wildt (1995), menciona que al no tener las materias primas en el mercado interno, las empresas buscarán en el mercado externo, convirtiendo a este en su mayor fuente de suministro con el fin de aumentar su capacidad productiva.	De acuerdo a la herramienta utilizada, los encuestados concibieron la hipótesis como aceptada.	Posteriormente a la corroboración de la información teórica y recopilada, la oferta internacional influye significativamente en el volumen de producción de la empresa.
La calidad de la menudencia de pollo importada influye de manera positiva en la satisfacción del cliente de la empresa BHG CORP SAC	Villaverde, J. (2012) menciona que establecer estrategias de colaboración que, sobre la premisa de Calidad Concertada, busquen asegurar determinados niveles de Calidad en productos y servicios, reducir costes a nuestra organización y, en definitiva, prevenir fallos para incrementar la satisfacción de los clientes.	Los trabajadores de la empresa dieron como resultado hipótesis aceptada.	Luego de constatar la información, se pudo determinar que la calidad de la menudencia de pollo importada influye positivamente en la satisfacción del cliente.

## CONCLUSIONES

1. La importación de menudencia de pollo ha sido soporte para el aumento de las ventas de la empresa en aproximadamente 60%. Así como, el aumento en la capacidad productiva ha contribuido a que la empresa pueda expender sus conservas en nuevos mercados como minimarkets y farmacias. Con esto, la empresa BHG CORP SAC ha logrado consolidarse como una de las empresas más importantes en su rubro, tanto así que en el 2018 firmó un convenio con el Colegio de Nutricionistas del Perú y se inició el programa Anemia No Va.
2. En la empresa la importación de menudencia de pollo incide positivamente en la producción porque les permite tener los insumos necesarios de calidad y a buen precio, algo que desafortunadamente el mercado local no logra abastecer. Al tener los insumos pueden seguir con la producción de manera regular y sin imprevistos. A su vez, pueden producir mejor y más rápido, lo que hace que tengan más oferta en el mercado para sus principales consumidores, entre ellos los programas sociales de alimentación Qali Warma y Cuna Más.
3. La oferta de los productos de la empresa se ha visto potenciada por la mejora en la producción, acrecentando su comercialización y lo que finalmente les permite seguir importando. A pesar de los gastos en los que incurre importar la materia prima de otro país, los precios no se han incrementado y siguen siendo aceptables para los programas sociales que son sus principales consumidores.
4. BHG CORP logró mejorar la satisfacción del cliente a través de los dos principales factores que busca el consumidor final que son: buen precio y producto de calidad. Lo que ha generado que las ventas sean constantes y mejoren cada año.

5. Desde sus inicios BHG CORP se ha preocupado por la anemia presente en niños y personas mayores vulnerables, su mayor énfasis es el de reforzar la presencia de hierro en las personas. Actualmente, a través de sus distintos programas de concientización, proporcionan guías de preparación de los distintos productos que comercializan para que las personas realmente puedan aprovechar los nutrientes.

## RECOMENDACIONES

1. La empresa BHG CORP debe ampliar su cartera de productos y buscar nuevos mercados, así como continuar con la contribución social que realiza brindando alimentos de alto nivel nutricional. También debe plantearse la idea de exportar las conservas a países donde se presente altas tasas de desnutrición y anemia.
2. Las empresas no deben limitarse al abastecimiento local, ya que en el mercado internacional pueden encontrar proveedores con mejores precios y sobre todo calidad, lo que hoy en día busca el cliente final para decidirse por la compra de un producto.
3. Se recomienda a la empresa que además de mejorar en la adquisición de menudencia de pollo, deben modernizar su infraestructura con el fin de seguir aumentando su oferta y llegar a más consumidores.
4. BHG CORP debe continuar con la mejora continua de sus procesos operativos, con el fin de mejorar los costos y tiempos. Y trasladar estas mejoras al cliente final, mejorando así su satisfacción.
5. Teniendo en cuenta que la empresa tiene distintos programas de concientización dirigidos a personas vulnerables a la anemia, entre ellos niños y adultos mayores, se debe recordar también que es una enfermedad que afecta a toda la sociedad indistintamente de su edad. Con esto se recomienda a la empresa realizar campañas de concientización a nivel nacional en centros laborales y universidades.



