

Global Business Administration

Volumen 1 Número 2
Julio - Diciembre 2017

Journal

ISSN 2520-9019



<http://katos.wixsite.com/epang>
Lima, Perú



Dr. ELIO IVÁN RODRÍGUEZ CHÁVEZ
RECTOR

Dr. JOSE MARTINEZ LLAQUE
VICERRECTOR ACADÉMICO

Dr. HECTOR HUGO SÁNCHEZ CARLESSI
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN

Dr. JESÚS HIDALGO ORTEGA
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Mg. VÍCTOR CASTRO MONTENEGRO
DIRECTOR DE LA ESCUELA PROFESIONAL
DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GLOBALES

**ASESORES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GLOBALES**

Mg. CÉSAR TORRES VEGA
Mg. CARLOS ALBERTO MÉNDEZ VICUÑA
Lic. LILIANA MANTILLA ESCOBAR
Lic. CARLOS TASSARA SALVIATI
Mg. DAVID ESTEBAN ESPINOZA
Mg. MARIO VILLAR CÓRDOVA
Mg. HUGO NORIEGA DEL VALLE VALDIVIESO

GLOBAL BUSINESS ADMINISTRATION JOURNAL

Volumen 1 Número 2
Julio - Diciembre 2017

Director

Mg. Víctor Castro Montenegro

Editor

Mg. David Esteban Espinoza

Comité Editorial

Mg. César Torres Vega

Mg. Hugo Noriega del Valle Valdiviezo

Mg. Johansen Carlos Meyer Tapia

Mg. Luisa Adriana Avila Bolivar

Corrección de estilo

Lic. Liliana Mantilla Escobar

Traducción

Lic. Liliana Mantilla Escobar

Composición y Diagramación

Rodrigo Randy Peña Vergara

GLOBAL BUSINESS ADMINISTRATION JOURNAL

Publicación oficial de los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración Negocios Globales Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Ricardo Palma.

Si usted desea publicar su artículo, debe dirigir su comunicación a la Av. Benavides 5440 – Santiago de Surco, Lima - Perú.

Teléfono 708-0000 anexos 3122 - 3123 o escriba al correo electrónico:

revistaestudiantesang@gmail.com

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2016-17970

ISSN – 2520 9019

La revista, no se solidariza con las opiniones vertidas por los autores

Portada: Jaque Mate. Piezas con motivo de guerreros Mochica y Chimú, tablero con logotipo de la Universidad Ricardo Palma.



Se publica semestralmente y está sometida a arbitraje.

CONTENIDO/CONTENTS

Página

EDITORIAL / EDITORIAL

INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN PARA EL DESARROLLO RESEARCH AND INNOVATION FOR THE DEVELOPMENT <i>David Esteban Espinoza.</i>	53
--	----

ARTÍCULOS ORIGINALES / ORIGINAL RESEARCH PAPERS

PROPUESTA DE CUESTIONARIO PARA MEDIR EL NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE LAS FINANZAS PERSONALES DE JÓVENES UNIVERSITARIOS. PROPOSAL OF A QUESTIONNAIRE TO MEASURE THE KNOWLEDGE LEVEL OF PERSONAL FINANCES IN UNIVERSITY STUDENTS. <i>Angela Araceli Estrada Martínez; Paula Arévalo Guzmán; Shirley Jenine Moya Pantoja; Claudia Maria José Aranda Magallanes; Stefanía Jeniffer Rivera Sánchez.</i>	56
---	----

REFINANCIAMIENTO COMO UNA PROPUESTA DE SOLUCIÓN PARA PROBLEMAS FINANCIEROS DE LAS EMPRESAS CON UN BANCO PRIVADO. REFINANCING AS A SOLUTION FOR FINANCIAL PROBLEMS IN COMPANIES VIA PRIVATE BANK. <i>Diego Alejandro Wong Cárcamo; Sebastián Alejandro Quiñonez Gutiérrez; John Teófilo Santos Medina; Anthony Christian Alcántara Arias; Diego Maldonado Angulo; Juan Carlos Palomino Pinto.</i>	65
--	----

LA ALIANZA DEL PACÍFICO, EL RETO Y LA RESPUESTA THE PACIFIC ALLIANCE, CHALLENGE AND RESPONSE. <i>Eloy Manuel Durán Durand; Keila del Rocío Vargas Chirinos; Rocío Arley Tapullima Salviati; Xiomara Vanessa Huerta Zuñiga; Karina Soledad Romero Revilla; David Joseph Castañeda Varillas; Valery Cristhel Viacava Alarcón; Verónica Brigitte Miller Verano; Beatriz Joaquina Villacrez Peña.</i>	71
---	----

ORGANIZACIÓN Y PROCESO LOGÍSTICO DE PRODUCTOS DENOMINADOS "ABARROTÉS" DE UN SUPERMERCADO. ORGANIZATION AND LOGISTICS OF PRODUCTS CALLED "GROCERY STORE" OF A SUPERMARKET. <i>Eloy Manuel Durand Durand; André Aguirre Cáceres; Bryan Germán Yoplac Fasanando; Jhonatan Morales Candela.</i>	81
---	----

EDITORIAL

INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN PARA EL DESARROLLO RESEARCH AND INNOVATION FOR THE DEVELOPMENT

Obviamente, debido a mi discapacidad, necesito ayuda. Pero yo siempre he tratado de superar las limitaciones de mi condición y llevar una vida lo más completa posible. He viajado por todo el mundo, desde la Antártida a la gravedad cero.

Stephen Hawking

Quien se alimenta de ideas jóvenes, vive siempre joven.

José Martí

Vivimos una época sin precedentes, de profundos y acelerados cambios; debido a ello, el desarrollo socioeconómico y la protección del medio ambiente debe considerar componentes claves que relacionen la investigación con la innovación en las empresas, la misma que permitirá generar mayores oportunidades para reducir la brecha de desigualdades.

En esta perspectiva, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) coordinó la Agenda 2030 con la finalidad de procurar un desarrollo sostenible en la región, integrando los componentes (económico, social y medioambiental) con prioridades comunes para erradicar la pobreza y reducir la desigualdad (CEPAL, 2016). Al respecto y tomando en consideración los datos sobre inversión en investigación-desarrollo (I+D) en porcentaje del PBI entre los años 2004 a 2013, resaltaremos el caso de tres países con inversión considerable en este rubro. Estos son: Finlandia, Brasil y Argentina (no están posicionados necesariamente en el orden en que aparecen en la tabla 1) y para fines de análisis consideraremos los datos referidos a Perú.

Así también, el Banco Mundial evidencia indicadores sobre desarrollo mundial en ciencia y tecnología entre los años 2013 a 2015 <http://wdi.worldbank.org/table/5.13> datos que se especifican en la tabla 1.

Tabla 1

Indicadores de desarrollo mundial: ciencia tecnología

	Artículo en revistas científicas y técnicas 2013	Exportaciones de alta tecnología		Pagos por uso de propiedad intelectual		Solicitud de patentes presentadas		Solicitud de marcas registradas
		\$ millones 2015	% de exportaciones de productos manufacturados 2015	Ingreso \$ millones 2015	Egreso \$ millones 2015	Residentes 2015	No residentes 2015	Total 2014
Perú	648	195	4,7	22	292	83	1 204	25 258
Argentina	8 053	1 442	9	171	1 909	509	4 173	58 486
Finlandia	10 152	3 633	8,7	2 400	827	1 419	126	4 552
Brasil	48 622	8 848	12,3	581	5 250	4 659	25 683	157 016

Fuente: World Development Indicators: science and technology (elaboración propia).

Respecto a la innovación, la OECD (2005) a través del Manual de OSLO o guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación, la define como la inserción en el mercado de productos, nuevos o mejorados, modelos organizacionales, procesos o sistemas de comercialización y como puede apreciarse, no se restringe únicamente a productos y procesos, sino que se extiende a temas organizacionales y a modelos de negocios.

A partir de esta definición y considerando que los artículos publicados y las solicitudes de patentes tienen un proceso de maduración que permitirá generar productos manufacturados entre 1 a 2 años, supuestos que consideramos referenciales, podríamos afirmar que, en el caso de los artículos publicados y solicitud de patentes, estos se relacionan de forma directamente proporcional con las exportaciones de alta tecnología e ingresos por pago de propiedad intelectual.

Evidentemente, no todas las solicitudes de patentes presentadas se traducen en el incremento de productos manufacturados. Existen patentes con escaso valor tecnológico y comercial; sin embargo, es cierto que una mayor cantidad de solicitudes refleja el dinamismo tecnológico de un país, así como una mayor probabilidad de éxito hacia productos y exportaciones de alta tecnología e ingresos por pago de propiedad intelectual.

Dadas las tendencias descritas sobre ciencia y tecnología, la estandarización a nivel internacional sobre inclusión en bases de datos para revistas arbitradas, también se debe procurar incrementar nuestra productividad de artículos publicados. No hacerlo significa seguir retrasando nuestras posibilidades de desarrollo.

Del mismo modo, la dependencia de la explotación de los recursos no renovables debe ir transitando con mayor intensidad hacia las exportaciones de alta tecnología y el fomento de mecanismos que posibiliten ingresos por pago de propiedad intelectual.

Este cambio de rumbo no se producirá como un acto milagroso, para ello se requiere de adecuadas decisiones políticas, disposición de los profesionales, de una mayor inversión en I+D. Dada la relación entre investigación y desarrollo, se debe impulsar una mayor productividad de artículos e innovaciones utilizando inicialmente los recursos disponibles.

Respecto a los artículos publicados, con frecuencia existe la creencia que para escribirlos se requieren ingentes recursos y que esta es una actividad complicada. Desde nuestra perspectiva, existe la experiencia de los estudiantes de pregrado de la Escuela Profesional de Negocios Globales, que ya desarrollan trabajos de investigación en temas de su especialidad y redactan los informes en los formatos y estándares que se exigen internacionalmente.

Del mismo modo, describiré un caso interesante sobre innovación que he podido observar. Sucedió en el concurso de inventores en noviembre de 2016, evento organizado por el Instituto de Defensa del Consumidor y Propiedad Intelectual (INDECOPI). Un poblador diseñó y construyó un dispositivo innovador para separar tubos de plástico, mereciendo el premio a la invención del año 2016; pero lo que llamó mi atención fue que no disponía de estudios universitarios, además de requerir para el invento un costo aproximado de S/ 20.

Estos dos hechos ponen en discusión las creencias que, para escribir un artículo o realizar una innovación se requiere un título universitario. Cualquier persona con capacidad de razonamiento y creatividad lo puede realizar, considerando las normas y estándares internacionales. Más aún, al revisar otros antecedentes como los de Steve Jobs, Bill Gates, Mark Zuckerberg (fundadores de Apple, Microsoft y Facebook, respectivamente) ninguno de ellos requirió culminar la universidad para realizar innovaciones empresariales.

Estos datos y ejemplos permiten resaltar los desafíos que debemos superar, así como los aspectos que debemos priorizar e impulsar, si queremos desarrollarnos como país y construir un futuro alentador para las próximas generaciones, proyecto que debemos ejecutarlo con optimismo, compromiso y particular empeño.

REFERENCIAS

CEPAL (2016). *Ciencia, tecnología e innovación en la economía digital - La situación de América Latina y el Caribe*. Santiago: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

OECD (2005). *Manual de Oslo - Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. Madrid: Organización de Cooperación y Desarrollo Económico.

El editor

PROPUESTA DE CUESTIONARIO PARA MEDIR EL NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE LAS FINANZAS PERSONALES DE JÓVENES UNIVERSITARIOS

PROPOSAL OF A QUESTIONNAIRE TO MEASURE THE KNOWLEDGE LEVEL OF PERSONAL FINANCES IN UNIVERSITY STUDENTS

Angela Araceli Estrada Martínez; Paula Arévalo Guzmán;
Shirley Jenine Moya Pantoja; Claudia María José Aranda Magallanes;
Stefanía Jeniffer Rivera Sánchez.
Estudiantes de la Universidad Ricardo Palma
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
Escuela Profesional de Administración de Negocios Globales



RESUMEN

Recepción: 2017-03-29 / Aceptación: 2017-05-05

El objetivo de esta investigación es proponer un cuestionario para medir el nivel de conocimientos sobre finanzas personales en jóvenes universitarios estudiantes de carreras de ciencias económicas. Para realizar este estudio, se extrajo información de tesis, artículos y libros sobre las finanzas personales; en base a lo cual se elaboró una primera aproximación teórica. Se concluye que es necesario que los estudiantes universitarios comprendan la importancia de conocer sobre las finanzas personales, el ahorro y los presupuestos personales ya que son esenciales para tomar buenas decisiones aprovechando óptimamente sus recursos económicos.

