



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**ESTRATEGIAS DE IMPORTACIÓN EN LAS EMPRESAS  
ALDALAB PERÚ SAC Y JC MEDICAL SUPPLIES SAC, 2019**

**TESIS PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**PRESENTADO POR:**

**Bach. MARÍA YANET CERCADO LLATAS**

**Bach. MIRIAN TANTA HUACAUSI**

**ASESORA:**

**Dra. GLADYS IVONNE MORÁN PAREDES**

**LIMA –PERÚ**

**2019**



## ACTA DE SUSTENTACIÓN

N° 055-2019-OGYT-FCE-UMA

### PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

En San Juan de Lurigancho, a los 04 días del mes de noviembre del año 2019 en los ambientes de la Sala de Grados; se reunió el Jurado de Sustentación integrado por:

Presidente : Mg. Augusto Fernando Bazalar Quiroz.

Integrante : Mg. Elizabeth Haydee Alba Trinidad.

Integrante : Mg. Víctor Humberto Chero Pacheco.

Para evaluar la Tesis:

“Estrategias de importación en las Empresas Aldalab Perú SAC y JC Medical Supplies SAC, 2019”; presentado por: Bach. MARIA YANET CERCADO LLATAS. Participando en calidad de asesora: Dra. Gladys Ivonne Moran Paredes.

Los señores miembros del Jurado, después de haber atendido la sustentación, evaluar las respuestas a las preguntas formuladas y terminada la réplica; luego de debatir entre sí, reservada y libremente lo declaran *aprobado*..... (Aprobado/Desaprobado) por *Unanimitad*..... (Unanimidad/Mayoría) con el calificativo de *aprobado*..... [Mención Sobresaliente(18-20)/ Mención Notable(16-17)/ Aprobado(11-15)/ Desaprobado], equivalente a *14*....., en fe de lo cual firmamos la presente Acta, siendo las *17:15*..... horas del mismo día, con lo que se dio por terminado el Acto de Sustentación.

Mg. Augusto Fernando Bazalar Quiroz  
Presidente

Mg. Elizabeth Haydee Alba Trinidad  
Integrante

Mg. Víctor Humberto Chero Pacheco  
Integrante



UNIVERSIDAD MARÍA AUXILIADORA

## ACTA DE SUSTENTACIÓN

N° 056-2019-OGYT-FCE-UMA

PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN  
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

En San Juan de Lurigancho, a los **04** días del mes de **noviembre** del año **2019** en los ambientes de la **Sala de Grados**; se reunió el Jurado de Sustentación integrado por:

Presidente : **Mg. Augusto Fernando Bazalar Quiroz.**

Integrante : **Mg. Elizabeth Haydee Alba Trinidad.**

Integrante : **Mg. Víctor Humberto Chero Pacheco.**

Para evaluar la Tesis:

“Estrategias de importación en las Empresas Aldalab Perú SAC y JC Medical Supplies SAC, 2019”; presentado por: Bach. MIRIAN TANTA HUACAUSI. Participando en calidad de asesora: Dra. Gladys Ivonne Moran Paredes.

Los señores miembros del Jurado, después de haber atendido la sustentación, evaluar las respuestas a las preguntas formuladas y terminada la réplica; luego de debatir entre sí, reservada y libremente lo declaran..... *Aprobado*.....  
(Aprobado/Desaprobado) por..... *Unanimidad*..... (Unanimidad/Mayoría)  
con el calificativo de ..... *Notable*..... [Mención Sobresaliente(18-20)/  
Mención Notable(16-17)/ Aprobado(11-15)/ Desaprobado], equivalente a .... *17*....., en fe de lo cual firmamos la presente Acta, siendo las *17:15* horas del mismo día, con lo que se dio por terminado el Acto de Sustentación.

Mg. Augusto Fernando Bazalar Quiroz  
Presidente

Mg. Elizabeth Haydee Alba Trinidad  
Integrante

Mg. Víctor Humberto Chero Pacheco  
Integrante

Av. Canto Bello 431, San Juan de Lurigancho  
Telf: 389 1212  
www.uma.edu.pe

## **DEDICATORIA**

A Dios, por protegernos durante todo el camino y darnos fuerzas para superar obstáculos a lo largo de nuestra vida, y alcanzar nuestros objetivos.

A nuestros padres por sus consejos, su dedicación y apoyo constante.

A nuestros hermanos que siempre estuvieron presente en todo momento brindándonos su apoyo.

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad María Auxiliadora, nuestra alma mater, por darnos la oportunidad de estudiar y ser profesionales.

A los docentes de la universidad, que compartieron sus conocimientos a través de su experiencia.

A la Dra. Gladys Ivonne Morán Paredes, por su dedicación, que con su amplia experiencia nos ayudó a superarnos.

Al Mg. Víctor Chero Pacheco, por su paciencia, enseñanza y apoyo constante en el proceso de

## RESUMEN

La presente tesis que lleva por título “Estrategias de importación en las empresas Aldalab Perú Sac y JC Medical Supplies Sac, 2019” ha sido realizado con el fin de determinar las estrategias de importación en las empresas Aldalab Perú Sac y JC Medical Supplies Sac. Por ello se tuvo en cuenta una metodología de tipo aplicada, ya que permitieron establecer mejoras a ciertos procedimientos, con un nivel de investigación descriptivo y con un diseño no experimental debido a que la variable no fue manipulada. La muestra tomada fue obtenida a partir de la comunicación directa con un representante de las empresas, siendo dicho representante la unidad de análisis. El resultado principal encontrado fue que se evidencia que la empresa Aldalab Perú Sac, *siempre* desarrolla estrategias de importación, en cambio la empresa J.C Medical Supplies Sac, *casi siempre* desarrolla dichas estrategias. En conclusión, las estrategias de importación tomadas en cuenta por las empresas Aldalab Perú Sac y JC Medical Supplies Sac son diversas, los puntos más sobresalientes consideran el acuerdo con proveedores extranjeros, las cantidades de productos necesarios, solicitud de muestras para evaluar las características del producto, asistencia a ferias internacionales con el propósito de captar nuevos proveedores y productos de calidad.

**PALABRAS CLAVES:** Estrategias, importación, equipos médico.

## ABSTRACT

The research entitled “Import Strategies in Aldalab Perú Sac and JC Medical Supplies Sac Company, 2019” was developed to determine the import strategies in companies that commercialize medical supplies. According to methodology it was considered an applied study, because the main aim focused on improving different commerce procedures, also the descriptive level and the non-experimental design were taken into consideration, so variable was not modified. Relevant information was obtained through direct communication with company representatives, who are considered like unit of analysis. In relation to results, it was identified that Aldalab Perú Sac Company, *Always* develops import strategies, in comparison to J.C Medical Supplies Sac Company where such strategies are *sometimes* developed. To conclude, there are several strategies considered by Aldalab Perú Sac and JC Medical Supplies Sac Company, and they include: agreement with foreign suppliers, appropriate amount of products, evaluation of samples to identify product characteristics, and involvement in international fairs to meet and identify suppliers and to analyze new products.