## FUENTES DE INFORMACIÓN

- Enright, M., Francés, A., & Scott Saavedra, E. (1994). *Venezuela: el reto de la competitividad*. Caracas, Venezuela: Ediciones IESA.
- Gutiérrez Vázquez, M. (2016). Análisis de precios de atún en conserva. Recuperado de:  
<https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/10197/GUTIERREZVAZQUEZMARIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Galeano, N. J. (2013). Definición de importación. Recuperado de:  
<http://aduanascomercioexterior.blogspot.com/2013/02/definicion-deimportacion.html>.
- Kostas N. Dervitsiotis (1981). *Operations Management*. New York, McGraw & Hill.
- Kotler, P. (1985). *Dirección de marketing. Análisis, planificación, gestión y control*. New Jersey, Prentice Hall Books.
- Loaiza, D. (2007). *Análisis, evaluación y mejora de procesos logísticos de ingreso de mercadería bajo régimen de depósito autorizado en un operador logístico. Teoría y ejemplo aplicativo*. Pontificia universidad catolica del Perú, Lima.
- Ministerio de Salud, (2017). *Plan Nacional para la REDUCCIÓN Y CONTROL DE LA ANEMIA Materno Infantil y la Desnutrición Crónica Infantil en el Perú: 2017-2021*. Ministerio de Salud del Perú. Recuperado de:  
<http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/4189.pdf>
- Chávez, M. (11 de noviembre del 2019). *Aumentan las importaciones de carne de res y menudencias*. Cámara de Comercio de Lima. Recuperado de:  
[https://apps.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r904\\_3/comercio%20exterior.pdf](https://apps.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r904_3/comercio%20exterior.pdf)
- Medina-Torales, J. Á. (2016). *Análisis de la estructura comercial de una empresa importadora distribuidora de artículos ferreteros: propuesta para establecer un area de logística y operaciones*. Universidad de Lima, Perú.
- Murray, J. Y., Kotabe, M., & Wildt, A. R. (1995). *Strategic and Financial Performance Implications of Global Sourcing Strategy: A Contingency Analysis*. *Journal of International Business Studies*, 26(1), 181–202. doi: 10.1057/palgrave.jibs.8490171
- Ministerio de economía y finanzas. *Acuerdos comerciales*. Recuperado de:  
[https://www.mef.gob.pe/es/?option=com\\_content&language=es-ES&Itemid=101051&lang=es-ES&view=article&id=474](https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=101051&lang=es-ES&view=article&id=474)
- Ministerio de comercio exterior y turismo, (2013). *El ABC del comercio exterior. Guía práctica del importador volumen II*. Recuperado de:  
[http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/Documentos/manuales/guia\\_del\\_importador\\_wr.pdf](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/Documentos/manuales/guia_del_importador_wr.pdf)
- National Institutes of healthl (2019). *Datos sobre el hierro*. National Institutes of healthl Sitio web: <https://ods.od.nih.gov/pdf/factsheets/Iron-DatosEnEspañol.pdf>
- Quezada, N. (2010). *Metodología de la investigación: Estadística aplicada en la investigación*. Lima-Perú: Editora Macro E.I.R.L.

- Redacción Gestión (15 de noviembre del 2019). *CCL: Importación de pollo cae 5% ante incremento de producción local en 3%*. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/ccl-importacion-de-pollo-cae-5-ante-mayor-produccion-local-noticia/?ref=gesr>
- Redacción Gestión (05 de febrero de 2020). Perú redujo nivel de anemia en niños d 43.5% a 40.1% en el 2019, anunció el Midis. Recuperado de: <https://gestion.pe/peru/peru-redujo-nivel-de-anemia-en-ninos-de-435-a-401-en-el-2019-anuncio-el-midis-noticia/#:~:text=El%20Ministerio%20de%20Desarrollo%20e,puntos%20porcentaje%20a%20nivel%20nacional>
- Ramírez, A. C. (2015). *Logística comercial internacional*. Barranquilla, Colombia: Editorial Universidad del Norte.
- Rojas Piedra, E. M., & Tenesaca Serpa, Y. A. (2015). *Impacto de las restricciones arancelarias a la importación de productos para la industria cárnica en base a la resolución COMEX 116 controles a la importación, en los costos de importación de los pequeños y grandes productores de embutidos en la ciudad de Cuenca en el año 2014 con la aplicación a la fábrica de embutidos PROJASA (Bachelor's thesis)*. Recuperado de: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/21800>
- Contreras F., S. (2019). *Panorama y perspectivas de la producción de carne de pollo en el Perú. Dirección general de políticas agrarias*. Recuperado de: [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/696596/panorama-carne\\_de\\_pollo.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/696596/panorama-carne_de_pollo.pdf)
- Sunat (2008). *Ley General de Aduanas*. Recuperado de: <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/gja-03.htm>
- Sunat. *Orientación Aduanera*. Recuperado de: <https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/importacion/index.html>
- Pedrosa, S. (2017). *Insumo*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/insumo.html>
- Tejeda-Villanueva, A., Blanco-Jiménez, M., & Guerra-Moya, S. (2019). *Factores que impulsan las importaciones de las empresas de alimentos procesados, mejorando su competitividad*. *Investigación administrativa*, 48(124), 0-0.