Palabras clave: Finanzas personales, ahorro, presupuestos.

ABSTRACT

The objective of this research is to propose a questionnaire to measure the level of knowledge that university students of economics have about personal finances. To do the research, thesis, articles and books about topics related with personal finances have been used; based on which a first theoretical approach has been made. It is concluded that university students need to understand the importance to know about personal finances, saving and personal budgets, since they are essential to make good decisions taking ideal advantage of their economic resources. Finally, it is necessary for university students to understand how important is to know personal finances, savings and budgets to make good decisions using their financial resources correctly.....

Keywords: Personal finances, savings, budget.

INTRODUCCIÓN

El crecimiento económico permite alcanzar objetivos importantes para las personas y las sociedades, como por ejemplo, la reducción de la pobreza, el empleo productivo, la educación, la salud y las oportunidades para ser creativos. Sin crecimiento económico, es muy complicado alcanzar plenamente esos objetivos (Banco Mundial, 2011).

El crecimiento económico genera la necesidad de que las personas sepan cómo manejar sus finanzas personales y beneficiarse de los mercados financieros más complejos. En este sentido, las iniciativas de educación financiera pueden convertirse en un complemento importante de los procesos de inclusión financiera y las medidas de reducción de la pobreza (García, Grifoni, López y Mejía, 2013).

Según Navickas, Tadas y Krajinakova (2013) las finanzas personales son, de manera simplificada, todas las decisiones financieras y actividades que una persona puede hacer; incluyendo los ahorros, ingresos, gastos, y todo lo que requiera dinero.

El Banco Mundial (2011) indica que América Latina apunta a crear políticas dirigidas a obtener un mayor acceso a la educación y la salud, una mejor infraestructura física, un mejor entorno para el desarrollo del sector privado, apertura comercial, liberalización de mercados, etc., lo cual ha tenido efectos positivos directos tanto sobre el crecimiento económico como sobre la disminución de la desigualdad y la reducción de la pobreza. El Banco mundial (2011) también sustenta que pese a la crisis económica global del 2009, el Perú ha logrado crecer

del en el último 2004 al 2009 a una media del 7% generando suficientes empleos en el sector formal para absorber las tendencias demográficas y reducir la informalidad.

El ahorro es el proceso mediante el cual una economía reserva parte de su producto y lo utiliza para generar ingresos en el futuro. El nivel de ahorro que prevalece en un país está determinado por la elección de consumo y ahorro, lo que contribuye a la determinación de la tasa de crecimiento de la economía. Pero la influencia del ahorro sobre tal indicador se establece mediante la inversión (Tomala y Gonzalez, 2009).

El ahorro de las personas que tienen bajos ingresos está destinado principalmente para educación; para aquellos que tienen mayores niveles de ingreso su ahorro está destinado principalmente como reserva para el futuro o para solventar situaciones imprevistas (Nima, 2009).

Meli y Bruzzone (2006) refieren que actualmente en el mercado podemos encontrar diversos instrumentos de ahorro, los que se deben estudiar cuidadosamente a fin de optar por uno que nos genere tranquilidad, permitiendo mantener en el tiempo el plan propuesto, así como proporcionando la confianza de no perder o ver disminuido nuestro capital.

Según Denegri, Martínez y Etchebarne (2007), en la mayoría de los jóvenes de 18 años se observan algunas lagunas conceptuales reflejadas especialmente en la dificultad para comprender términos relacionados con las finanzas personales.

recibida en el hogar, podemos anticipar que estos jóvenes tienen altas probabilidades de convertirse en usuarios habituales del crédito con alta vulnerabilidad a sobre endeudarse. De esta forma se evidencia la importancia de una adecuada socialización económica y de la inserción de la educación económica en el currículum formativo que le permita al sujeto adquirir creencias, valores, actitudes y conductas adecuadas en relación al consumo (Denegri, Cabezas, Páez, Sanhueza, Vargas, Zapata y Sepúlveda, 2010).

Los objetivos son:

Estructurar la base teórica sobre finanzas personales de jóvenes universitarios.

Proponer un cuestionario que mida el nivel de conocimientos sobre finanzas personales de jóvenes universitarios de carreras de ciencias económicas.

MATERIAL Y MÉTODOS

Se estructuró la base teórica a partir del análisis de tesis, artículos y libros. Además se realizó una entrevista a un profesional con experiencia laboral en el Sistema financiero.

RESULTADOS

En un estudio realizado a jóvenes chilenos, se demostró que gran parte de ellos tienen un escaso conocimiento sobre el uso adecuado de sus finanzas y por ello no saben cómo ahorrar y en qué lugar hacerlo. Es por eso que la Alfabetización Económica es fundamental, ya que nos

ayuda a comprender el mundo económico y mejorar nuestra toma de decisión personal al momento de enfrentar un problema económico de la vida diaria. Así mismo, una adecuada Alfabetización Financiera desarrolla la habilidad para balancear ingresos y gastos, mantener una cuenta corriente saludable, preparar y administrar un presupuesto, desarrollar estrategias de ahorro y manejar en forma eficiente el uso del crédito, tanto cotidianamente, como en una proyección hacia el futuro (Denegri, Martínez y Etchebarne, 2007).

Por lo tanto, gracias a una alfabetización financiera podríamos poner en práctica las finanzas personales adecuadas y convenientes según el interés propio, estos conocimientos financieros se deben fomentar desde las primeras etapas educativas del ser humano. Tomamos a los jóvenes como centro de análisis en esta propuesta de cuestionario, ya que los errores financieros en un futuro pueden ser difíciles de corregir.

Podemos definir a las finanzas personales como toda decisión financiera y actividades que incluyen el presupuesto de ingresos y gastos de los hogares, ahorros, inversiones, hipotecas, seguros y todas las demás decisiones que requieren dinero, estableciendo objetivos a corto plazo y a largo plazo. Una manera de tener habilidad en la administración de las finanzas, es poniendo en práctica las finanzas personales, realizando un presupuesto en el cual se estimen todos los ingresos y gastos para cada periodo establecido, sea mensual, trimestral, anual, etc.

La organización Freedom from Hunger sostiene que cuando los jóvenes empiezan a ahorrar

desde temprana edad, aumentan su potencial de desarrollar un hábito de ahorro que pueden seguir practicando en su vida adulta, fortaleciendo sus capacidades financieras a medida que empiezan a afrontar mayores responsabilidades sociales y económicas. Inculcar un interés ayudará a crear conciencia sobre la importancia de manejar responsablemente el dinero y que se plantee metas que pueda lograr mediante el ahorro (Ramírez, R. y Fleischer, L., 2013).

Un estudio sobre jóvenes chilenos reporta que no tienen conciencia suficiente de la importancia del ahorro. Lo cual se refleja en las dificultades que presentan para entender términos de finanzas (Denegri, Martínez y Etchebarne, 2007). Esa edad es crucial porque algunos jóvenes empiezan a percibir ingresos y existen un interés por gastarlo en diversas actividades.

Un ser humano asume actitudes o toma posición respecto a distintos objetos y personas.

Por ejemplo, la actitud hacia el dinero, puede influir en el comportamiento, uno de los comportamientos de las personas que tal vez está muy ligado al dinero es el comportamiento del consumidor el cual teóricamente se limita a su capacidad de compra. Lo mismo sucede con los jóvenes que están entrando recién al mundo económico y de consumo, sin una formación adecuada para poder afrontar toda esta información que tiene como objetivo hacer de las personas consumidores potenciales. En este afán poco se han ocupado de los consumidores como personas, es por eso que han surgido una serie de problemas relacionados con el consumo como por ejemplo la compra impulsiva y deudores. (Santa María y Gómez, 2005, p.5).

Todas las personas tenemos objetivos, metas y necesidades, y para ello es necesario analizar, planificar y prever los recursos que necesitamos para alcanzar dichos propósitos. Las finanzas personales no son ajenas a los diversos ámbitos de la vida; por el contrario, manejar responsablemente nuestras finanzas personales nos permite distribuir mejor nuestros recursos y así poder realizar óptimamente las actividades deseadas. Por ejemplo; los jóvenes universitarios no solo tienen gastos académicos, también realizan gastos para adquirir ciertos objetos personales o participar reuniones y salidas con amigos en su tiempo libre; algunos jóvenes ahorran porque tienen planes a mediano o largo plazo claramente establecidos. Para todas esas actividades y muchas otras más, que son comunes en los jóvenes, es necesario tener orden en las finanzas personales y una herramienta muy útil es realizar un presupuesto personal.

La palabra presupuesto proviene de las siguientes raíces latina: “pre” que significa delante de y “supuesto” que significa hecho, dado por cierto. Entonces la palabra *presupuesto* significa antes de los hechos.

Para Olmedo (2009) el presupuesto es una herramienta que nos permite identificar los recursos económicos y los gastos que tenemos, la importancia del ahorro y del consumo futuro.

Además el autor sostiene que tener un presupuesto nos permite contar con un marco de referencia para tomar decisiones financieras acertadas, que permitan alcanzar sus metas y sueños, en el contexto de una adecuada calidad de vida personal.

Burbano y Ortiz (1995) sostiene que los pre-

supuestos son un medio para maximizar el rendimiento de nuestros recursos. Los autores también mencionan que hay casos en los que algunas personas, incluidos jóvenes, que afirman haber tenido unas buenas finanzas personales sin haber elaborado presupuestos; pero en realidad todas las decisiones que han tomado han sido previamente analizadas. Entonces, en esencia las personas presupuestan pero de manera abstracta y muchas veces sin estar conscientes de ello.

Los presupuestos se caracterizan por:

- a) Abarcar un periodo de tiempo específico, similar a las agendas donde anotamos nuestras reuniones, tareas, etc., donde las fechas están indicadas y la planificación es en periodos de tiempo determinados. Normalmente, los presupuestos personales se elaboran en periodos mensuales pero como se trata de un presupuesto personal para estudiantes universitarios, y ya que sus gastos no suelen ser en periodos mensuales sino semanales, elaborar un presupuesto personal semanal también es una opción recomendable para ellos.
- b) Los registros se realizan en términos monetarios. Al registrar los ingresos, gastos, ahorros y deudas en el presupuesto, esto se hace numéricamente, por ello es recomendable ser ordenado al registrar cada monto y preferiblemente hacerlo en una sola moneda para evitar confusiones.
- c) Se basan en registros pasados de ingresos, gastos, ahorros y deudas que permiten proyectar la cantidad de recursos financieros que tenemos para hacer frente a nuestras

responsabilidades y objetivos.

- d) Son flexibles ya que como se trata de proyecciones, siempre las circunstancias no son como las que se habían planeado, por este motivo es recomendable tener un monto del presupuesto destinado a contingencias.

Habiendo explicado la importancia de adquirir conocimientos sobre las finanzas personales, proponemos un cuestionario que permita medir el nivel de conocimiento sobre las finanzas personales en jóvenes universitarios peruanos, específicamente en los que estudian carreras de ciencias económicas.

DISCUSIÓN

La aproximación teórica lograda corrobora lo propuesto por Denegri, Martínez y Etchebarne (2007) pues todo universitario debería adquirir conocimiento sobre sus finanzas y para eso es importante la alfabetización financiera durante la educación, la cual actúa como base y a la vez permite tener ciertas habilidades al momento de realizar un presupuesto, balancear ingresos y gastos así como también desarrollar estrategias para poder ahorrar. Además, se coincide con lo mencionado por los autores Navickas, Gudaitis y Krajnakova (2013) en referencia a que la alfabetización financiera es clave para poder entender y poner en práctica de la mejor manera las finanzas personales, puesto que nos facilitara el entendimiento y aplicación de esta.....
Por otra parte, se concuerda con Gómez (2015), quien sostiene que los jóvenes creen que no pueden ahorrar por no tener ingresos suficien-

Tabla 1

Indicadores e items de cuestionario para medir el nivel de conocimientos sobre finanzas personales de jóvenes universitarios.