**KEYWORDS:** Strategies, Import, Medical Supplies

## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
RESUMEN .....	iv
ABSTRACT .....	v
ÍNDICE.....	vi
LISTA DE FIGURAS Y TABLAS .....	viii
INTRODUCCIÓN.....	1
<b>1. PROBLEMA DE INVESTIGACION.....</b>	<b>2</b>
1.1 Planteamiento del problema .....	2
1.2 Formulación del problema.....	4
1.2.1 Problema General .....	4
1.2.2 Problemas Específicos .....	4
1.3 Objetivos.....	4
1.3.1 Objetivo General.....	4
1.3.2 Objetivo Específicos.....	4
1.4 Justificación .....	5
<b>2. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>6</b>
2.1 Antecedentes .....	6
2.2 Base teórica.....	10
2.3 Definición de términos básicos .....	20
2.4 Hipótesis .....	21
2.4.1 Hipótesis General .....	21
2.4.2 Hipótesis Específicas.....	21
<b>3. METODOLOGÍA.....</b>	<b>22</b>
3.1 Tipo de investigación.....	22
3.2 Nivel de investigación .....	22
3.3 Diseño de la investigación .....	22
3.4 Área de estudio .....	22
3.5 Población y muestra: Criterios de inclusión y exclusión.....	22
3.6 Variables y Operacionalización de variables.....	24
3.7 Instrumentos de recolección de datos .....	24



3.8	Validación de los instrumentos de recolección de datos .....	24
3.9	Procedimientos de recolección de datos .....	25
3.10	Componente ético de la investigación.....	25
3.11	Procesamiento y análisis de datos .....	25
<b>4.</b>	<b>RESULTADOS</b> .....	<b>26</b>
<b>5.</b>	<b>DISCUSIÓN</b> .....	<b>29</b>
<b>6.</b>	<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>32</b>
<b>7.</b>	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>35</b>
<b>8.</b>	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>36</b>
<b>9.</b>	<b>ANEXOS</b> .....	<b>41</b>
9.1	Matriz de consistencia .....	41
9.2	Instrumento de recolección de datos.....	43
9.3	Ficha de validación del instrumento de recolección de datos.....	44
9.4	Consentimiento informado .....	47
9.5	Análisis descriptivo de los ítems .....	48

## LISTA DE FIGURAS Y TABLAS

Tabla 1. TABLA DE CONTINGENCIA SEGÚN EL OBJETIVO GENERAL .....	26
Tabla 2. ESTRATEGIA DE LA ECONOMÍA DE LA LOCALIZACIÓN.....	26
Tabla 3. ESTRATEGIAS DE MERCADEO .....	27
Tabla 4. ESTRATEGIAS DE LOGÍSTICA.....	27
Tabla 5. ESTRATEGIAS DE COLABORACIÓN .....	28

## INTRODUCCIÓN

La globalización ha permitido el intercambio de información a nivel global y a su vez la competitividad entre empresas de diversos rubros con la finalidad de mejorar su rentabilidad brindando ya sea bienes o servicios, desarrollando estrategias comerciales para unificar los mercados, facilitando una mejor organización respecto a la importación y exportación entre países.

La importancia de estudiar este tema es identificar las diversas estrategias que se han ido tomando en cuenta para los problemas en el proceso de importación de equipos médicos en las empresas importadoras como son Aldalab Perú Sac y J C Medical Supplies Sac. Tomando en cuenta aspectos como la economía el mercadeo, la logística y la colaboración y de esta manera conocer los puntos fuertes y débiles de cada una de ellas con la finalidad de mejorarlas, para que las empresas reduzcan su margen de error en cuanto a sus operaciones logísticas y transacciones comerciales.

El trabajo de investigación ha sido estructurado de la siguiente manera:

Se realiza el planteamiento del problema, formulación del problema, objetivos y justificación.

Se presentan fundamentos teóricos como: antecedentes del problema, base teórica, definición de términos e hipótesis.

Desarrollo del aspecto metodológico, lo cual incluye tipo, nivel, diseño, área de estudio.

Se precisa población y muestra, operacionalización de variables, instrumento de recolección de datos, procedimiento de recolección, componente ético de investigación, procesamiento y análisis de datos.

## **1. PROBLEMA DE INVESTIGACION**

### **1.1 Planteamiento del problema**

En un mundo globalizado, el comercio con el exterior es importante para un país en el proceso de compra o venta de un bien, pues esta comercialización genera competitividad, desarrollo y contribuye a la economía de los mismos, como se hace mención por el Banco Mundial (2018), en donde se sostiene que “los países que se abren al comercio internacional tienden a crecer más rápido y proporcionar más oportunidades a sus poblaciones”. Además, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico-OCDE (2018) menciona que “el comercio aumenta la competencia y por consiguiente el incentivo, y en algunos casos los medios, para innovar. Se ha demostrado que una competencia más fuerte tiene efectos especialmente poderosos en la productividad de los países alejados de la frontera tecnológica”.

Los países para su desarrollo económico necesitan interactuar con otros, por ello le dan importancia a la relación estratégica y se consideran diferentes tratados y acuerdos comerciales que según la Organización de los Estados Americanos (OEA) son descritos como “herramientas más importantes en la diplomacia internacional y la resolución de conflictos, que permiten que los estados se unan y superen desafíos a través de principios jurídicos”. De entre muchos acuerdos comerciales, se recurre a la más significativa para muchos países, como lo es el Tratado de Libre Comercio. Según el Ministerio de Economía y Finanzas dicho tratado “constituye un acuerdo integral, que incluye temas clave de la relación económica entre las partes. En el caso del acceso al mercado de bienes, aborda aspectos relacionados con barreras arancelarias y no arancelarias, salvaguardias, normas de origen, obstáculos técnicos, medidas sanitarias y fitosanitarias y mecanismos de defensa comercial”. Este tipo de acuerdo ha llevado a que muchos países estén en constante desarrollo de actividad negociadora, tal es el caso de Chile que según El Nuevo Diario (2018) es “el país que más acuerdos comerciales tiene suscritos en todo el mundo, un total de 26, que alcanzan a 64 economías que a su vez representan el 85% del Producto Interno Bruto (PIB) Mundial y el 63% de la población del planeta (unos 4,600 millones de personas)”.

El Banco Interamericano de Desarrollo (2019) destaca aspectos clave que determinan la importancia de los acuerdos comerciales para América Latina y El Caribe que son: el desarrollo económico y reducción de la pobreza, el diseño de estrategias, procesos internos a los países, innovación y apertura de nuevos escenarios. En tanto en el Perú, para el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, el hecho de establecer acuerdos comerciales con diferentes economías es parte de una estrategia a largo plazo que busca consolidar mercados para productos peruanos con el objetivo de desarrollar una oferta exportable competitiva.