## **ANEXOS**

- 1. Matriz de consistencia**
- 2. Matriz de operacionalización de variables**
- 3. Instrumento de recopilación de datos**
- 4. Validación del instrumento**

## ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título de la investigación:	El impacto de la importación de menudencia de pollo en la comercialización de conservas en la empresa BHG CORP SAC entre los años 2017-2020
Línea de investigación	SOSTENIBILIDAD
Autor:	ALARCÓN ZÚÑIGA, VALERIA OLINDA // PALACIOS MONTENEGRO, OSCAR JAVIER

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿Cuál es el impacto de las importaciones de menudencia de pollo en la comercialización de conservas de la empresa BHG CORP SAC entre los años 2017 – 2020?	Identificar los efectos las importaciones de menudencia de pollo en la comercialización de la empresa BHG CORP SAC entre los años 2017 – 2020.	La importación de menudencia de pollo ha impactado de manera positiva en la comercialización de la empresa BHG CORP SAC.	Importación de menudencia de pollo  Comercialización	Costos de Importación Oferta Internacional Calidad  Ventas Volumen de producción Satisfacción de cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enfoque: Cuantitativo</li> <li>• Nivel: Descriptivo</li> <li>• Tipo: Aplicado</li> <li>• Diseño: No experimental</li> <li>• Unidad de análisis: BHG CORP SAC.</li> </ul>
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicos		Indicadores	Medios de Certificación (Fuente / Técnica)
¿Cuál es el impacto de los costos de importación de menudencia de pollo en las ventas de la empresa BHG CORP SAC?	Determinar el impacto de los costos de importación de menudencia de pollo en las ventas de la empresa BHG CORP SAC.	Los costos de importación de menudencia de pollo inciden positivamente en las ventas de la empresa BHG CORP SAC.	Costo de Importación  Ventas	Precio de la materia prima. INCOTERM Costo de Nacionalización  Volúmenes de venta Margen de ganancia Número de clientes	Trabajadores de la empresa BHG CORP SAC.
¿Qué relación existe entre la oferta internacional de menudencia de pollo y el volumen de producción de la empresa BHG CORP SAC?	Establecer la relación entre la oferta internacional y el volumen de producción de la empresa BHG CORP SAC.	La oferta internacional influye significativamente en el volumen de producción de la empresa BHG CORP SAC.	Oferta Internacional  Volumen de producción	Capacidad de abastecimiento Número de proveedores  Capacidad de Producción Infraestructura Mano de obra	

¿Cómo incide la calidad de la menudencia de pollo en la satisfacción y preferencia del cliente de la empresa BHG CORP SAC?	Evaluar la influencia de la calidad de la menudencia de pollo importada en la satisfacción del cliente de la empresa BHG CORP SAC	La calidad de la menudencia de pollo importada influye de manera positiva en la satisfacción del cliente de la empresa BHG CORP SAC	Calidad	Tiempo de entrega Precio de conservas Rendimiento	
			Satisfacción de cliente	Número de quejas Retroalimentación Continuidad de compra	

## ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1  
Operacionalización de la variable 1

<b>Variable: IMPORTACIÓN</b>		
<b>Definición conceptual:</b> Se considera como la compra de un bien o servicio del extranjero, que se adquiere a través de diferentes formas de transporte debido a la lejanía de los vendedores.		
<b>Instrumento: Cuestionario</b>		
<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores (Definición Operacional)</b>	<b>Ítems del instrumento</b>
Dimensión 1: Costos de importación	Indicador 1: Precio de materia prima	<p>1. ¿Considera usted que los precios de la menudencia de pollo importada entre los años 2017-2020 son adecuados para la empresa?</p> <p>2. ¿Considera usted que hay diferencia notable en los precios de la menudencia de pollo local e importado entre los años 2017-2020?</p> <p>3. ¿Es competitivo el precio de la menudencia de pollo de sus proveedores internacionales?</p> <p>4. ¿La menudencia de pollo proveniente de Chile tiene un precio más competitivo?</p>
	Indicador 2: Incoterm	<p>5. ¿El incoterm más utilizado para realizar las importaciones de menudencia de pollo entre los años 2017-2020 es CIF?</p> <p>6. Considera que el incoterm CIF pactado con los proveedores durante la negociación, ¿es el mejor para las importaciones que realizan?</p>

		7. ¿Ha sido más recurrente entre los años 2017-2020 la utilización del incoterm CIF por que les genera menos riesgos y costos?
	Indicador 3: Costo de Nacionalización	8. ¿Considera que los costos de nacionalización de la empresa entre los años 2017-2020 son competitivos?  9. ¿La empresa cuenta con un presupuesto para algún gasto extra (sobrecosto) que se puede incurrir en la nacionalización de menudencia de pollo?  10. ¿La empresa se acoge algún beneficio tributario (TLC) para reducir los costos de nacionalización de la menudencia de pollo?
<b>Dimensión 2 Oferta Internacional</b>	Indicador 1: Capacidad de abastecimiento	11. ¿Los proveedores internacionales que han logrado abastecer la menudencia de pollo entre los años 2017 – 2020 para satisfacer la demanda de la empresa?  12. ¿Considera usted que sus proveedores internacionales se encuentran en la capacidad de abastecerles mayor volumen de menudencias de pollo si es requerido?
	Indicador 2 : Número de proveedores	13. ¿Actualmente los países donde más realizan importaciones

		<p>importan son Chile y Brasil?</p> <p>14. ¿A lo largo de los años 2017 – 2020 La empresa ha logrado contar con más de 2 proveedores internacionales de menudencia de pollo?</p>
<b>Dimensión 3: Calidad</b>	Indicador 1 Tiempo de entrega	<p>15. ¿Entre los años 2017-2020 los proveedores han logrado cumplir con los tiempos entrega pactados en los contratos firmados?</p> <p>16. ¿Chile es el país con menor lead time/tiempo de tránsito?</p>
	Indicador 2: Precio de conservas	<p>17. ¿Los precios competitivos de la materia prima contribuyen a reducir el precio de venta de consumidores?</p> <p>18. ¿La reducción del precio es de aproximadamente 20%?</p> <p>19. ¿La reducción del precio de la conserva de pollo les ha ayudado a ampliar su mercado entre los años 2017 - 2020?</p>
	Indicador 3: Rendimiento	<p>20. ¿La menudencia de pollo importada tiene un mejor rendimiento en la producción que la menudencia de pollo nacional?</p> <p>21. ¿La calidad de la materia prima importada ayuda que las operaciones sean más sencillas en la producción?</p>



Tabla 2  
Operacionalización de la variable 2

<b>Variable:</b> COMERCIALIZACION		
<b>Definición conceptual:</b> Se define como la acción de comercial algún bien en específico.		
<b>Instrumento:</b> Cuestionario		
<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores (Definición Operacional)</b>	<b>Ítems del instrumento</b>
Dimensión 1 Ventas	Indicador 1: Volúmenes de venta	<p>1. ¿Se han visto incrementadas las ventas entre los años 2017 - 2020 desde la mejora de producción a partir de la importación de menudencia de pollo?</p> <p>2. ¿De febrero a octubre son las temporadas donde el producto es más vendido?</p> <p>3. ¿Los meses de enero, noviembre y diciembre son en donde la venta es menor?</p> <p>4. ¿Las ventas mensuales que se genera permiten tener los ingresos necesarios para seguir importando?</p>
	Indicador 2: Margen de ganancia	<p>5. ¿El margen de ganancia ha mejorado entre los años 2017-2020 a partir de la reducción de costos con la importación de materia prima?</p> <p>6. ¿Con un mejor margen de ganancia la empresa ha logrado ampliar su capacidad infraestructura entre los años 2017-2020?</p>
	Indicador 3: Número de clientes	<p>7. ¿Los principales clientes de la empresa entre los años 2017-2020 son</p>