CONCEPTUAL	INDICADORES	ITEMS
Alfabetización Financiera (Denegri, Martínez y Etchebarne, 2007).	Estudiante posee base sobre nociones financieras que le ayuda a comprender el mundo económico.	En caso que tenga dinero ahorrado, ¿En qué lugar le gustaría guardarlo? a) Alcancía b) Entidad Financiera c) No responde
Decisión Financiera (Navickas, Gudaitis y Krajnakova, 2013).	Estudiante tiene capacidad de decisión sobre su dinero.	En caso que tenga dinero sobrante después de realizar sus pagos. ¿Qué haría con dicho dinero excedente? a) Ahorra b) Invierte c) Gasta d) No responde
La importancia del conocimiento sobre las finanzas personales (Ramírez y Fleischer, 2013).	El estudiante considera importante tener conocimientos sobre finanzas personales.	¿Usted considera importante tener conocimientos sobre finanzas personales? a) Muy importante b) Poco importante c) Nada importante
Hábito de ahorro (Meli y Bruzzzone, 2006)	El estudiante posee hábito hacia el ahorro.	¿Usted tiene el hábito de ahorrar? a) A veces ahorro, pero luego lo gasto. b) Sí, siempre que tengo un ingreso, ahorro una parte. b) No ahorro.
Manejo responsable del ahorro de dinero (Nima, 2009).	El estudiante maneja responsablemente el dinero.	Si usted ahorra ¿Qué meta le gustaría lograr? a) A veces ahorro, pero luego lo gasto. b) Sí, siempre que tengo un ingreso, ahorro una parte. c) No ahorro.

CONCEPTUAL	INDICADORES	ITEMS
Manejo responsable del ahorro de dinero (Nima, 2009)	El estudiante maneja responsablemente el dinero	En el caso de que tenga dinero sobrante después de realizar sus pagos. ¿Qué haría con dicho dinero excedente?..... a) Ahorra b) Invierte c) Gasta
Metas a lograr mediante el ahorro (Gómez, 2015).....	Se plantea metas a lograr mediante el ahorro.	Si usted ahorra ¿Qué meta le gustaría lograr? a) Ir de vacaciones b) Invertir para generar más ingresos. c) Comprarme un carro moderno d) Comprarme algo que me guste
Conocimientos para elaborar un presupuesto (Burbano y Ortiz, 1995)	Estudiante tiene conocimientos de cómo elaborar un presupuesto	Indique cuál de las siguientes opciones debe registrarse en un presupuesto: a) Ingresos b) Gastos c) Deudas d) Ahorros e) Todas las anteriores

Fuente: Elaboración propia

tes al estar en una edad en la que son dependientes de sus padres, por lo que al momento de plantearse una meta se dan cuenta de la importancia del ahorro para lograrla.....

Una manera de incentivar el ahorro es comenzar planteándose pequeñas metas de modo que no parezca complicado. Para ello, tener una adecuada Alfabetización Financiera permitirá a los jóvenes adquirir la habilidad para balancear ingresos y gastos, mantener una cuenta corriente saludable, preparar y administrar un presupuesto, desarrollar estrategias de ahorro y ma-

nejar en forma eficiente el uso del crédito, tanto cotidianamente, como en una proyección hacia el futuro (Denegri, Martínez y Etchebarne,2007). La importancia de presupuestar nuestro dinero nos permitirá llevar un registro más ordenado de las finanzas personales lo cual se reflejará en la mejora de futuras decisiones financieras.

Como mencionan Burbano y Ortiz (1995) las personas pueden hacer sus presupuestos sin estar conscientes de ello, entonces si somos capaces de planificarlo y plasmarlo en físico no es complicado y basta con un pequeño asesoramiento para hacerlo de la manera más óptima

Finalmente, la importancia del conocimiento sobre las finanzas personales, el ahorro y los presupuestos personales son esenciales para tomar buenas decisiones aprovechando óptimamente los recursos económicos que posee un estudiante, los cuales generalmente son proporcionados por sus padres. Por tanto, consideramos que todos estos conocimientos deben incluirse en la formación de las personas desde temprana edad de modo que pueda convertirse en un hábito. Cabe resaltar que la adopción de estas prácticas sobre finanzas personales está predominantemente influenciada por factores psicológicos y culturales, pues aun teniendo los conocimientos necesarios, pesan más al momento de tomar decisiones respecto a las finanzas personales.

REFERENCIAS

- Banco Mundial. (2011). *Perú en el umbral de una nueva era*. Lima: Banco Mundial.
- Burbano, J.E., Ortiz, A. (1995). *Presupuestos enfoque moderno de planeación y control de recursos*. (2da ed.). Bogotá: McGraw-Hill.
- Denegri, M., Cabezas, D., Páez, A., Sanhueza, O., Vargas, M., Zapata, L. & Sepúlveda, J. (2010). Actitudes hacia el endeudamiento en adolescentes de educación municipal y particular–subvencionada de la ciudad de Temuco. *Revista de Educación y Humanidades*, 1(2), pp. 46-63.
- Denegri, M., Martínez, G. & Etchebarne, S. (2007). La comprensión del funcionamiento bancario en adolescentes chilenos: un estudio de Psicología Económica. *Interdisciplinaria*, 2(24), pp. 137-159.
- García, N., Grifoni, A., López, J. C., & Mejía, D. (2013). *La educación financiera en América Latina y el Caribe. Situación actual y perspectivas. Serie Políticas Públicas y Transformación Productiva*. Caracas: Banco de desarrollo de América Latina.
- Gómez, C. (2015). *Propuesta para Incrementar la Cultura Financiera en Estudiantes Universitarios en la Ciudad de San Luis Potosí*. (Tesis para optar el grado de Maestro en Administración con Énfasis en Negocios). Universidad Autónoma de San Luis Potosí, San Luis de Potosí, México.
- Meli, J. & Bruzzone, P. (2006). El dinero y E ahorro. Recuperado de http://www.economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/libro_dinero_y_ahorro.pdf
- Navickas, M., Gudaitis, T., Krajinakova, E. (2013). Influence of financial literacy on management of personal finances in a young household. *Business: Theory and Practice*. 15 (1), pp. 32–40
- Nima, G. (2009). *Los determinantes del ahorro*. Obtenido de <http://revistas.up.edu.pe/index.php/apuntes/article/view/269/260>
- Olmedo, L. (2009). Las finanzas personales. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 65, pp.123 -144. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20612980007>
- Ramírez, R. & Fleischer, V. (2013). Ahorrando Juntos: Enfoque en grupos para promover el ahorro entre jóvenes. *Freedom from Hunger*.

Recuperado el 22-06-17 desde https://www.freedomfromhunger.org/sites/default/files/documents/SavingTogether_Spa.pdf

Santa María, C. & Gómez, J. (2005). Actitudes hacia el dinero en jóvenes de 18 a 23 años. *Ajayu Órgano de Difusión Científica del Departamento de Psicología UCBSP*, 3 (1), 86-107.

Tomala, J. & Gonzalez, M. (2009). *Ahorro y crecimiento económico: evidencia empírica de causalidad para el período 1970-2002*. Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil, Ecuador. Recuperado desde <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/516>

Correo para correspondencia
angela0021.es@gmail.com

REFINANCIAMIENTO COMO UNA PROPUESTA DE SOLUCIÓN PARA PROBLEMAS FINANCIEROS DE LAS EMPRESAS CON UN BANCO PRIVADO

REFINANCING AS A PROPOSAL OF SOLUTION FOR FINANCIAL PROBLEMS IN COMPANIES VIA PRIVATE BANK

Diego Alejandro Wong Cárcamo; Sebastián Alejandro Quiñonez Gutiérrez
John Teófilo Santos Medina; Anthony Christian Alcántara Arias
Diego Maldonado Angulo y Juan Carlos Palomino Pinto
Estudiantes de la Universidad Ricardo Palma
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Escuela Profesional de Administración de Negocios Globales
Escuela Profesional de Administración y Gerencia



RESUMEN

Recepción: 2017-03-27 / Aceptación: 2017-05-08

El objetivo de esta investigación es analizar al refinanciamiento como una propuesta de solución para problemas financieros de empresas con un banco privado en relación a sus deudas y mostrar un caso específico de una empresa privada que solicitó refinanciamiento. Se analizó información sobre el caso de una empresa. Al analizar los problemas financieros que una empresa puede pasar, que básicamente provienen por falta de demanda, se pide un financiamiento, pero cuando este entra en mora se decide solicitar un refinanciamiento mostrándole al banco que el refinanciamiento es una opción idónea para solucionar el problema. Se demuestra que el refinanciamiento es una propuesta de solución para los problemas financieros si es que estos son tomados en cuenta con tiempo y se analiza el costo - beneficio inclusive sin la necesidad de que sea con el mismo banco.

Palabras claves: Financiamiento, refinanciamiento, problema financiero.

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze refinancing as a solution to financial problems in companies with a private bank, in relation to their debts and to show a specific case of a company that has applied for refinancing. Information of a case from a company was made. When analyzing the financial problems that a company may face, which basically come from a low demand, financing is asked for, but when the company cannot pay the debt on the specified time, they will want to apply for refinancing by showing the bank that refinancing is an ideal option for the solution of their problem if they are taken into consideration with time and if cost-benefit is considered even without the necessity of making it with the same bank.

Keywords: Financing, refinancing, financial problem.

INTRODUCCIÓN

Se debe entender que para obtener un refinanciamiento se ha debido de realizar previamente un financiamiento reflejado primordialmente como un préstamo. Marquez (2007) señala que la determinación de los efectos del financiamiento se ejecutan de manera que el sistema financiero apoya a las empresas que empiezan a generar utilidades, empleo dentro del sector empresarial y, de acuerdo al manejo y a su capacidad, pueden convertirse en empresas altamente rentables.

Para obtener financiamiento existen diversas opciones dentro del mercado, Ixchop (2014) describe las opciones de financiamiento que el empresario puede optar, siendo las más comunes los préstamos con instituciones financieras, los créditos otorgados por los proveedores, los préstamos particulares y el uso del financiamiento interno al reinvertir las utilidades, además los anticipos de clientes representan un financiamiento a corto plazo.

Sin embargo, no todas las empresas a las que se le otorgan financiamiento logran cumplir con el pago, requiriendo de una solución con la entidad prestamista para no afectar tanto su reputación como su situación en el mercado.

Forte y Peña (2009) determinan que el refinanciamiento es uno de los motivos por los cuales las empresas, sean de pequeño o gran tamaño, buscan tener nuevas deudas, además que este refinanciamiento genera una baja en las tasas de interés, a menos que el valor de la empresa crezca.

Lascano (2016) señala que se detectaron engaños en el proceso de refinanciamiento y reestructuración de créditos debido a la inexistencia de procesos la cual provocó negligencias laborales que afectaron la situación financiera de una cooperativa de crédito y ahorro.

En la investigación se tomará en cuenta un banco formal debido a que sus procesos y métodos están mejor regulados.

El objetivo es analizar al refinanciamiento como una propuesta de solución para problemas financieros de las empresas con un banco privado, en relación a sus deudas y mostrar un caso específico de una empresa privada que solicitó refinanciamiento.

MATERIAL Y MÉTODOS

Se realizaron entrevistas a dos gerentes de bancos privados, se recopiló y analizó información sobre el caso de una empresa privada.

RESULTADOS

Se considera pertinente dividir la investigación en dos secciones: siendo la primera sobre refinanciamiento y problemas financieros para aplicar al refinanciamiento, y la segunda, un proceso de refinanciación de una empresa privada.

Refinanciamiento

Los dos principales problemas que dificultan el negocio de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) es la falta de demanda y la morosidad

que sufren a la hora de cobrar los servicios que prestan, esta dificultad obliga a las empresas a requerir de financiamiento de terceros para tener los recursos necesarios para seguir en el mercado. Sin embargo, cuando las empresas siguen en problemas, solventar sus deudas puede volverse complicado y, si la morosidad o demora de pago hacia la entidad del financiamiento se hace permanente, llegará un momento en que acabará cerrando (Tarazona, 2012).

Frente a esta situación las empresas buscan diversas opciones para poder salir del problema. Es importante señalar que el refinanciamiento es la última opción en caso no se pueda solventar las deudas y la empresa se encuentre en muy mal estado financiero.

Se entiende por refinanciamiento a la modificación de las cuotas de la deuda que una empresa o persona tiene por una nueva con un previo acuerdo con la entidad que brindó el financiamiento. En pocas palabras es volver a financiar una deuda.