El aspecto económico en el país fue de alto crecimiento, mostrando una situación de desarrollo, por ello el Banco Mundial distinguió al Perú como uno de los países con mayor dinamismo en América Latina, teniendo una tasa de crecimiento promedio del PBI de 6,1% anual. Las actividades involucradas incluyeron el comercio internacional desde diversos aspectos, siendo resaltado principalmente el desarrollo por medio de la actividad minera. Tomando en cuenta a los países de América del Sur, la Asociación de Exportadores (Adex) señala que el Perú alcanzó el cuarto lugar del ranking entre los países con mayor actividad exportadora por debajo de Brasil, Chile y Argentina; además Varilias, presidente de Adex, mencionó que para la facilitación del comercio se debe simplificar procedimientos existentes y prevenir prácticas no competitivas. Siendo así el proceso estratégico parte importante en la comercialización. Paredes define a las estrategias como combinaciones de planes y métodos que apoyan a los objetivos y que buscan superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas. Es así que las estrategias en una empresa son fundamentales pues contribuyen a lograr objetivos y marcan el éxito de las mismas.

Se estudiaron a las empresas Aldalab Perú Sac y JC Medical Supplies Sac que se dedican a la importación y distribución de equipos médicos y de laboratorio, por tanto las estrategias que se consideraron se adaptaron a las características de los mismos con la finalidad de optimizar las actividades comerciales. Las empresas importadoras consideraron aspectos estratégicos para la compra de sus mercancías, lo cual incluye el precio y características propias del producto, en cuanto a las características del proveedor, se consideró la decisión de éste por desarrollar acuerdos con la empresa según los antecedentes históricos de cantidad cotizada.

Los problemas identificados se clasificaron en cuatro grupos de dimensiones, estrategias de la economía de la localización, estrategias de mercadeo, estrategias logísticas y estrategias de colaboración. Por ello las empresas Aldalab Perú Sac y JC Medical Supplies Sac tratan de controlar dichas dificultades analizando estudios anuales para su mejora continua. Se destaca la siguiente estrategia; para llegar a proveedores confiables el representante de dichas empresas asisten a ferias comerciales internacionales con la finalidad de encontrar productos de calidad a través de la exhibición de los mismos por diversas empresas; una vez elegida la muestra, se negocia con el proveedor. Por lo señalado, el propósito del estudio posibilitó la identificación de características estratégicas durante el proceso de importación.

## 1.2 Formulación del problema

### 1.2.1 Problema General

¿Cuáles son las estrategias de importación en las empresas Aldalab Perú Sac y JC Medical Supplies Sac, 2019?

### 1.2.2 Problemas Específicos

¿Cuáles son las estrategias de la economía de la localización desarrolladas en las empresas importadoras de equipos médicos?

¿Cuáles son las estrategias de mercadeo desarrolladas en las empresas importadoras de equipos médicos?

¿Cuáles son las estrategias logísticas desarrolladas en las empresas importadoras de equipos médicos?

¿Cuáles son las estrategias de colaboración desarrolladas en las empresas importadoras de equipos médicos?

## 1.3 Objetivos

### 1.3.1 Objetivo General

Determinar las estrategias de importación en las empresas Aldalab Perú Sac y JC Medical Supplies Sac, 2019

### 1.3.2 Objetivo Específicos

Especificar las estrategias de la economía de la localización desarrolladas en las empresas importadoras de equipos médicos

Especificar las estrategias de mercadeo desarrolladas en las empresas importadoras de equipos médicos

Especificar las estrategias logísticas desarrolladas en las empresas importadoras de equipos médicos

Especificar las estrategias de colaboración desarrolladas en las empresas importadoras de equipos médicos

#### 1.4 Justificación

El presente estudio permitió tener mayor conocimiento en relación a la variable analizada; es decir, se identificaron las características respecto a las estrategias de importación en las empresas que comercializan equipos médicos. Además, el conocimiento adquirido facilitaría el establecimiento de mejoras en los procesos comerciales que involucren la importación de los productos médicos.

Finalmente, por la presente investigación fueron desarrolladas herramientas que facilitaron la recolección de datos relacionados a la variable analizada. Dichas herramientas o instrumentos junto a la información obtenida tras la evaluación de los elementos de estudio podrán ser empleados en investigaciones futuras.

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes

#### Antecedentes internacionales

Dávila (2012) en la tesis titulada “Proceso operativo para la importación y distribución de sondas para uso médico de la empresa Banda Vanoni Cía. Ltda. para hospitales, clínicas y centros de salud más destacados en las ciudades de Quito y Guayaquil” tuvo como objetivo determinar el proceso para la importación y distribución de sondas para uso médico. La metodología incluye procesos de análisis económico y financiero. Los resultados obtenidos permiten identificar la reducción en el nivel de ventas y la carencia de estrategias óptimas. El autor concluye que realizando análisis precisos respecto a las cotizaciones de los proveedores se facilitan los procesos de importación y se reducen los costos. Además tomando en cuenta la documentación aduanera, no se presentarán contratiempos durante la llegada de la mercancía. Respecto a la cotización de líneas aéreas, el autor considera la conveniencia para el traslado así como la urgencia relacionada a los requerimientos de los productos.

Buitrago y Ortiz (2013) en la investigación titulada “Análisis del proceso de importación de la empresa Surgilap Equipos, C.A durante el año 2011” tuvieron como objetivo estudiar los procedimientos que realiza el departamento de compras de la empresa. Se consideró en la metodología una investigación de tipo descriptivo mediante la recolección de información documental y bibliográfica. Entre los principales resultados se determinó que el 60% de los individuos analizados desconoce totalmente los pasos para realizar una importación en Venezuela, el 33% no tiene conocimiento de la existencia de planes o manuales que ayuden a proceder frente a inconvenientes y casi la mitad de los encuestados desconoce la existencia de procedimientos para el control de importaciones. Los autores concluyen que a pesar de contar con metodologías en la empresa para llevar a cabo el proceso de importación, el personal desconoce los procedimientos necesarios para actuar frente a contingencias, por ello más de la mitad de los encuestados opina que la empresa no muestra preocupación de manera importante por hacer conocer estos métodos, evidenciando así la falta de interés para mejorar los resultados de las actividades de importación.