		<p>los programas sociales como Qali Warma y Cuna Más?</p> <p>8. ¿Con una mejor capacidad productiva y mejores precios ha logrado ingresar en el año 2019 a otros mercados como: farmacias y minimarkets?</p>
Dimensión 2 Volumen de producción	Indicador 1: Capacidad de producción	<p>9. ¿Ha mejorado la producción mensual entre los años 2017 – 2020 desde la importación de menudencia de pollo?</p> <p>10. ¿La producción mensual que genera la empresa permite ofrecer productos a todos sus clientes?</p> <p>11. ¿Se han visto incrementadas las ventas desde la mejora de producción a partir de la importación de menudencia de pollo entre los años 2017-2020?</p>
	Indicador 2: Infraestructura	<p>12. ¿La empresa actualmente cuenta con la infraestructura adecuada para la producción de conservas?</p> <p>13. ¿Con el aumento de las producciones la empresa ha abierto una segunda fábrica a inicios del año 2019?</p>
	Indicador 3: Mano de Obra	<p>14. ¿El personal administrativo ha contribuido a la mejora en la gestión de la nacionalización de la</p>

		<p>menudencia de pollo entre los años 2017-2020?</p> <p>15. ¿Los colaboradores del área de producción conocen los procedimientos de manejo de la materia prima que llega a la empresa?</p> <p>16. ¿Los trabajadores cuentan con los implementos necesarios para cumplir con su labor?</p> <p>17. ¿Los trabajadores son capacitados constantemente en cuanto a distintos aspectos que conciernen a la producción? (por ejemplo higiene)</p>
Dimensión 3 Satisfacción de cliente	Indicador 1: Número de quejas	<p>18. ¿Los números de reclamos ha disminuido entre los años 2017-2020?</p> <p>19. ¿Los principales reclamos que se han dado son por algún material extraño en la conserva?</p> <p>20. ¿Considera que la importación de menudencia de pollo de mejor calidad, ha contribuido a reducir la cantidad de reclamos?</p>
	Indicador 2: Retroalimentación	<p>21. ¿La empresa considera de forma positiva la retroalimentación brindada por los consumidores?</p> <p>22. ¿La retroalimentación de los clientes es</p>

		<p>puesta en conocimiento de todos los trabajadores con el fin de realizar mejoras?</p>
	<p>Indicador 3: Continuidad de compra</p>	<p>23. ¿Cuentan con clientes que consumen todos los meses las conservas elaboradas?</p> <p>24. ¿Considera usted que los clientes tienen una continuidad de compra debido a la calidad del producto?</p>

### ANEXO 3: INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN DE DATOS

Nombre del instrumento	Cuestionario
Autor del instrumento	Valeria Olinda Alarcón Zúñiga Oscar Javier Palacios Montenegro
Definición conceptual	Instrumento utilizado para la técnica de investigación cuantitativa de encuesta, que será aplicado a través de preguntas que resulten en valiosa información.
Población	12 trabajadores de las principales áreas administrativas de la empresa productora y comercializadora de alimentos procesados.

CUESTIONARIO VARIABLE: IMPORTACIÓN	Escalas				
	1	2	3	4	5
P1. ¿Considera usted que los precios de la menudencia de pollo importada entre los años 2017 - 2020 son adecuados para la empresa?					
P2. ¿Considera usted que hay diferencia notable en los precios de la menudencia de pollo local e importado entre los años 2017 - 2020?					
P3. ¿Es competitivo el precio de la menudencia de pollo que la empresa adquiere de sus proveedores internacionales?					
P4. ¿La menudencia de pollo proveniente de Chile tiene un precio más competitivo?					
P5. ¿El incoterm más utilizado para realizar las importaciones de menudencia de pollo entre los años 2017 - 2020 es CIF?					
P6. Considera que el incoterm CIF pactado con los proveedores durante las negociaciones, ¿Es el mejor para las importaciones que realizan?					
P7. ¿Ha sido más recurrente entre los años 2017 - 2020 la utilización del Incoterm CIF por que les genera menos riesgos y costos?					
P8. ¿Considera que los costos de nacionalización entre los años 2017 - 2020 de la empresa son competitivos?					
P9. ¿La empresa cuenta con un presupuesto para algún gasto extra (sobrecosto) que se puede incurrir en la nacionalización de menudencia de pollo?					
P10. ¿La empresa se acoge a algún beneficio tributario (TLC) para reducir los costos de nacionalización de la menudencia de pollo?					
P11. ¿Los proveedores internacionales han logrado abastecer la menudencia de pollo entre los años 2017 - 2020 para satisfacer la demanda de la empresa?					