Problemas financieros para aplicar al refinanciamiento

Existe una asimetría de información entre los bancos y las empresas lo que conlleva a una dificultad en la entrega de créditos y a su vez genera problemas para las empresas que si obtuvieron el crédito. La asimetría no permite que concuerden los objetivos de la empresa con los del banco demostrándose por las variaciones en los plazos de pago, tasas de interés o capital no suficiente como para poder solventarlo con el tiempo (Lapelle, 2007, citado en Luciano, 2013).

La asimetría se expresa para la empresa que consiguió el crédito como morosidad en los pagos, y este es el problema básico y único por el cual uno puede solicitar refinanciamiento aunque ello no significa que todas las empresas que tienen este problema son aplicables para el refinanciamiento.

Generalmente cada banco posee un propio sistema o método interno por el cuál una empresa o persona natural puede solicitar un refinanciamiento de sus deudas. Estos podrían ser cuotas iniciales que el banco pide como un cobro de servicio, un límite en la cantidad de días que puede estar en mora, un control de puntaje interno que establece por cada empresa que ha obtenido un financiamiento, entre otros; todos ellos varían en distintos bancos.

Tarazona (2012) recomienda que la empresa siga con unos puntos para que pueda obtener solvencia gracias a sus actividades comerciales basadas en un seguimiento estricto para cobros a sus clientes: estimar objetivos dinámicos, que sean continuos y se adecuen a la realidad del cliente (en relación a volúmenes y métodos de pago).

Dichos puntos pueden ser aceptados también para que el banco acepte el riesgo de refinarciar a su deudor, en caso que la solvencia no sea suficiente:

Presentar estados financieros verídicos, si la empresa planea presentarle al banco su propuesta de refinanciamiento necesitará de los datos exactos y actuales de cómo se encuentra la empresa ya que el banco tiene que analizar su riesgo frente a esta situación, separado de la pérdida de reputación de la empresa si trata de engañar a una institución financiera con datos falsos.

- Ser concreto en los objetivos y demostrar el bien que generará el refinanciamiento de sus deudas. Se logra de la misma manera que uno presenta un proyecto, demostrando cuáles son los objetivos que se han establecido dentro de la empresa junto a lo que se espera llegar rigiéndose de un seguimiento estricto por parte de las dos instituciones que están actuando.
- Establecer contacto permanente con el banco el banco enfrentará periodos de incertidumbre frente al riesgo de refinanciar a un deudor, es por ello que siempre querrá estar al tanto de su situación. Aquí es cuando la información interna de la empresa no debe de cerrar sus puertas al banco, sino todo lo contrario, se debe entregar toda la información que el banco solicite, siendo posible que consulte sobre el flujo de caja, motivos por el cual se ha presentado la incapacidad de pago, el patrimonio neto, estados financieros, estrategias frente a competidores, ventajas competitivas, campañas planeadas, entre otros, para que el banco pueda sustentar la propuesta de refinanciamiento.

La empresa debería tomar en cuenta estos puntos al momento que necesite solicitar un refinanciamiento con la única objeción de que no altere los resultados reales de la situación de la empresa ni sus proyecciones futuras.

Para lograr el segundo objetivo se realizó una entrevista basada en una empresa que solicitó refinanciamiento de sus deudas y se prefirió mantener en el anonimato, por lo cual se conocerá de ahora en adelante a la empresa solicitante del refinanciamiento como "Empresa R". Las entidades financieras participantes fueron el

Banco de Crédito del Perú (BCP) y la financiera Caja Huancayo.

A continuación se presenta el análisis de la empresa que solicitó el refinanciamiento:

En primer lugar, la empresa R solicitó al Banco de Crédito del Perú (BCP) un préstamo a un plazo de dos años con una tasa de interés que el banco definió en función de distintas variables tales como la situación presente y proyectada de la empresa, el riesgo de incumplimiento de pago, el plazo del crédito, el monto por desembolsar, la competencia, la situación económica del país y del sector económico en el cual la empresa se desenvuelve, entre otros varios aspectos. Pasado un tiempo la empresa R enfrentó cambios negativos que afectaron significativamente sus niveles de ventas y se estableció que no iban a poder cancelar su deuda respetando el cronograma establecido y menos con una elevada tasa de interés.

Los gerentes de la empresa R analizaron los efectos que esta situación adversa les causaría y evaluaron qué tanto afectaría la aplicación de la mora sobre su capacidad de pago y concluyeron que era necesario buscar opciones para amortiguar los efectos adversos sobre su capacidad de pago. La solución que encontraron fue el refinanciamiento de la deuda, pero no con el mismo banco. Ellos presentaron una propuesta de refinanciamiento a la entidad financiera Caja Huancayo que consistía básicamente en que la financiera pague el total del préstamo y genere un nuevo pasivo para la empresa R pero ahora a nombre de la nueva entidad financiera, en otras palabras, consistía en la compra de la deuda por parte de Caja Huancayo.

La nueva empresa financiera aceptó la propuesta y compró la deuda. Se estableció un nuevo cronograma más holgado con una tasa de interés mucho menor.

Los puntos para evaluar la solicitud y llegar a un posterior acuerdo de refinanciamiento estuvieron basados en la capacidad de generar ingresos o la posibilidad de pagar sus obligaciones, además de presentar a satisfacción de Caja Huancayo documentos como declaraciones y estados financieros presentes y proyectados.

La garantía fue constituida sobre el patrimonio que la empresa R tenía tanto en bienes muebles como inmuebles. Esta garantía fue un punto esencial que pidió Caja Huancayo debido a que, al ser un caso de refinanciamiento para la empresa R, el riesgo es más alto porque existe el precedente de haber incurrido en incapacidad de pago.

Gracias a ello, la empresa R obtuvo estabilidad financiera la cual permitió cumplir con sus obligaciones y seguir operando en el mercado pese a los cambios negativos producidos en sus niveles de ventas.

CONCLUSIONES

El refinanciamiento puede llegar a ser una posible solución a los problemas financieros de las empresas que tengan deudas que no puedan pagar con las entidades financieras, que en este caso, los bancos.

Para que el refinanciamiento sea establecido como una solución se tiene que tomar en cuenta los distintos puntos de vista que tiene cada enti-

dad financiera ya que cada uno cuenta con una propia manera de manejar las situaciones con sus clientes.

Estos suelen presentar los estados financieros, estrategias empresariales frente a la competencia, entre otros puntos como por ejemplo lo puede ser un puntaje interno, conocido como "credit scored" o nombres similares dentro de la entidad.

En el caso de la entrevista, hay una gran concordancia en los puntos solicitados por las entidades financieras como la documentación requerida, como si se estuviera generando un nuevo préstamo, aunque si difiere en la manera en cómo se obtuvo ya que la mayoría de autores establecen una relación para solucionarlo con la misma entidad financiera.

Cuando existe un crédito vigente e interviene una tercera figura como prestamista que substituye al anterior y cancela la deuda vigente generando una nueva, la empresa R sabe que se trata de una refinanciación. La nueva empresa financiera que actúa como la tercera figura sabe que ha refinanciado la deuda, pero en cumplimiento de las normas vigentes debe registrar la operación como si fuera un financiamiento nuevo, debido a que no ha substituido ninguna deuda que anteriormente el cliente tuviera registrada con ellos. Adicionalmente, al operar de esa forma no debe constituir provisiones por malas deudas adicionales, y así no reduce las utilidades del periodo.

Por lo tanto, el refinanciamiento puede ser tomado como una propuesta de solución para los problemas financieros sobre todo si es que se actúa con previsión y estos son tomados en cuenta con tiempo.

REFERENCIAS

- Forte, S. & Peña, J. I. (2009). Debt refinancing and credit risk. *The Spanish Review of Financial Economics*, 9 (1), pp. 1-10
- Ixchop, D. (2014). *Fuentes de Financiamiento de Pequeñas Empresas del Sector Confección de la Ciudad de Matazenango*. (Tesis para optar por el grado de licenciatura en administración de empresas). Universidad Rafael Ladívar, Quetzaltenango, Guatemala.
- Lascano, G.(2016). *Riesgo operativo en el refinanciamiento - reestructuración de créditos y la rentabilidad en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Chibuelo*. (Tesis para optar por el título de ingeniería en contabilidad y auditoría CPA). Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.
- Luciano, M. (2013). *Los problemas de financiamiento en las pymes*. Universidad Nacional de Cuyo, Facultad de Ciencias Económicas.
- Marquez, L. (2007). *Efectos del Financiamiento en las Medianas y Pequeñas Empresas*. (Tesis para optar por el título de profesional de contador público). Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Tarazona, A. (2012). *Los sistemas de refinanciación de la deuda aplicados por una entidad bancaria en Valencia*. Universidad Politécnica de Valencia, Facultad de Administración y Dirección de Empresas.

Correo electrónico para correspondencia
diegowongcarcamo@hotmail.com

LA ALIANZA DEL PACÍFICO, EL RETO Y LA RESPUESTA THE PACIFIC ALLIANCE, CHALLENGE AND RESPONSE

Eloy Manuel Durán Durand; Keila del Rocío Vargas Chirinos;
Rocío Arley Tapullima Salviati; Xiomara Vanessa Huerta Zuñiga;
Karina Soledad Romero Revilla, David Joseph Castañeda Varillas;
Valery Cristhel Viacava Alarcón; Verónica Brigitte Miller Verano;
Beatriz Joaquina Villacrez Peña
Estudiantes de la Universidad Ricardo Palma
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Escuela Profesional de Administración de Negocios Globales



Recepción: 2017-06-01 / Aceptación: 2017- 06-23

RESUMEN

La investigación profundiza en el conocimiento de la Alianza del Pacífico y explica con detalle los acuerdos comerciales que han adoptado sus miembros a fin de liberalizar el comercio de bienes y servicios en el bloque. Analiza estas medidas a la luz de las oportunidades comerciales que esta liberalización promete. La investigación establece que incluso considerando la baja interdependencia económica de los miembros de la Alianza del Pacífico y aun a pesar de que la integración económica al interior del bloque termina teniendo connotaciones más formales que reales; la posibilidad tangible de desarrollar cadenas productivas mirando a los mercados asiáticos exhibe a la Alianza del Pacífico como un mecanismo importante para conseguir tanto crecimiento económico como desarrollo social.

Palabras clave: Derecho, comercio internacional, libre comercio, aranceles, barreras no arancelarias, Alianza del Pacífico, Asia-Pacífico.

ABSTRACT

This paper explores the Pacific Alliance trying to explain the binding agreements that its members have adopted in order to liberalize the trade of goods and services within the block. It analyses these agreements, considering the potential trade opportunities that such a liberalization process promises. The research states that even considering the poor levels of economic interdependence among the members of the Pacific Alliance and despite the fact that economic integration inside the block has more formal than real connotations; the true chance of developing value chains for the Asian markets presents the Pacific Alliance as an important tool in order to obtain both economic growth and social development.

Keywords: Law, international trade free trade, tariffs, non-tariff barriers, Pacific Alliance, Asia-Pacific.

INTRODUCCIÓN

La Alianza del Pacífico es un mecanismo de integración regional conformado por Chile, Colombia, México y Perú, establecido en abril de 2011 (Declaración Presidencial sobre la Alianza del Pacífico, 2011) y constituido formal y jurídicamente el 6 de junio de 2012 (Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico, 2012). Este proceso busca crear mercados atractivos entre los países miembros para lograr el libre flujo de capitales, personas, bienes y servicios (Pastrana, 2015).

El acuerdo fundamentalmente busca lograr mejoras sustanciales en los regímenes comerciales bilaterales que los Estados parte mantienen entre sí. Más aún, armonizar sus disposiciones y establece estándares comunes a fin de:

- Incrementar el comercio y la inversión al interior de la Alianza del Pacífico.
- Lograr economías de escala.
- Engarzar cadenas de suministro.
- Promover una mayor relación comercial Asia-Pacífico.

(Protocolo Adicional al Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico, 2016)

En este sentido, la investigación busca profundizar en el conocimiento de la Alianza del Pacífico y conocer con detalle los acuerdos comerciales que adoptaron sus miembros a fin de liberalizar el comercio de bienes y servicios en el bloque, prestando atención tanto a las posibilidades de comercio al interior del mismo como, de manera especial, a las oportunidades comerciales de cara al Asia-Pacífico.