Noboa (2013) en la investigación titulada “Importación de equipos de ecografía portátiles de Estados Unidos de Norte América para el sector del distrito metropolitano de Quito” tuvo como objetivo determinar los parámetros y procesos de importación para equipos portátiles de ecografía desde Houston Estados Unidos y conocer todas las restricciones para su ingreso al país. Los métodos empleados por el autor, de acuerdo a cada etapa del estudio, comprenden el aspecto analítico descriptivo, estadístico, cuantitativo, empírico y deductivo. Los resultados permiten comprobar la hipótesis formulada respecto a la alta probabilidad (96%) o factibilidad para importar equipos médicos, tomando en consideración elementos tales como características del producto y su evolución en la importación, características de los proveedores, acuerdos comerciales, las preferencias arancelarias y los procesos logísticos. El autor concluye que la identificación de nuevas tecnologías posibilita la entrada de productos de utilidad de acuerdo a las necesidades en el sector médico. Además la globalización y la logística internacional facilitan los trámites aduaneros de importación, lo cual permite la entrada de nuevos productos al mercado.

Ortíz (2016) en la tesis titulada “La gestión contable y tributaria de las importaciones de equipos e insumos médicos: empresa Loupit S.A.” tuvo como objetivo revisar y replantear las estrategias y procedimientos contables y tributarios que aplican las empresas, principalmente las que se encuentran en el sector comercial importador de la ciudad de Guayaquil, para determinar causalidades que pudieran disminuir la rentabilidad de estas empresas. La metodología es de tipo descriptiva y emplea herramientas como: la técnica de análisis documental y las entrevistas. Los resultados obtenidos comprenden 3 etapas de hallazgos: análisis de los estados financieros (las ventas no van en conjunción con las ganancias obtenidas), análisis tributario de las importaciones (las obligaciones de la empresa son mayormente tributarias, que aduaneras), análisis del diagnóstico de los proceso de compra-venta (desde la solicitud del producto del cliente hasta su entrega transcurre 30 días aprox.). La autora concluye que se determinó que los costos de importación representan alrededor del 25% más sobre el precio FOB de las mercancías. Pero la compañía al no tener un claro y definido método para determinar el precio de venta, termina absorbiendo costos de importación, debido al desconocimiento de cuáles son sus costos de importación en cada transacción, además los márgenes de ganancia

son establecidos al azar por decisiones tomadas entre el departamento de ventas y la gerencia, generando afectación en su rentabilidad siendo necesario un control interno.

Rengifo y Sánchez (2018) en el estudio titulado “Análisis de los factores que influyen en las importaciones de equipos médicos en la empresa SGbiomed Cía. Ltda.” tiene como objetivo analizar los factores que influyen en la disminución de las importaciones de equipos médicos en la empresa. La metodología empleada en este estudio es el método cualitativo, de tipo descriptivo y método deductivo. Las autoras concluyen que los principales factores que influyeron en un poco mejoramiento de las importaciones de los equipos médicos son las restricciones, impuestos, trabas aduaneras, medidas arancelarias, limitación de mercado y permisos previos.

#### Antecedentes nacionales

Zavaleta (2015) en el estudio titulado “Importación de equipos médicos de China y Alemania para incrementar la rentabilidad de la empresa Darwin Zavaleta Isquierdo (“DZI MEDIC”) - Trujillo - 2014” tuvo como objetivo principal analizar la influencia de la importación de equipos médicos sobre la rentabilidad de la mencionada organización. En el aspecto metodológico se considera un estudio no experimental de corte transversal. Los resultados determinan que importar de China resulta ser la opción más económica para la empresa DZI MEDIC SAC, mientras que al considerar la calidad, los equipos médicos de origen alemán son ideales.

Campos, García y Miranda (2016) en la investigación titulada “Importación y comercialización de camas clínicas para las instituciones privadas de salud de Lima Metropolitana y el Callao” tuvieron como objetivo principal recopilar y ordenar la investigación obtenida a través de la investigación primaria como es el caso de las encuestas al mercado objetivo para conocer la aceptación del producto, de manera que se pueda determinar cuál sería la demanda satisfecha así como la insatisfecha del mercado local. De acuerdo a la metodología, el carácter de la investigación es descriptivo. La técnica empleada para la recolección de datos fue la encuesta. Los resultados orientan a la posibilidad de comercialización de una cantidad importante de productos médicos (camas clínicas) además puede determinarse el valor

monetario como ingreso por la venta de dichos productos. Lo anterior será factible gracias al financiamiento obtenido.

Alavarado (2017) en la tesis titulada “Dificultades en el proceso de importación de reactivos de diagnósticos en el mercado peruano, 2016” tuvo como objetivo identificar los requisitos necesarios para el proceso de importación de reactivos de diagnóstico en el mercado peruano. En el aspecto metodológico se tiene en cuenta un diseño de investigación no experimental. Los resultados muestran que las droguerías que se dedican a la importación de reactivos de diagnóstico, indican que encuentran dificultades en los siguientes procesos: obtención de un registro sanitario, envío de documentos de fabricación por el proveedor, buenas prácticas de almacenamiento, y obtención de certificados de calidad. El autor concluye que se pudo determinar cuáles son las normas legales para poder importar los reactivos de diagnóstico al mercado peruano, con respecto a los documentos de fabricación, las empresas exportadoras emiten sus documentos de acuerdo a las especificaciones que necesita el importador, para hacer el registro sanitario de los productos biomédicos, además indica que son importantes las implementaciones de manuales de Buenas Prácticas de Almacenamiento y Procedimiento Operativo Estándar para un sistema de gestión de calidad dentro de una empresa.

Peralta (2017) en el estudio titulado “Mejora de los procesos de importación para reducir la carga tributaria en una empresa comercializadora de equipos médicos en Lima, 2017” tuvo como objetivo proponer un plan para la mejora de los procesos de importaciones de una empresa comercializadora de equipos médicos. En el aspecto metodológico se considera un estudio de tipo proyectivo, en donde se sugieren propuestas a futuro. Los resultados permiten evidenciar que el 93,33% de los encuestados considera que es importante que se emitan permisos para los equipos médicos por la Digemid y que para ello se debe contar con un ISO 9001 y BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) que sustentan la procedencia y calidad de los equipos médicos que se quieren comercializar en territorio peruano, así también la misma cantidad porcentual de encuestados indicaron que *sí* tienen el conocimiento sobre los incoterms que se pueden utilizar para importar equipos médicos. La autora concluye que es importante que las empresas de equipos médicos tengan una guía sobre los procesos de importación para evitar sanciones y

posibilitar el establecimiento de un margen de ganancias mayor para las empresas de este rubro.