P12. ¿Considera usted que los proveedores internacionales de la empresa tienen la capacidad de abastecer mayor volumen de menudencia de pollo si es requerido?					
P13. ¿A lo largo de los años 2017 - 2020 la empresa ha logrado contar con más de 3 proveedores internacionales de menudencia de pollo?					
P14. ¿Actualmente los países de donde más se realizan importaciones son Chile y Brasil?					
P15. ¿Entre los años 2017 - 2020 los proveedores han logrado cumplir con los tiempos de entrega pactados en los contratos firmados?					
P16. ¿Chile es el país con menor lead time (tiempo de tránsito)?					
P17. ¿Los precios competitivos de la materia prima contribuyen a reducir el precio de venta a los consumidores?					
P18. ¿La reducción del precio es de aproximadamente 20%?					
P19. ¿La reducción del precio de la conserva de pollo les ha ayudado a ampliar su mercado entre los años 2017 - 2020?					
P20. ¿La menudencia de pollo importada tiene un mejor rendimiento en la producción que la menudencia de pollo nacional?					
P21. ¿La calidad de la menudencia de pollo importado ayuda que las operaciones sean más sencillas en la producción?					
CUESTIONARIO VARIABLE: COMERCIALIZACION	Escala				
	1	2	3	4	5
P1. ¿Se han visto incrementadas las ventas entre los años 2017 - 2020 desde la mejora de producción a partir de la importación de menudencia de pollo?					
P2. ¿De febrero a octubre son las temporadas donde el producto es más vendido?					
P3. ¿Los meses de enero, noviembre y diciembre son en donde la venta es menor?					
P4. ¿Las ventas mensuales que se generan permiten tener los ingresos necesarios para seguir importando?					
P5. ¿El margen de ganancia ha mejorado entre los años 2017 - 2020 a partir de la reducción de costos con la importación de materia prima?					
P6. ¿Con un mejor margen de ganancia la empresa ha logrado ampliar su capacidad de infraestructura entre los años 2017 - 2020?					
P7. ¿Los principales clientes de la empresa entre los años 2017 - 2020 son los programas sociales como Qali Warma y Cuna Más?					
P8. ¿Con una mejor capacidad productiva y mejores precios, la empresa ha logrado ingresar en el año 2019 a otros mercados como: farmacias o minimarkets?					
P9. ¿Ha mejorado la producción mensual entre los años 2017 - 2020 desde la importación de menudencia de pollo?					

P10. ¿La producción mensual que ha genera la empresa entre los años 2017 - 2020 ha permitido ofrecer productos a todos sus clientes?					
P11. ¿Se han visto incrementadas las ventas desde la mejora de producción a partir de la importación de menudencia de pollo entre los años 2017 - 2020?					
P12. ¿La empresa actualmente cuenta con la infraestructura adecuada para la producción de conservas?					
P13. ¿Con el aumento de la producción a partir de la importación, la empresa ha abierto una segunda fábrica a inicios del año 2019?					
P14. ¿El personal administrativo ha contribuido a la mejora en la gestión de nacionalización de la menudencia de pollo entre los años 2017 - 2020?					
P15. ¿Los colaboradores del área de producción conocen los procedimientos de manejo de la menudencia de pollo importada que llega a la empresa?					
P16. ¿Los trabajadores cuentan con los implementos necesarios para cumplir con su labor?					
P17. ¿Los trabajadores son capacitados constantemente en cuanto a distintos aspectos que conciernen a la producción? (por ejemplo higiene)					
P18. ¿El número de reclamos ha disminuido entre los años 2017-2020?					
P19. ¿Los principales reclamos que se han dado son por algún material extraño en la conserva?					
P20. ¿Considera que la importación de menudencia de pollo de mejor calidad, ha contribuido a reducir la cantidad de reclamos entre los años 2017 - 2020?					
P21. ¿La empresa considera de forma positiva la retroalimentación brindada por los consumidores?					
P22. ¿La retroalimentación de los clientes es puesta en conocimiento de todos los trabajadores con el fin de realizar mejoras?					
P23. ¿Cuentan con clientes que consumen todos los meses las conservas elaboradas?					
P24. ¿Considera usted que los clientes tienen una continuidad de compra debido a la calidad del producto?					