RESULTADOS

Antecedentes en el proceso de integración

Los países miembros de la Alianza del Pacífico empezaron a desarrollar acuerdos de libre comercio hace dos décadas.

La primera forma de integración que precedió a la Alianza del Pacífico entre países sudamericanos y México fue El Tratado del Grupo de los Tres (G-3), integrado por Venezuela, Colombia y México. El mencionado acuerdo, de 1994, trató de establecer una zona de libre comercio para el intercambio de bienes y servicios.

No obstante, como antecedente inmediato a la Alianza del Pacífico, tenemos el llamado “Arco del Pacífico”, el cual surgió como una iniciativa peruana que buscaba coordinar posiciones con Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua y Panamá, a fin de tener posiciones comerciales armonizadas de cara al primer mundo y Asia-Pacífico.

La Declaración de Lima y el Acuerdo Marco

La Declaración de Lima fue suscrita en la ciudad de Lima en 2011. En ella participaron, los presidentes de Chile, Colombia, México y Perú se comprometieron a avanzar progresivamente en el cumplimiento de sus objetivos y así alcanzar la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2017).

El Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico fue suscrito durante la IV Cumbre Presidencial reali-

zada por Colombia, Chile, México y Perú el 6 de junio de 2012. Entre otros asuntos acordados, se establece, como requisitos esenciales para que un Estado pueda participar, el reconocimiento a la vigencia del Estado de derecho, la democracia, la separación de poderes del Estado y la protección y respeto a los derechos humanos y libertades fundamentales (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2017)

Así, finalmente se integraron estos cuatro países y se creó la Alianza del Pacífico con cuatro Estados miembros y dos Estados observadores: Panamá y Costa Rica (Pastrana, 2015).

Estados miembros

En el caso de Chile, el índice de competitividad del World Economic Forum (WEF) muestra indicadores claves como población de 18 millones de habitantes, PBI de 240,2 billones de dólares, PBI per cápita de 13 340,9 dólares y porcentaje que el país tiene dentro de la producción global de 0,37%. Ocupa actualmente el puesto 33 del índice de competitividad global (World Economic Forum, 2016)

Tabla 1

Lista de los principales productos exportados por Chile

PRODUCTO
Cobre
Mineral de cobre, concentrados
Frutas frescas o secas

Fuente: United Nations Trade Statistics (elaboración propia).

Por su parte, Colombia, en el índice de competitividad del WEF, muestra indicadores claves

como población de 48,2 millones de habitantes, PBI de 293,2 billones de dólares, PBI per cápita de 6 083,5 dólares y porcentaje que el país tiene dentro de la producción global de 0,59%. Ocupa actualmente el puesto 61 del índice de competitividad global (World Economic Forum, 2016)

Tabla 2

Lista de los principales productos exportados por Colombia

PRODUCTO
Crudo de petróleo
Carbón no aglomerado
Café

Fuente: United Nations Trade Statistics (elaboración propia).

México, en el índice de competitividad del WEF, muestra indicadores claves como población de 127 millones de habitantes, PBI de 1 144,3 billones de dólares, PBI per cápita de 9 009,3 dólares y porcentaje que el país tiene dentro de la producción global de 1,96%. Ocupa actualmente el puesto 51 del índice de competitividad global (World Economic Forum, 2016)

Tabla 3

Lista de los principales productos exportados por México

PRODUCTO
Crudo de petróleo
Vehículos motorizados principalmente diseñados para el transporte de personas
Equipos de telecomunicaciones

Fuente: United Nations Trade Statistics (elaboración propia).

En el caso de Perú, el índice de competitividad del WEF muestra indicadores claves como población de 31,9 millones de habitantes, PBI de 192,1 billones de dólares, PBI per cápita de 6 021,1 dólares y porcentaje que el país tiene dentro de la producción global de 0,34%. Ocupa actualmente el puesto 67 del índice de competitividad global (World Economic Forum, 2016).

Tabla 4

Lista de los principales productos exportados por Perú

PRODUCTO
Oro
Mineral de cobre, concentrados
Minerales y concentrados varios

Fuente: United Nations Trade Statistics (elaboración propia).

Estados observadores

La Alianza del Pacífico cuenta con 52 estados observadores, los cuales podrán participar en reuniones a los que sean invitados por consenso de los Estados parte y tendrán solo derecho a voz.

De acuerdo con Macedo (2015), la calidad de la condición de observador se mantiene bajo las siguientes condiciones:

- El Estado observador mantiene su compromiso con los principios, objetivos y trabajo de la alianza.
- El Consejo de Ministros no la revoca.
- El Estado observador no renuncia a él.
- El Estado observador no se convierte en Parte estatal.

Estados asociados

En la XII Cumbre de la Alianza del Pacífico, desarrollada en Cali, Colombia, el 29 y 30 de junio de 2017, se anunció la creación de la categoría de “Estados asociados” a la Alianza del Pacífico que permitiría a la alianza negociar acuerdos como bloque. Los cuatro países que entrarían en esta condición serían: Australia, Canadá, Nueva Zelanda y Singapur (Acosta, 2017)

Objetivos de la Alianza del Pacífico

La Alianza del Pacífico cuenta con los siguientes objetivos:

- a) construir, de manera participativa y consensuada, un área de integración profunda para avanzar progresivamente hacia la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas;
- b) impulsar un mayor crecimiento, desarrollo económico y competitividad de las economías de sus integrantes, con miras a lograr mayor bienestar, superar la desigualdad socioeconómica e impulsar la inclusión social de sus habitantes; y
- c) convertirse en una plataforma de articulación política, integración económica y comercial, y proyección al mundo, con énfasis en la región Asia-Pacífico.

(Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico, 2012, p.4)

Al respecto, Concha (2013) enfatiza el importante rol que la conquista conjunta de los mercados asiáticos podría traer para los miembros de la Alianza del Pacífico gracias al carácter de economía complementaria que esta tiene para el bloque.

Acuerdos tomados al interior de la Alianza del Pacífico

Con la entrada en vigor del protocolo adicional al Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico, se ha implementado una serie de medidas de primera importancia en las relaciones comerciales de los países miembros.

Eliminación de aranceles y barreras no arancelarias

Los aranceles llevan por función principal aumentar los ingresos fiscales y/o proteger a un sector o industria local frente a la competencia extranjera. Estas barreras se aplican cuando los productos atraviesan la frontera de un territorio aduanero, incrementando así los costes de las importaciones. Este incremento puede darse en un porcentaje fijo, calculado en función del valor de la mercadería, en cuyo caso se denominan derechos de aduana *ad valorem*. Si, por el contrario, el arancel se impone en virtud a una unidad de medida sin tener en cuenta el valor del producto, se llama derechos específicos (Tello, 2007)

Como parte medular de los acuerdos comerciales al interior de la Alianza del Pacífico, Chile, Colombia, México y Perú acordaron las condiciones de acceso al mercado que regirán el comercio entre ellos. Como resultado de la profun-

dización de las preferencias arancelarias bilaterales existentes, se logró que el 92% común de líneas arancelarias se liberalice a partir de 2016 (Protocolo Adicional al Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico, 2014)

El universo restante de productos se desgravará en el mediano plazo. Para un grupo acotado de productos considerados altamente sensibles por los países que integran la Alianza del Pacífico, se reserva categorías de tratamiento especial con plazos muchos más largos. (Protocolo Adicional al Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico, 2014)

Otras medidas adoptadas

De manera adicional a la importante reducción arancelaria ya descrita, se ha tomado otras medidas críticas a fin de mejorar las relaciones comerciales al interior de la alianza.

Comercio al interior de la Alianza del Pacífico

Gracias a todas las medidas hasta aquí descritas, se ha logrado engarzar cadenas productivas importantes entre los Estados miembros de la Alianza. Echabarría y Estevadeordal (2014), citados por Cruz (2017), indican que existen ejemplos concretos de encadenamientos que merecen atención, entre los que destacan: a) tejidos de mezclilla mexicanos que son usados en Chile para la fabricación de prendas de vestir, las cuales tendrán como destino de exportación el Perú; b) el zinc del Perú, que es comprado por empresarios colombianos para la fabricación de baterías, que llegarán a Chile; y, c) plásticos colombianos que son procesados en México para convertirlos en envases que

Tabla 5

Medidas adoptadas al interior de la Alianza del pacífico

<p>Reglas de origen</p>	<p>Con las reglas de origen, lo que se busca es tener claro cuándo un bien, que debido a su proceso de producción utiliza insumos y materiales extranjeros, puede obtener exactamente los mismos beneficios arancelarios de aquellos bienes que han sido producidos con una cadena productiva completamente local.</p> <p>Lo innovador aquí es que se ha desarrollado reglas únicas que fomentan la integración regional y que ofrecen flexibilidad razonable para casos en que las cadenas productivas incluyen a países que no son miembros del bloque</p>
<p>Obstáculos al comercio (OTC)</p>	<p>Se examina ir más allá de lo ya estipulado dentro de la OMC. Se crea un Comité OTC, el cual permitirá implementar y monitorear las disposiciones del presente acuerdo, basándose en tres pilares disciplinarios que son: transparencia, evaluación y cooperación entre miembros conjuntos.</p> <p>Fueron representantes del sector privado los que dieron vida a esta idea de cooperación. Siendo el sector de cosméticos y medicamentos el que buscó fomentar la mayor armonización regulatoria.</p>
<p>Medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF)</p>	<p>Se busca aumentar la cooperación entre los organismos encargados de evaluar estas medidas dentro de la Alianza. Además, se pretende conectar estos organismos para que las medidas en los cuatro países contengan la misma estructura, unificando así las normas sanitarias y fitosanitarias. El monitoreo de dichas medidas queda a cargo de un comité especial que es creado para este propósito.</p>
<p>Facilitación de comercio y cooperación aduanera</p>	<p>Se establece acuerdos de reconocimiento mutuo de los operadores económicos autorizados entre los países miembros y se propone una interoperabilidad de las ventanillas únicas de comercio exterior.</p> <p>Además, los países miembros establecen como compromisos actuar con velocidad en relación a las investigaciones de infracciones aduaneras utilizando la vía del intercambio de información de autoridades y, por último, simplificar los procedimientos aduaneros con el objetivo de agilizar el despacho de mercancías.</p>

Contratación pública

Se enfatiza la inclusión de normas y acciones que permitan promover la participación de la micro, pequeña y mediana empresa en las contrataciones de los países miembros y, además, se extiende la cobertura de los acuerdos existentes aumentando el número de entidades cubiertas o, de la misma manera, eliminando reservas y exclusiones.

También los estados miembros acuerdan actualizar los estándares en los acuerdos ya existentes en términos de trato nacional, transparencia y no discriminación, usos de medios electrónicos en los procesos de contratación y procedimientos de impugnación.

Comercio transfronterizo de servicios e inversión

Además de buscar un acuerdo para protección del comercio transfronterizo de servicios y de inversiones que se encuentren en otros de los países miembros de la Alianza del Pacífico, estos capítulos actualizan la liberalización de servicios que se contenían en los acuerdos comerciales vigentes y los estándares de protección a la inversión.

Telecomunicaciones

Los países miembros garantizarán a las empresas de telecomunicaciones poder prestar sus servicios en la región de la Alianza del Pacífico, en condiciones de libre competencia. Se garantiza el acceso a la infraestructura, la independencia del regulador y la portabilidad numérica.

Comercio electrónico

Se extiende el compromiso de regularizar las transacciones electrónicas de bienes y servicios, esta vez incluyendo los productos digitales a los cuales no se le aplicará aranceles aduaneros, además de promover el comercio sin papel y de regular adecuadamente la autenticación electrónica y los certificados digitales con el objetivo de garantizar su seguridad y eficiencia.

Servicios financieros

Se consolida la legislación vigente de cada país, manteniendo el nivel de apertura comercial y de protección tanto para la inversión de instituciones financieras como de prestación de servicios, contribuyendo así a lograr mayores garantías de funcionamiento en el sector financiero.

Servicios marítimos

Se garantiza el otorgamiento de un trato no discriminatorio a los buques de los países miembros del bloque, incluyendo el reconocimiento a su documentación

Se busca profundizar en estrategias conjuntas con el fin de mejorar la competitividad del sector y la cooperación facilitando el transporte marítimo internacional y todos los servicios que brinde este.

Solución de diferencias

Está dividido en dos etapas muy bien delimitadas: la de medios políticos y la de medios jurídicos.