Medina y Alegría (2018) en la investigación "Propuesta de mejora basada en la NTP-ISO 9001:2009 para una empresa comercializadora de material y equipos médicos" tuvieron como objetivo elaborar una propuesta de mejora de la calidad basada en la NTP-ISO 9001:2009 para el proceso de comercialización de material y equipos médicos de la empresa IMPORT MEDIC S.A.C. En el aspecto metodológico se considera un estudio de tipo no experimental, es decir, sin manipulación de las variables analizadas. Los resultados con base en el análisis de la Lista de Verificación de la NTP ISO 9001:2009 y el empleo de las herramientas de calidad determinaron que la empresa comercializadora posee un cumplimiento de sólo 33.1%, esta calificación se debe a que la empresa no cuenta con un Sistema de Gestión de la Calidad implementado. Además, la empresa IMPORT MEDIC S.A.C. a pesar de no contar con una estructura organizacional definida, sin un plan estratégico y sumado a esto un deficiente Sistema de Gestión de la Calidad, ha conseguido expandir sus servicios a nivel nacional, siendo sus principales clientes las entidades públicas. Por tanto los autores concluyen que gracias a la implementación del Manual de Calidad para el proceso de comercialización de material y equipos médicos, la organización podrá hacer frente a cualquier deficiencia que se presente o alguna carencia respecto a las pautas establecidas en la NTP ISO 9001:2009, lo cual repercutiría en el mejor desarrollo de las operaciones y una mejora en la calidad de servicio ofrecido a los clientes.

## 2.2 Base teórica

### 2.2.1 Comercio

Caballero (2014) indica que el comercio es uno de los principales motores de la economía a nivel nacional y mundial, que a través del avance tecnológico se ha conseguido globalizar la mayoría de productos y servicios, satisfaciendo necesidades mediante la adquisición de los mismos, uniendo así a la oferta y la demanda (p.11).

Asimismo, Lafuente (2012) señala que el comercio es una actividad socioeconómica donde se realiza el intercambio de bienes y servicios por dinero o por cambio en especies, que tiene una finalidad lucrativa donde

participan el productor (vendedor) y el consumidor (comprador), se da en todo tipo de sociedad (p.16).

Además el autor señala que existen criterios para clasificar las actividades de comercio y estos son; comercio interior, comercio exterior (exportación, importación y tránsito), comercio al por mayor, comercio al por menor (pequeñas y medianas empresas, hipermercados, supermercados, grandes almacenes, venta por correspondencia, etc.), otros comercios (e-commerce, terrestre, marítimo, etc.) (p.17).

### 2.2.2 Comercio internacional

Rozas & Corredor (2016) definen al comercio internacional como la interacción entre países en el proceso de intercambio de bienes y servicios.

Además los autores señalan teorías relacionadas al comercio internacional, que explican una realidad a través de los siguientes modelos:

- *El mercantilismo*; este modelo pone énfasis al proceso de exportación porque así se obtenían el ingreso de metales (medio de pago para generar riqueza), desestimulando la importación de la producción extranjera, porque ello implicaba la salida de metales (disminución de la riqueza), dando a entender así que el que exportaba ganaba y el que importaba perdía.
- *Ventaja Absoluta*; modelo planteado por Adam Smith basado en que un país tiene la capacidad de producir un bien usando menos factores de producción que otro, teniendo en cuenta que los costos de producción son menores y de mejor calidad.
- *Ventaja comparativa*; presentada por David Ricardo donde se enfoca en la capacidad que tiene un país de producir un bien utilizando menos recursos que otro, donde esta producción representa un costo bajo respecto al mundo.
- *Modelo de comercio de Heckscher*; destaca los diversos factores de producción que tienen los países (tierra, capital y trabajo), y que las combinaciones de las mismas suponen fortalezas dependiendo de la abundancia de un determinado factor de producción.
- *Comercio intraindustrial*; menciona que los países intercambian bienes que pueden ser similares (importación y exportación), se da más en países desarrollados y en vías de desarrollo.

- *Teoría del ciclo de vida del producto*; analiza efectos de la globalización de la producción, y como este procedimiento afecta en el comportamiento de las importaciones y exportaciones, en países desarrollados como en vías de desarrollo (p. 44).

### 2.2.3 Comercio exterior

Lafuente (2012) considera al comercio exterior como una técnica de economía exterior (sector exterior) que abarca el intercambio de bienes y servicios comerciales de un país (residentes) con socios extranjeros (no residentes), mediante la compra o venta, originando así obligaciones en divisas (p. 20).

Además, el autor indica que el comercio exterior abarca diversas configuraciones técnico-económicas, y estas son:

*Las formas básicas:*

- Exportación, venta de bienes y servicios producidos por un país hacia el extranjero.
- Importación, compra de bienes y servicios extranjeros.
- Comercio de tránsito, realización de servicios económicos, limitados al comercio mercantil, en el que el transitario ejecutor de la operación no tiene domicilio social en el país importador ni exportador (se establece en un tercer país)

*Las formas especiales:*

- Inversiones internacionales directas
- Operaciones de compensación
- Operaciones de perfeccionamiento
- Fabricación bajo licencia
- Franquicia
- Cooperación
- Compañías de proyectos en el extranjero

*Agentes comerciales o intermediarios independientes:*

- Personas naturales o jurídicas que realizan actividades de promoción negocial en la circulación de bienes y servicios a cambio de una remuneración pactada con el empresario (p.71).

### 2.2.3.1 Barreras al comercio exterior

Martín & Martínez (2010) indican que pese a estar en una época de globalización, existen obstáculos que impiden o dificultan la relación que se da entre países al realizar la compra o venta. Estos obstáculos son establecidos por los países pues tratan de salvaguardar la economía de su país.

*Barreras políticas;* son impuestas por los gobiernos de forma unilateral o bajo acuerdos internacionales. La prohibición de comerciar puede ser total o parcial con la prohibición de compra o venta de determinados bienes o servicios.

*Barreras económicas o arancelarias;* son aquellas que incrementan el precio al bien importado para proteger la entrada de mercancías que puedan perjudicar la economía del país importador.

*Barreras jurídicas o no arancelarias;* encargada de dificultar el comercio exterior por motivos como: sanidad pública, defensa al consumidor, defensa de la naturaleza, medio ambiente, etc. Se dan a través de contingentes de importación, restricciones voluntarias a la exportación, barreras técnicas y barreras fiscales (p.36).

### 2.2.4 Estrategias en los negocios internacionales

Según Rozas, Corredor, Silva, Castellanos, González, y Ortiz (2016) para poder competir en el mundo de los negocios internacionales, las empresas deben desarrollar estrategias en las diferentes áreas y, al mismo tiempo agruparlas en las estrategias generales de las compañías. El autor señala las siguientes estrategias:

- *Estrategias de producción;* es la clave para lograr acercarnos a la realidad de la capacidad de producción y capacidad instalada que utiliza la empresa es saber con qué cuenta la compañía para competir internacionalmente.
- *Estrategia de la economía de la localización;* las dimensiones culturales, políticas, legales y económicas de los países muestran que sobresalen en producción de ciertos productos o servicios, con respecto a los demás; donde hay que tener en cuenta el costo de

transporte y los aranceles para lograr una expansión más productivo en el comercio internacional.