## ANEXO 4: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

**Validado por:**

<b>Tipo de validador:</b>	Interno ( <input checked="" type="checkbox"/> )      Externo (    ) [Docente USMP]
<b>Apellidos y nombres:</b>	<b>ARBUÉS PÉREZ ESPINOZA</b>
<b>Sexo:</b>	Hombre ( <input checked="" type="checkbox"/> )    Mujer (    )
<b>Profesión:</b>	
<b>Grado académico</b>	Licenciado <sup>1</sup> (    )      Maestro ( <input checked="" type="checkbox"/> ) Doctor (    )
<b>Años de experiencia laboral</b>	De 5 a 10 (    )      De 11 a 15 (    ) De 16 a 20 (    )      De 21 a más ( <input checked="" type="checkbox"/> )
<i>Solamente para validadores externos</i>	
<b>Organización donde labora:</b>	
<b>Cargo actual:</b>	
<b>Área de especialización</b>	
<b>Nº telefónico de contacto</b>	
<b>Correo electrónico de contacto</b>	Correo institucional:
<b>Medio de preferencia para contactarlo</b>	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono (    )      Por correo electrónico (    )



\_\_\_\_\_  
Firma Validador Experto



## INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

**Validado por: Walter Urteaga Farfán**

<b>Tipo de validador:</b>	Interno ( <input checked="" type="checkbox"/> )      Externo ( <input type="checkbox"/> ) [Docente USMP]
<b>Apellidos y nombres:</b>	Urteaga Farfan Walter Abel
<b>Sexo:</b>	Hombre ( <input checked="" type="checkbox"/> )      Mujer ( <input type="checkbox"/> )
<b>Profesión:</b>	Licenciado en Negocios Internacionales y Master en Economía Internacional.
<b>Grado académico</b>	Licenciado <sup>1</sup> ( <input type="checkbox"/> )      Maestro ( <input checked="" type="checkbox"/> ) Doctor ( <input type="checkbox"/> )
<b>Años de experiencia laboral</b>	De 5 a 10 ( <input type="checkbox"/> )      De 11 a 15 ( <input type="checkbox"/> ) De 16 a 20 ( <input checked="" type="checkbox"/> )      De 21 a más ( <input type="checkbox"/> )
Solamente para validadores externos	
<b>Organización donde labora:</b>	
<b>Cargo actual:</b>	
<b>Área de especialización</b>	
<b>N° telefónico de contacto</b>	
<b>Correo electrónico de contacto</b>	Correo institucional:
<b>Medio de preferencia para contactarlo</b>	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono ( <input type="checkbox"/> )      Por correo electrónico ( <input type="checkbox"/> )



Firma Validador Experto

### INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

**Validado por:**

<b>Tipo de validador:</b>	Interno ( X )                      Externo (   ) [Docente USMP]
<b>Apellidos y nombres:</b>	LAOS LÓPEZ JOSÉ ENRIQUE
<b>Sexo:</b>	Hombre ( X )    Mujer (   )
<b>Profesión:</b>	CPC - ADMINISTRADOR
<b>Grado académico</b>	Licenciado <sup>1</sup> (   )                      Maestro (   )                      Doctor ( X )
<b>Años de experiencia laboral</b>	De 5 a 10 (   )    De 11 a 15 (   )
	De 16 a 20 (   )    De 21 a más ( X )
Solamente para validadores externos	
<b>Organización donde labora:</b>	
<b>Cargo actual:</b>	
<b>Área de especialización</b>	
<b>N° telefónico de contacto</b>	
<b>Correo electrónico de contacto</b>	Correo institucional:
<b>Medio de preferencia para contactarlo</b>	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno.
	Por teléfono (   )                      Por correo electrónico (   )



\_\_\_\_\_  
Firma Validador Experto

\_\_\_\_\_