Fuente: Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico de 2012 y Protocolo Adicional al Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico de 2016 (elaboración propia).

luego acabarán en el mercado peruano. Según los mencionados autores, este tipo de sinergias en las cadenas de producción de los países miembros son de suma importancia, ya que son el primer paso para generar una integración más firme y segura. Por eso se necesita que estas prácticas sean más frecuentes a fin de alcanzar la consolidación a la que aspira la Alianza del Pacífico.

No obstante, a pesar de que existen cadenas productivas al interior de la alianza que funcionan eficientemente, el comercio al interior de América Latina oscila solo entre el 15% y 20% de su comercio total. Si estas cifras se comparan con las de Europa (70%) o Asia (50%), las diferencias se vuelven muy notorias y muestran una debilidad importante en el comercio al interior del bloque (Foxley y Meller, 2014).

Además, en el año 2012, cuando se celebró la firma del Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico, las relaciones comerciales que se reflejaban en la balanza comercial representaban una cifra menor al 10% (Ortiz Morales, 2017).

Además, en el año 2012, cuando se celebró la firma del Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico, las relaciones comerciales que se reflejaban en la balanza comercial representaban una cifra menor al 10% (Ortiz Morales, 2017).

Dentro del conjunto de características comerciales que comparten los países miembros de la Alianza del Pacífico, los mercados más importantes son las potencias extranjeras. En ese sentido, para la Alianza del Pacífico, los socios comerciales más destacados para el año 2012 fueron Estados Unidos, la Unión Europea y China. Esto permite concluir que la realidad de relaciones entre los países miembros muestra una baja cooperación entre sus economías y una débil intensidad de sus relaciones comerciales (Ortiz Morales, 2017).

Mirando al Asia-Pacífico

Desde una perspectiva opuesta, no existe un problema de baja complementariedad económica entre los miembros de la Alianza del Pacífico y los países de Asia-Pacífico. Los productos emblemáticos exportados por los miembros de

la Alianza del Pacífico (ver: tablas 1, 2 y 4) son muy demandados por China, Japón y la República de Corea (International Centre for Trade and Sustainable Development, 2016)

Al mirar al Asia-Pacífico, hay que recalcar que, de la revisión de los cuatro principales destinos de exportaciones de los miembros de la alianza, por lo menos uno de ellos es China, Japón o Corea (Rojas y Terán, 2017)

En este sentido, una estrategia vital a futuro es que los miembros de la alianza logren aumentar su presencia en los mercados de Asia-Pacífico, especialmente si se logran acuerdos con socios asiáticos que colaboren en el proceso de diversificación de exportaciones, pues estas en realidad se circunscriben a productos con poco valor agregado (International Centre for Trade and Sustainable Development, 2016)

El futuro de la Alianza del Pacífico debe pasar sin duda por lograr aunar esfuerzos que giren en torno a la creación de cadenas de valor y ventajas competitivas a fin de obtener una verdadera inserción en las cadenas productivas de Asia-Pacífico y desde luego en sus mercados (Ortiz Morales, 2017)

DISCUSIÓN

Resulta evidente que la interdependencia económica de los miembros de la Alianza del Pacífico no es alta y eso termina creando una integración económica más formal que real, sobre todo si tenemos en cuenta que los países miembros ya tenían tratados de libre comercio entre ellos (Ortiz Morales, 2017). No obstante, la Alianza del Pacífico plantea oportunidades y,

por qué no decirlo, retos.

De hecho, si recordamos al inmortal Arnold Toynbee, y los doce tomos de su *magnum opus A study of History*, la frase “*challenge and response*” (reto y respuesta) cobra aún más sentido. Si asumimos, como hacía Toynbee, que los condicionantes geográficos o económicos nunca son suficientes para explicar la historia y que el éxito de toda sociedad siempre se explica por la manera en que esta logra responder a los retos que su tiempo le depone, entonces el gran “reto” para nuestra querida América Latina, para la “patria grande” de la que hablaba Bolívar, que es el crecimiento económico en democracia, puede empezar a tener “respuesta” si empezamos a crear verdaderas cadenas de valor mirando hacia mercados allende el gran mar.

La Alianza del Pacífico es un paso en firme en la “respuesta” al “reto” de nuestro tiempo.

REFERENCIAS

Acosta, L. (2017). Alianza del Pacífico inicia proceso de expansión con cuatro asociados. Recuperado de: <http://lta.reuters.com/article/domesticNews/idLTAKBN19L2XQ-OUSLD>

Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico, 2012 /Junio/06

Concha, J. (2013). Alianza del Pacífico, ¿para qué? Recuperado de: <http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/comercio/alianza-del-pacifico-para-que>

- Cruz, C. (2017). Alianza del Pacífico: el desafío de la integración. Tesis de maestría en Ciencias Políticas. Recuperado de: <http://repositorio.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/14346/1/TESIS%20TERMINADA.pdf>
- Declaración Presidencial sobre la Alianza del Pacífico, 2011/Junio/28
- El Tratado del Grupo de los Tres (G-3), 1994/Junio/13
- Foxley, A. & Meller, P. (2014). *Alianza del Pacífico: en el proceso de la integración latinoamericana*. Santiago: Uqbar.
- International Centre for Trade and Sustainable Development (2016). La Alianza del Pacífico: ¿un puente entre América Latina y Asia-Pacífico? Recuperado de: <http://www.ictsd.org/bridges-news/puentes/news/la-alianza-del-pac%C3%ADfico-%C2%BFun-puente-entre-am%C3%A9rica-latina-y-asia-pac%C3%ADfico>
- Macedo, P. (2015). Estados observadores de la Alianza del Pacífico. Recuperado de: http://www.mzv.cz/file/1638455/Tichomorska_aliance_Mexiko_Pozorovazelsky_status.pdf
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2017). Alianza del Pacífico. Recuperado de: http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=166&Itemid=185
- Ortiz Morales, C. (2017). La Alianza del Pacífico como actor regional: factores de éxito para la cohesión regional hacia la proyección internacional. *Desafíos*, 29(1), pp. 49-77.
- Pastrana, E. (2015). *La Alianza del Pacífico: de cara a los proyectos regionales y las transformaciones globales*. Bogotá: Fundación Konrad Adenauer Stiftung.
- Protocolo Adicional al Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico (2016) Recuperado de: <https://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/2016/06/protocoloAP.pdf>
- Protocolo Adicional al Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico, 2014/febrero/2010
- Rojas, D. & Terán, J. (2017). Inserción de los países de la Alianza del Pacífico en Asia-Pacífico: más allá de las relaciones comerciales. *Desafíos*, 29(2), pp. 237-275.
- Tello, T. (2007). *Las restricciones no arancelarias: los reglamentos técnicos y su impacto en el comercio peruano*. (Tesis de Licenciatura en Economía). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- World Economic Forum (2016). *The Global Competitiveness Report 2016-2017*. Recuperado de: http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf

Correo electrónico para correspondencia
eduran_2006@hotmail.com

ORGANIZACIÓN Y PROCESO LOGÍSTICO DE PRODUCTOS DENOMINADOS “ABARROTÉS” DE UN SUPERMERCADO

ORGANIZATION AND LOGISTICS PROCESS OF PRODUCTS CALLED "ABARROTÉS" OF A SUPERMARKET

Eloy Manuel Durand Durand; André Aguirre Cáceres,
Bryan Germán Yoplac Fasanando; Jhonatan Morales Candela.

Estudiantes de la Universidad Ricardo Palma
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Escuela Profesional de Administración de Negocios Globales.



Recepción: 2017-04-11 / Aceptación: 2017- 06-23

RESUMEN

El objetivo es mostrar la organización y el proceso logístico en el área de abarrotes de un supermercado, así como su control de inventario con el fin de comprender la manera en la que una empresa lleva a cabo sus labores logísticas.

Palabras clave: Logística, distribución, inventarios, abastecimiento, organización, almacenaje.

ABSTRACT

The objective is to show the organization and the logistics process in the grocery area of a supermarket, as well as its inventory control in order to be able to understand the way in which a company carries out its logistics tasks.

Keywords: Logistics, distribution, inventories, catering, organization, storage.

INTRODUCCIÓN

La logística desempeña un papel vital en los negocios, impulsa a las empresas a competir en el mercado a través de la fidelización hacia el cliente, lo cual actualmente es tomado como una filosofía por parte de las organizaciones.

La logística busca manejar estratégicamente la adquisición, el movimiento, el almacenamiento de productos y el control de inventarios, así como todo el flujo de información asociado, a través de los cuales las organizaciones y su canal de distribución se encauzan de modo tal que la rentabilidad presente y futura de la empresa es maximizada en términos de costos y efectividad. De esta manera, es como empresas que se encuentran en el rubro de supermercados e hipermercados trabajan en la actualidad buscando satisfacer las necesidades del consumidor a diario.

En el trabajo se explicará teóricamente el proceso logístico para luego dar paso a los elementos que este implica en cuanto a los productos denominados “abarrotes” del supermercado, además de conocer a fondo el control de inventario de dichos productos.

RESULTADOS

Proceso logístico

La globalización, así como la liberación de los mercados y del comercio de bienes y servicios, está requiriendo de las organizaciones o empresas usuarias y proveedoras de servicios una gestión con altos rendimientos. Dentro de este contexto, la logística se convierte en la estrategia

más idónea para mejorar la eficiencia y eficacia de las empresas y así contribuir a mejorar su competitividad.

El proceso logístico muchas veces se ve reflejado en los sistemas empresariales dentro de los departamentos o áreas, aunque no siempre es de este mismo modo para todas las empresas. Respecto de sus características, es importante resaltar que la logística contempla actividades relacionales que integran a toda la empresa en función de sus objetivos. Esta es parte fundamental del desarrollo de su desarrollo, ya que con ello aseguran su permanencia en el mercado a través de un manejo eficiente de flujos y servicios hasta llegar al consumidor final, que es precisamente donde acaba este proceso, siendo los consumidores finales, con su satisfacción, los que en cierto modo dan a las compañías indicadores de si realiza o no una buena labor logística. Al mismo tiempo, ello depende de la gestión de cadena de suministros, enfocándose en la eficiencia de las actividades.

Enfoque en procesos

Un enfoque basado en procesos nos permite un mejor y continuo control sobre los procesos y las interrelaciones entre ellos, lo cual sin lugar a dudas representa una ventaja competitiva para la organización. Permite además un mejor desempeño y la obtención de mejores resultados, no solo en los procesos, sino también en los productos y servicios, así como la posibilidad de un mejoramiento continuo de manera integral.

Como en todo sistema, en este caso un sistema empresarial, se necesita de órganos que puedan trabajar relacionados entre sí para alcanzar

uno o varios objetivos. El objetivo se basa en el proceso logístico, el cual necesita de un plan que lo respalde; es más, sea cualquiera el plan o los ejecutantes, todos estos cumplen una característica única: son una serie de procesos a seguir. Y es justamente en la logística de cualquier empresa en donde se busca que dichos procesos se cumplan y que a su vez sean eficientes y capaces de abastecer todo el sistema, ya sea de entrada, operación o salida.

Mejoramiento en procesos

En la última década del siglo pasado, las empresas han aprendido la lección y buscan, cada vez con mayor decisión, mejorar íntegramente su ámbito de negocios. Ya no solo se trata de ofrecer productos y servicios de calidad (a la par de la competencia), sino de generar una modalidad nueva de hacer negocios y de entenderse a sí misma. Al cliente debe ofrecérsele no solo lo que espera, sino además ofrecer a nuestros clientes potenciales productos y servicios sorprendentemente buenos, para que se conviertan en clientes fieles.

Las empresas hoy se encuentran abocadas a abordar procesos de mejoramiento interno que les permitan sobrellevar todas estas nuevas exigencias y para ello están acentuando sus esfuerzos en aspectos tales como:

- Mejorar los niveles del servicio al cliente en todas las interfaces que la organización tiene con él (por sobre todos sus procesos logísticos)
- Desarrollar los procesos (tanto logísticos y productivos como de la empresa) a los más bajos costos y con los correspondientes

márgenes deseados. Esta eficiencia de procesos y control de utilidades se advierte en aspectos tales como la depuración de procesos, reingeniería, cambios de tecnología, automatización, disminución de tiempo de ciclo de procesos, aplicación de los conceptos *Pull* y *Just in Time* (JIT), a los procesos productivos.