- *Estrategias de mercadeo*; Las empresas que compiten internacionalmente tendrán que afrontar y valorar dos fuentes competitivas que pueden afectar sus estrategias de mercadeo: la reducción de costos y lograr la sensibilidad local o adaptación de los productos o servicios a las necesidades y gustos de los nuevos mercados.
- *Estrategia de estandarización global*; Las empresas que suelen usar este tipo de estrategia se enfocan en la rentabilidad y crecimiento de las utilidades, para reducir los costos que afecta la economía.
- *Estrategia de localización*; aumenta la rentabilidad al aclimatarse los productos y servicios de una empresa a los gustos y preferencias a los diferentes mercados nacionales.
- *Estrategia transnacional*; para sobre salir de un mundo tan competitivo como el actual , se debe adaptar a las habilidades de cada empresa para manejar de acuerdo a los bajos precios mediante estrategias de economías de localización y a su vez desarrollar la diferenciación de sus productos o servicios en mercados geográficos.
- *Estrategia internacional*; tiene la posibilidad de enfrentarse a presiones bajas en cuanto al tema de reducción de costos, al desarrollar estrategias de mercado internacional, por otra parte las empresas se preocupan por surtir su mercado doméstico haciendo una adaptación local mínima.
- *Estrategias logísticas*; La gestión logística en toda empresa cada día es más importante debido que incluye funciones como la planificación, organización, control y ejecución de los materiales desde el inicio de una actividad hasta su entrega, por otra parte busca la satisfacción máxima de los clientes al menor costo posible.
- *Estrategias de colaboración*; Al entrar en el tema de la colaboración entre empresas debemos pensar en un mundo globalizado, donde los logros se basa en la interdependencia con otras empresas del sector con sus productos o servicios.



### 2.2.5 La negociación

Al momento de realizar una actividad comercial es importante tener una buena comunicación para poder negociar.

Peña (2016) describe a la *negociación* como un acuerdo por medio del diálogo, que se da desde la interacción familiar hasta la comunicación entre países. Donde destacan facultades como la persuasión, asertividad, creatividad, flexibilidad, empatía, capacidad de análisis, visión global entre otros para obtener resultados exitosos y positivos. En ese proceso se debe ser metódico en estructurar puntos a negociar, comparando posibles alternativas y estimando resultados potenciales (p.15).

Respecto a la negociación en escenarios internacionales el autor indica que ha ocurrido una transformación en la economía donde el cliente actual a diferencia anterior es altamente calificado, exigente y conocedor de lo que necesita, pues ahora hay mayor acceso a la información y facilidades para contrastar ofertas a escala mundial. Hay un nuevo mercado basado en la personalización de la oferta y orientación hacia el servicio creando propuestas de valor.

En la negociación además del proceso de exportación e importación, se han multiplicado los acuerdos comerciales para crear alianzas estratégicas, optimizando el precio e incrementando su valor a través de la calidad, utilidad y servicio. Gracias a la negociación se asegura el suministro, se genera compromiso entre las partes (p.17).

### 2.2.6 Los acuerdos comerciales

Según la Asociación Española de Profesionales de Comercio Exterior los países tienen acuerdos comerciales, para beneficio de sus respectivos intereses, que se pueden dar a través de:

*Cooperación internacional*; asociación de varios países para alcanzar objetivos comunes correspondientes a intereses solidarios.

*Integración internacional*; unión de estados que consiste en disminuir las barreras comerciales.

*Acuerdos Comerciales Regionales (ACR)*; acuerdos entre dos o más socios que incluyen acuerdos de libre comercio y unión aduanera.

*Acuerdos Comerciales Preferenciales (ACPR)*; preferencias comerciales unilaterales, los países desarrollados aplican aranceles preferenciales a las importaciones procedentes de los países en desarrollo.

*Acuerdo de Libre Comercio*; se eliminan o reducen la mayor parte de aranceles y otros obstáculos comerciales, pero cada país mantiene su propia estructura arancelaria con respecto a terceros.

*Unión Aduanera*; adicional de eliminar o reducir la mayor parte de los aranceles y otros obstáculos comerciales, las partes adoptan una política comercial común respecto a terceros.

*Acuerdo de Alcance Parcial*; los países participantes de este acuerdo se ofrecen mutuamente concesiones en algunos productos o sectores.

*Acuerdos de Integración Económica*; acuerdos sobre el comercio de servicios en el que los participantes se otorgan mutuamente acceso preferencial al mercado (Acocex, 2014, p.19).

#### 2.2.7 Logística

Castellanos (2015) menciona que la logística es la parte de la cadena de suministros que planifica, implementa y controla el flujo efectivo y eficiente; el almacenamiento de artículo y servicios y la información relacionada desde un punto de origen hasta un punto de destino con el objetivo de satisfacer a los clientes. Por esta razón, la logística se convierte en uno de los factores más importantes de la competitividad, ya que puede decidir el éxito o el fracaso de la comercialización de un producto. Dentro de la logística encontramos los siguientes procesos: abastecimiento, producción y distribución.

Así también el autor menciona los puntos relevantes que existen en la logística:

*La gestión de materiales*; es la administración de materias primas, productos semielaborados para un uso posterior.

*El sistema de flujo de materiales*; consiste en la habilidad de planificar la fabricación de productos terminados, para que estén disponibles con el fin de atender las solicitudes de los clientes.

*La distribución física:* Es la entrega de los productos terminados a los diferentes clientes (p. 3).

#### 2.2.8 Las formas de pago

Para Rodéz (2017) al momento de realizar la importación, las partes involucradas acuerdan la forma de pago que pueden ser dos formas:

*Pagos simples;* se realiza en un contexto de confianza mutua entre el exportador e importador, las cuales se optará por una que sea de procedimiento simple con el menor costo posible. Pago anticipado (pago antes de recibir la mercancía), pago diferido (si el exportador concede al comprador esta posibilidad, sin necesidad de garantía). En ambas opciones el pago simple se da a través del cheque bancario, pagaré, letra de cambio y transferencia al exterior.

*Pagos documentarios;* se da cuando alguna de las partes involucradas percibe riesgo elevado, por ello es conveniente realizar la transacción con las máximas condiciones de seguridad. En el caso del exportador, la expedición de la mercancía con total confianza de que se producirá el cobro según los acuerdos adoptados. En el caso del importador, pagar la deuda cuando se recepcione el pedido conforme a las expectativas.

#### 2.2.9 Importación

La Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) señala que la importación es el régimen aduanero que permite el ingreso de mercancías al territorio aduanero para dicho consumo, después de los pagos o garantía dependiendo a su asignación de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables, así como el pago de los recargos y multas que puede existir a través del cumplimiento de formalidades y otras obligaciones aduaneras.

Por otra parte las mercancías extranjeras se consideran nacionalizadas cuando haya sido autorizado su levante.

Además, la Sunat considera los siguientes tipos de importación:

*Importación para el consumo;* en este caso la importación de mercancía es definitiva, cuando los cumplimientos aduaneras son nacionalizados y quedan a libre disposición del dueño o cosignatario.