- Mantener una política de oferta que incluya la variedad de productos y la satisfacción de demanda estacional como variables estratégicas del negocio sobre la base de su constante cambio.
- Entregar, en la medida de lo posible, un alto valor agregado en los productos y servicios a los clientes, por encima de la satisfacción esperada por ellos. Esto implica generar salidas que contengan características valiosas; las cuales, aunque no estén consideradas en el listado exigible como mínimo por el cliente, le sean interesantes y puedan inclinarlo a convertirse en cliente cautivo de la organización.

MATERIAL Y MÉTODOS

El trabajo está basado en una entrevista realizada al gerente comercial de frutas y verduras con experiencia en el área de abarrotes dentro de la misma empresa.

Durante la entrevista, se tocaron temas como *cross docking*, cubillaje, además del conocimiento sobre el Centro de Distribución San Francisco, que es el almacén principal de la tienda ubicada en Lurín, Lima.

RESULTADOS

Se considera pertinente dividir la investigación en cinco partes: organización, empresa, valores, proceso logístico de “abarrotes” y control de inventario de los mismos en un supermercado.

Organización

El Supermercado pertenece a Supermercados Peruanos SA, que es una sociedad que forma parte del grupo denominado Intercorp, junto a otras veinte sociedades más. Todo esto empezó en el año 1994, cuando un grupo de empresarios adquirieron el Banco Internacional del Perú, que años más tarde pasaría a llamarse Banco Interbank, como lo conocemos hoy. Es dentro de este grupo donde se crea Supermercados Peruanos, que involucra a tres cadenas de venta de bienes y servicios.

Supermercados Peruanos SA está compuesto por:

Presidente:

- Carlos Rodríguez Pastor Persivale

Directores:

- Ramón Barua Alzamora.
- David Fischman Kalincausky
- Juan Carlos Vallejo Blanco.
- Julio César Luque Badenes.
- Pablo Hernán Turner Gonzales.

Empresa

Nace el año 1993 con el nombre de Santa Isabel y diez años después se vuelve parte del Grupo

Intercorp.

Es una de las primeras cadenas de supermercados en llegar a provincias, logrando presencia en veinticinco provincias de la costa, sierra y selva y contando hoy con más de cien tiendas para comodidad y satisfacción de más peruanos. Además, es una de las primeras cadenas peruanas en conseguir la certificación internacional HACCP para los alimentos frescos.

Cuenta con 15 014 colaboradores (2016) y más de sesenta y cinco tiendas a nivel nacional.

Valores

Sus características básicas e imprescindibles son:

- Trabaja en equipo.
- Ordenado y honesto.
- Muy trabajador.
- Actitud innovadora.
- Servicial.

Dentro de su proceso de selección y de comunicación interna, utilizan una especie de “colaborador especial” llamado Tomas, que no es más que un tomate humanizado que representa estos valores antes mencionados, aparte, de ser el “comunicador” enlace entre gerencia y trabajadores (Supermercados Peruanos, 2016a)

Proceso logístico de “abarrotes”

La empresa opera en las regiones más importantes del Perú, tiene una participación destacada dentro del rubro de los supermercados. Aparte de ello, las operaciones de la empresa

Organigrama

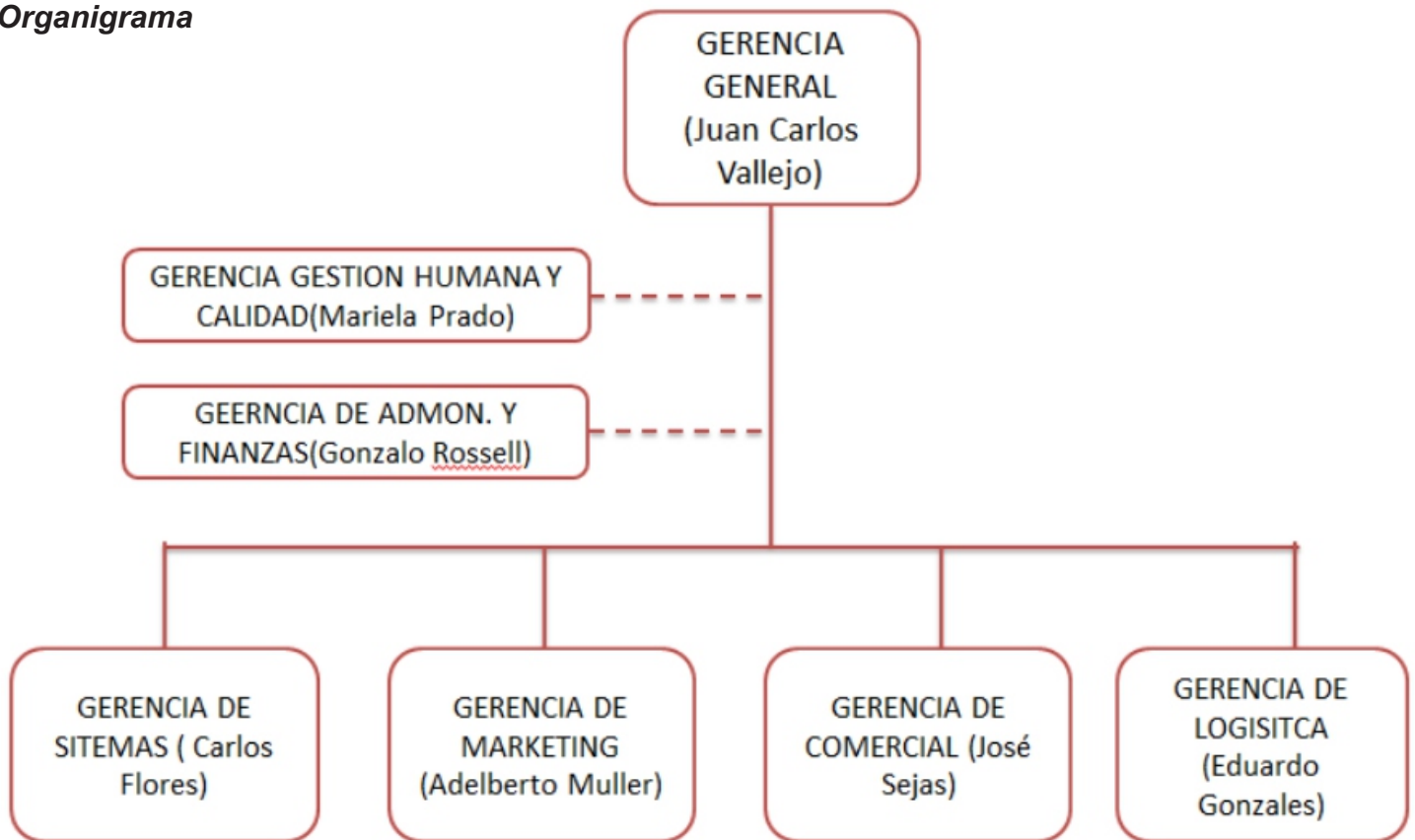


Figura 1. Organigrama general proporcionado por el gerente comercial de la empresa.

son grandes y complejas y varían dependiendo del producto, sección, zona, necesidad, etc. A continuación, se dará a explicar precisamente cómo funcionan las operaciones logísticas para el área de abarrotes del supermercado Plaza Vea.

Este proceso se divide principalmente en 3 partes.

Cross docking

A través de este proceso, se envía mercadería a la tienda sin haber descargado en el almacén central llamado Centro de Distribución (Lurín).

El proceso *cross docking* se utiliza dentro de la empresa para productos que almacenan mucho

espacio, que a la vez significan mayor costo de almacenaje. Ejemplo: papel higiénico o pañales.

El procedimiento es como sigue:

1. Llegada de mercancías a través de los proveedores al CD de Lurín.
2. La mercadería pasa por un control dentro del CD San Francisco sin hacer ninguna descarga.
3. La mercadería ya inspeccionada pasa directamente a tienda.

Directo

En este proceso, la mercadería va directamente del proveedor a la tienda sin necesidad de pasar por el CD San Francisco.

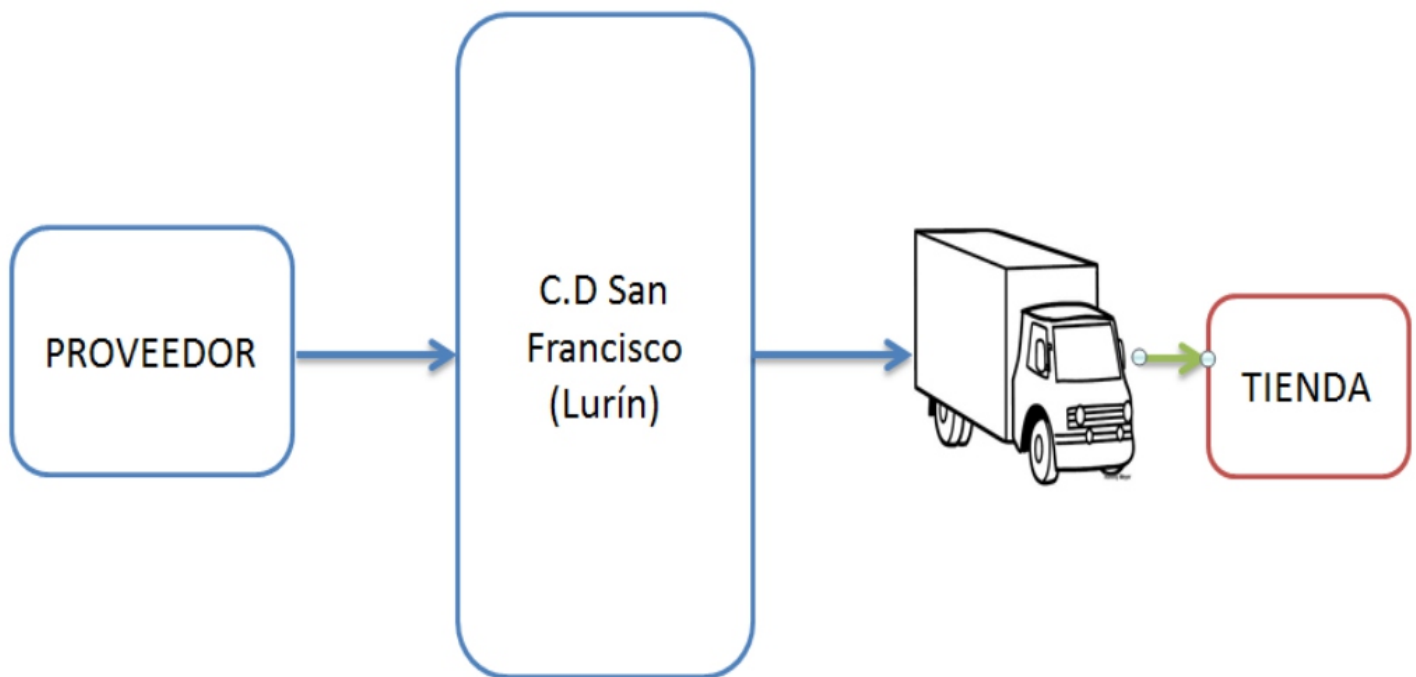


Figura 2. Ejemplo de *cross docking*.

Este método solo funciona con proveedores chicos y productos específicos. Actualmente, es tan poco usado que se evalúa su vigencia a futuro dentro del proceso logístico del supermercado.

Distribución al CD San Francisco

El proceso que se detalla a continuación quizás sea el más conocido o el que cualquier persona podría imaginarse al escuchar sobre un proceso logístico.

Básicamente, el proceso de distribución al CD San Francisco consiste en llevar los productos al almacén en Lurín, para luego, a través de camiones, se proceda a llevarlos a la tienda.

Es usado en casi todos los productos que puedan estar almacenados junto a otros, que tengan un largo tiempo de vida y que no ocupen mucho espacio en almacén.

El procedimiento es como sigue:

1. Llegada de mercancías a través de los proveedores al CD de Lurín.
2. La mercadería se descarga dentro del CD San Francisco.
3. La mercadería pasa a almacén dentro del centro de distribución.
4. Se evalúa los requerimientos de cada tienda.
5. Se carga la mercadería a los camiones.
6. Los camiones de distribución van directamente a la tienda para ser vendidos.

Control de inventario de “abarrotes” en Plaza Vea

El Supermercado, así como cualquier otro supermercado, lleva un control de sus productos. En el caso de Plaza Vea, se realiza de la manera que veremos a continuación.