*Importación simplificada;* son formalidades aduaneras que el importador debe realizar, para el ingreso de sus mercancías al país, teniendo conocimiento que el valor FOB no debe exceder a los \$2000 americanos, tampoco deben tener fines comerciales o que no afecte la economía del país.

#### 2.2.9.1 Procesos de importaciones

Hoy en día empresarios y emprendedores se enfocan en realizar importaciones, sin embargo muchos no se atreven hacerlo debido a que les parece ser complicado estas actividades al importar un producto del extranjero (Mondragón, 2017).

Además el autor menciona los siguientes pasos en el proceso de importación:

*Contacto con el proveedor;* en este caso el proveedor debe ser confiable, responsable y cumplir con los tiempos de entrega además debe cumplir con la calidad pactada en el trato establecido. Por otra parte debe haber comunicación constante con el proveedor por que también se verán temas comerciales y los procesos logísticos de la importación, tales como: adquirir información de las características técnicas y funciones del producto, verificar catálogos, manuales de uso y el certificado de libre venta, verificar certificados de calidad como: ISOs, BPM, CE, entre otros que se presentarán en el despacho de importación, verificar si los productos son restringidos o no, para realizar el proceso de compra y venta, los pagos pueden ser transferencia bancaria o carta de crédito, envío de factura, packing list, B/L o AWB virtualmente para dar aprobación antes al embarque.

*Entidad competente emisora del permisos, registro sanitarios, constancia de internamiento.* Según corresponda la mercancía de acuerdo a cada entidad competente se deberá obtener los siguientes documentos: formulario para la expedición de registro, declaración jurada de veracidad, manual de usuario del producto, catálogos de los productos, certificado de libre venta, ISO 9001, ISO 13485.

*Agente de carga;* persona encargada por la autoridad competente tanto en el país de origen como en el país de destino para organizar embarques (fletes), consolidar y desconsolidar las mercancías.

*Deposito temporal*; se realiza un reconocimiento previo con el fin de verificar el estado de la carga al llegar al puerto destino. Por lo cual se presentan los siguientes informes: copia de AWB o B/L, copia de volante, copia de D.N.I u/o carné de despachador, carta poder notarialmente.

*Agente de aduanas*; persona encargada de los documentos respectivos para generar la DUA o DS para su enumeración: factura comercial, B/L o AWL endorsado por representante legal, póliza de seguro o carta de no seguro, volante, registro sanitario (según corresponda). Una vez numerado se cancela los derechos aduaneros para obtener el canal de control: rojo (revisión documentaria y física), naranja (revisión documentaria), verde (levante automático).

*Retiro de la carga*; una vez dado el levante, se cancela los días de almacenaje por el tiempo que permaneció nuestra mercancía. De las cuales se deben presentar los siguientes documentos: copia de volante, copia de AWB o B/L endorsado por representante legal, liquidación de cobranza por el pago de los tributos de la DUA y percepción, DUA diligencia. Finalmente se retira la carga previa indicación de número de rampa e ingreso de vehículo para su estiba.

#### 2.2.9.2 Requisitos para la importación

Sunat detalla los requisitos necesarios para realizar importaciones exitosas:

Declaración única de aduanas debidamente cancelada o garantizada, fotocopia autenticada del documento de transporte, fotocopia autenticada de la factura, documento equivalente o contrato, fotocopia autenticada o copia carbonada del comprobante de pago y fotocopia adicional de éste, cuando se efectúe transferencia de bienes antes de su nacionalización, salvo excepciones, fotocopia autenticada del documento de seguro de transporte de las mercancías, cuando corresponda, fotocopia autenticada del documento de autorización del sector competente para mercancías restringidas o declaración jurada suscrita por el representante legal del importador en los casos que la norma especifique lo exija, autorización especial de zona primaria, cuando se opte por el despacho anticipado con descarga en el local del importador (código 04), otros documentos que se

requieran, conforme a las disposiciones específicas sobre material declaración andina de valor (DAV), en los casos que sea exigible el formato B de la DUA, lista de empaque o información técnica adicional, volante de despacho, en caso sea solicitado por la autoridad aduanera.

Además se debe considerar lo siguiente referente al Registro Único De Contribuyente (RUC):

- Las personas naturales, cuando realicen despachos de importación de mercancías con fines comerciales, están obligadas a utilizar el número del RUC.
- Las personas que no están obligados a inscribirse en el RUC, son aquellas personas naturales que realicen en forma ocasional importaciones de mercancías, cuyo valor FOB por operación no exceda de mil dólares americanos (\$ 1000,00) y siempre que registren hasta tres (3) importaciones anuales como máximo, también las personas naturales que por única vez, en un año calendario, importen mercancías cuyo valor FOB exceda los un mil dólares de los Estados Unidos de América (us\$1000,00) y siempre que no supere los tres mil dólares de los Estados Unidos de América(\$ 3000,00).

### 2.3 Definición de términos básicos

*Aduana*; supervisa movimientos comerciales, analizando la mercancía, operadores, país de origen o país destino, para saber los riesgos y en función a ello establecer controles, también tiene la función de recaudadores fiscales (Arola, 2015, p.16)

*Arancel*; Un arancel es un impuesto o gravamen que se aplica solo a los bienes que son importados o exportados. El más usual es el que se cobra sobre las importaciones; en el caso del Perú y muchos otros países no se aplican aranceles a las exportaciones (Sunat)

*Comercio*; actividad comercial de compra o venta de bienes o servicios con fines lucrativos (Lafuente, 2012, p.16)

*Estrategia*; dirección y alcance de una organización a largo plazo para lograr una ventaja en un entorno cambiante mediante sus recursos y competencias, para satisfacer las expectativas de las partes interesadas (Johnson, Scholes & Whittington, 2006, p.10)

*Empresa*; entidad social que une recursos económicos y de trabajo, donde la administración optimiza los recursos para alcanzar objetivos de producción, satisfacer el mercado y lograr metas económicas (Guerrero, 2014, p. 18)

*Exportación*; salida de una mercancía nacional para uso o consumo en el exterior (Sunat)

*Gestión de proveedores*; optimiza garantizar el mejor bien y/o servicio al cliente. Por lo tanto, es fundamental una buena planificación de las compras toda actividad empresarial va a necesitar de materiales o suministros de bienes y servicios destinados al cliente (Dueñas, 2017, p.18)

*Importación*; régimen aduanero que permite el ingreso de mercancías al territorio aduanero para su consumo, luego del pago o garantía según corresponda, de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables, así como el pago de los recargos y multas que hubieren, y del cumplimiento de las formalidades y otras obligaciones aduaneras (Sunat)

*Logística Internacional*; es la parte de la cadena de suministros que planifica, implementa y controla el flujo efectivo y eficiente; el almacenamiento de artículos y servicios y la información relacionada desde un punto de origen hasta un punto de destino con el objetivo de satisfacer a los clientes. (Castellanos, 2015, p. 3)

*Procesos*; conjunto de actividades interrelacionas, cuya característica es que consumen materias y tareas, que dan lugar a la creación de valor añadido, con el objetivo de obtener resultados (Martínez & Cegarra, 2014, p. 40)

## 2.4 Hipótesis

### 2.4.1 Hipótesis General

De acuerdo a las características de la investigación, de nivel descriptivo, no se consideró la formulación de la hipótesis general.