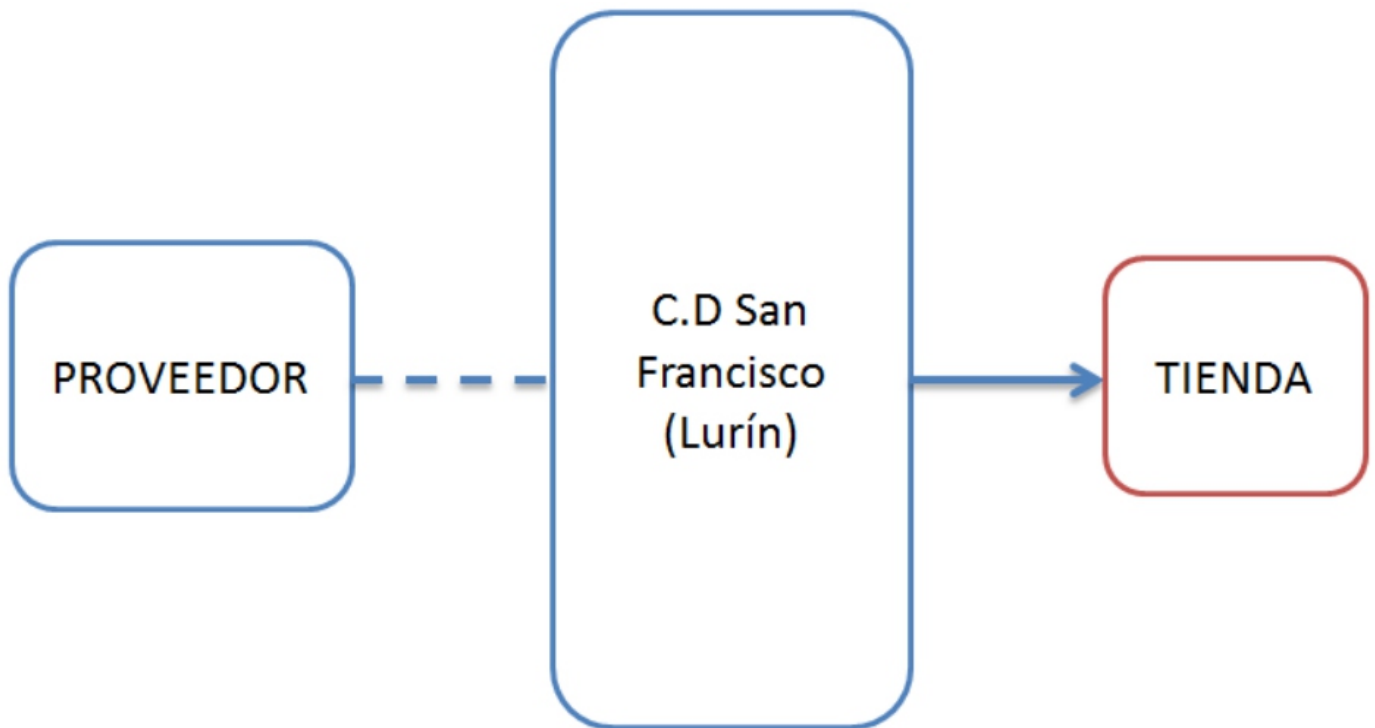


Figura 3. Ejemplo de distribución al CD de San Francisco.

Fuente: entrevista al actual gerente comercial de frutas y verduras. Elaboración propia.

En las góndolas se coloca una cantidad de un producto sin dejar ningún espacio en blanco, manteniéndolo siempre lleno para evitar una mala imagen y tener buenas críticas de los consumidores. El almacén tiene lo que vendría a ser la venta media del producto y así poder satisfacer la demanda de la tienda; la suma de lo que ponen en las góndolas más lo que se tiene en el almacén es lo que debería tener la tienda, para el correcto movimiento de su inventario en lo que respecta a abarrotes, tiene que poseer un *stock* de dos días. En el caso de Plaza Ve,

el cubicaje es demasiado cuidadoso, pues se intenta llenar todos los espacios del camión al momento de abastecer una tienda; además de ello, la tienda cuenta con los pallets para mejor movilización de la mercadería y el proceso de “*picking*” se realiza con cuidado para no dañar el producto al momento de acomodarlo en las

góndolas.

Por ejemplo, imaginemos una góndola con cincuenta tarros de leche, la cual tiene una venta media de cincuenta tarros también, lo que suma cien tarros de leche. A este total se le suma el *stock* de seguridad, el cual normalmente es el doble del pedido real (que en este caso sería de cien tarros de leche). Cabe resaltar que el inspector revisa las góndolas cada hora con el fin de ver el consumo del producto y colocar nuevos productos si es necesario.

CONCLUSIONES

La empresa maneja no solo un excelente proceso logístico, sino también un correcto procedimiento de control de inventario de abarrotes, lo que genera no solo satisfacción en los consumidores, sino que también mantiene su nicho

de mercado desde su fundación en el Perú.

REFERENCIAS

López, J. A. (2011). Logística. Gestión de compras, almacenes y transporte. *Gestiópolis*. Obtenido de: <https://www.gestiopolis.com/logistica-gestion-compras-almacenes-transporte/>

Caro, R. E. (2014). *El proceso logístico. Administración moderna*. Obtenido de: <http://www.administracionmoderna.com/2012/04/el-proceso-logistico.html>

Herrera, C. V. (2010). *Enfoque basado en procesos. Gestiópolis*. Obtenido de: <https://www.gestiopolis.com/enfoque-basado-procesos/>

Revista Logistec (2013). Por qué mejorar los procesos logísticos en las organizaciones. Obtenido de: <http://www.revistalogistec.com/index.php/vision-empresarial/analisis/item/2342-por-que-mejorar-los-procesos-logisticos-en-las-organizaciones>

Supermercados Peruanos (2016a). *Colaboradores*. Obtenido de: <http://www.supermercadosperuanos.com.pe/web/qsomos-colabora>

Supermercados Peruanos (2016b). *Empresa*. Obtenido de: <http://www.supermercadosperuanos.com.pe/web/qsomos-empresa>

Correo electrónico para correspondencia
eduran_2006@hotmail.com

INSTRUCCIONES PARA LOS AUTORES
GLOBAL BUSINESS ADMINISTRATION JOURNAL
ISSN – 2520 9019

Al enviar su artículo debe estar redactado en español, digitado en formato A4 con interlineado sencillo; con márgenes de 3 cm a la izquierda, 2,5 cm a la derecha y 3 cm en la parte superior e inferior; los párrafos sin sangría, separados por un espacio.

Utilizar letra Arial, en caracteres de 12 puntos.

Además deben cumplir las indicaciones que se mencionan a continuación:

El autor al enviar su artículo debe presentar una **Declaración Jurada**, la cual debe firmarla declarando que el artículo es original, que no está siendo evaluado por otra revista nacional o internacional y que no ha sido publicado. Si hay coautores, todos deben firmarla.

Los números y unidades de medida deben ser expresados de acuerdo al Sistema Internacional de Unidades (SI)

Para las citas y referencias se debe utilizar el estilo APA.

Las tablas llevan leyenda y numeración.

Las figuras llevan leyenda y numeración.

Al final del artículo se debe colocar el correo electrónico del autor para correspondencia.

Mientras se está considerando para su publicación, el trabajo no debe ser enviado a otras revistas. Una vez aprobado para la publicación, todos los derechos pasan a ser propiedad de la revista.

Los artículos seleccionados serán sometidos a revisión y evaluación por pares.

I.- ARTÍCULOS ORIGINALES

INVESTIGACIÓN EXPERIMENTAL, EMPÍRICA, FÁCTICA o CUANTITATIVA

Redactado en un máximo de 12 páginas, según el siguiente esquema:

Título en español, se recomienda como máximo 15 palabras.

Título en inglés.

Nombres y apellidos completos de los autores, acompañado de su filiación institucional.

Resumen con palabras clave. Estructurado con las siguientes partes:

Objetivos, métodos, resultados y conclusiones, escrito en un solo párrafo con un máximo de 250 palabras.

Abstract con keywords.

Introducción: Considerando antecedentes, problema de investigación, hipótesis, objetivo(s), contribuciones del autor, breve descripción, dificultades y/o limitaciones de lo que no se pudo realizar.

Material y Métodos: Métodos para obtener la población ^(*), aparatos y equipos utilizados ^(*), diseño original o modificaciones realizadas por el autor si ha tomado como modelo otro trabajo ^(*), aportes que mejoraron el procedimiento ^(*), análisis estadístico ^{(*)(*)} Detallar si fuera pertinente en la investigación.

Resultados: Expresa los hallazgos de la investigación, en forma clara, sin opiniones ni interpretaciones, excepto en las de alcance estadístico, las tablas y figuras como complemento.

Discusión: Explica los resultados, compara los resultados con los resultados obtenidos por otros autores, explica las limitaciones y las dificultades, en esta sección se incluyen las conclusiones y/o recomendaciones.

Agradecimiento: (Si fuera pertinente), a las instituciones, luego a las personas

Referencias: De acuerdo al estilo APA.

Correo electrónico para correspondencia.

INVESTIGACIÓN DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN, MONOGRÁFICA, DESCRIPTIVA o CUALITATIVA

Redactado en un máximo de 12 páginas, según el esquema:

Título en español, se recomienda como máximo 15 palabras.

Título en inglés.

Nombres y apellidos completos de los autores, acompañado de su filiación institucional.

Resumen con palabras clave: Escrito en un solo párrafo con un máximo de 250 palabras.

Abstract con keywords.

Introducción: Considerando antecedentes, problema de investigación (si lo hubo, por consiguiente hipótesis), objetivo(s).

Material y Métodos: Si se utilizó.

Resultados: Redacción ordenada, puede dividirlo en capítulos y sub capítulos, si fuera necesario, se incluyen tablas y/o figuras cuando sea necesario aclarar el argumento.

Discusión: Explica los resultados, compara los resultados con los resultados de otros autores, explica las limitaciones y las dificultades, conclusiones y/o recomendaciones. En caso no se haya obtenido la sección discusión, esta puede ser reemplazada por la sección *conclusiones*.

Agradecimiento: (Si fuera pertinente), a las instituciones, luego a las personas

Referencias: De acuerdo al estilo APA.

Correo electrónico para correspondencia.

II.- RESUMEN EJECUTIVO - SÍNTESIS DE UN PLAN DE NEGOCIO

Se debe considerar:

Descripción del negocio

Objetivo(s) del plan de negocio

Análisis y plan estratégico

Descripción de los planes básicos del negocio

Análisis de proyecciones y datos financieros

Referencias

Máximo 4 paginas

III.- ARTÍCULOS DE REVISIÓN

El autor revisa un libro y describe su revisión, se debe considerar:

El texto con la revisión.

Referencias.

Máximo 6 páginas.

.ENVÍO DE ARTÍCULOS

Las colaboraciones deben dirigirse al correo electrónico:

revistaestudiantesang@gmail.com

También puede contribuir a través de la plataforma Open Journal Systems (OJS)

http://revistas.urp.edu.pe/index.php/Global_Business/user/register

EVENTOS ACADÉMICOS



Pautas sencillas
para iniciarse en
la investigación **07
Abril**
Mg. David Esteban

**24
Abril**

Creando
oportunidades
a través
del reciclaje

Lic. Sheyla Ortiz Valdez



**12
Junio**

Coaching
ontológico
para ejecutivos

Piercarlo Ochoa Rabanal



La investigación
científica aplicada
en los negocios **25
Mayo**

Carlos A. Dávila Londoño



Modelo de negocios
para emprendimientos
nacientes **14
Junio**
Luisa A. Avila

Embajada de La Federación Rusa
cómo generar negocios con Rusia

**31
Mayo** Bárbara Boykova
Sergey Sirenko
Olinda Yaringa



**DKR
VISION**

LA MEJOR COMUNICACION EN TU HOGAR





Global Business Administration

Escuela de Administración de Negocios Globales

**¡VIVE
LA VERDADERA
EXPERIENCIA
UNIVERSITARIA!
ESTUDIA LA
CARRERA**

4M

Multilingüe
Multicultural
Múltiples inteligentes
Múltiples Valores

**DE MAYOR
PROYECCIÓN
GLOBAL**



Universidad
Ricardo Palma

Formamos seres humanos para una cultura de paz

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

www.urp.edu.pe/epang