### 2.4.2 Hipótesis Específicas

De acuerdo a las características de la investigación, de nivel descriptivo, no se considera la formulación de las hipótesis específicas.

### **3. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Tipo de investigación**

El estudio desarrollado consideró la investigación aplicada debido a que los resultados permitieron establecer mejoras a ciertos procedimientos que se evidenciaron como debilidades en la organización. Respecto a ese tipo de investigación Sánchez y Reyes (2015) refieren que “se caracteriza por su interés en la aplicación de los conocimientos teóricos a determinada situación concreta y las consecuencias prácticas que de ella se deriven” (p.44).

#### **3.2 Nivel de investigación**

El estudio incluyó la determinación o evaluación de las características relacionadas a la variable estrategias de la importación, por tanto el carácter de la investigación es descriptivo. Sánchez y Reyes (2015) manifiestan que la investigación descriptiva “consiste fundamentalmente en describir un fenómeno o una situación mediante el estudio del mismo en una circunstancia temporo-espacial determinada” (p.49).

#### **3.3 Diseño de la investigación**

Se consideró el diseño no experimental debido a que la variable no fue manipulada. Además, la recolección de datos se realizó en un punto específico de tiempo y según dicho procedimiento el estudio es de carácter transversal. Tal como señala Alarcón (2013) este tipo de diseño busca determinar el estado presente de un evento en un momento del tiempo, donde los informes de estos estudios suelen utilizarse como pronóstico de eventuales resultados (p. 232).

#### **3.4 Área de estudio**

El estudio se realizó en las empresas Aldalab Perú S.A.C. y JC Medical Supplies S.A.C, cuyas actividades se desarrollan dentro del rubro importación de productos médicos. Dichas empresas geográficamente se localizan en el distrito de Cercado de Lima.

#### **3.5 Población y muestra: Criterios de inclusión y exclusión**

Los datos fueron obtenidos a partir de la comunicación directa con un representante de las empresas, siendo dicho representante la unidad de análisis. Dicha población



es finita y según sus características Gamarra, Rivera, Wong y Pujay (2015) sostienen que este tipo de investigación es identificada plenamente (p.14). Como criterios de inclusión fueron considerados los siguientes:

- El representante de las empresas laboró por un tiempo mínimo de cinco años.
- El sujeto que brindó la información estará de acuerdo con los criterios considerados en el estudio.

Como criterios de exclusión fueron considerados los siguientes:

- Si no se hubiesen cumplido los criterios señalados que posibilitan la selección de las unidades de análisis, el sujeto no habría sido considerado confiable para la obtención de información.

### 3.6 Variables y Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	valor
Estrategias de importación	En la competencia de los negocios internacionales, todas las empresas deben desarrollar estrategias en diferentes áreas y, al mismo tiempo agruparlas en estrategias generales. (Rozas, Corredor, Silva, Castellanos, González,y Ortíz,2016, p. 296 )	Las estrategias de importación son las que desarrollan las empresas para obtener valor y cumplir objetivos. Las mismas que pueden ser evaluadas a través de características de localización, mercadeo, actividades logísticas y colaboración.	-Estrategias de la economía de la localización.	-Costo de transporte -Aranceles	1,2,3 4,5,6	Ordinal	- Nunca - Casi nunca - Algunas veces - Casi siempre - Siempre
			-Estrategias de mercadeo	-Reducción de costos -Adaptación del producto a las necesidades del mercado	7,8 9,10		
			-Estrategias logística	-Empleo de TIC's -Planeación -Actividad de empaque -Actividades de transporte de mercancía -Actividades de almacenamiento	11,12,13 14,15 16,17 18,19 20,21		
			-Estrategias de colaboración	-Alianzas estratégicas (entre proveedor y comprador) -Competitividad -Características de los proveedores	22,23, 24 25,26,27 28		

### 3.7 Instrumentos de recolección de datos

Se empleó un cuestionario cuyos ítems fueron relacionados con los indicadores respectivos por cada dimensión. Cada una de las dimensiones se desprende de la definición operacional de la variable analizada; es decir, las estrategias de importación.

### 3.8 Validación de los instrumentos de recolección de datos

Los instrumentos elaborados para recolectar datos fueron evaluados por especialistas temáticos y metodólogos quienes brindaron su aprobación respecto al contenido y la coherencia de los ítems estructurados.

### 3.9 Procedimientos de recolección de datos

Los datos fueron recolectados obedeciendo a los siguientes procedimientos:

- Fue requerido el permiso correspondiente a la autoridad en las empresas importadoras de equipos médicos.
- Se identificó a la persona a cargo (jefe o gerente) y se programó la entrevista posterior.
- Se organizaron los ítems a ser considerados en la herramienta de recolección, reuniendo todos los materiales posibles para la realización de la entrevista.
- Una vez realizada la entrevista, se procedió a organizar la información obtenida.
- Finalmente, los datos fueron tabulados estableciendo códigos de ser necesario para el registro en la matriz principal y su posterior análisis estadístico.

### 3.10 Componente ético de la investigación

Los individuos participantes no fueron afectados física ni emocionalmente tuvieron la opción de no involucrarse en el estudio, es decir, se consideró su participación voluntaria. Además, en el contenido de la tesis se respeta la autoría al emplear las fuentes pertinentes de información. Es decir se lleva el estudio con rigor adecuado, respetando principios éticos, redactando el proyecto con claridad y honestidad. (Gómez, Gonzales y Rosales, 2015, p. 295).

### 3.11 Procesamiento y análisis de datos

Los datos recolectados permitieron elaborar una matriz principal la cual fue analizada con el programa estadístico IBM SPSS versión 23. El análisis considerado fue de tipo estadístico descriptivo. Gamarra, Rivera, Wong y Pujay (2015) consideran que el método estadístico requiere de una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos en una investigación (p.17).

#### 4. RESULTADOS

**Tabla 1. TABLA DE CONTINGENCIA SEGÚN EL OBJETIVO GENERAL**

**Tabla 1. ESTRATEGIAS DE IMPORTACIÓN**

			CASI SIEMPRE	SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	Recuento	0	1	1
		% dentro de EMPRESA	0,0%	100,0%	100,0%
	J.C MEDICAL	Recuento	1	0	1
		% dentro de EMPRESA	100,0%	0,0%	100,0%
Total		Recuento	1	1	2
		% dentro de EMPRESA	50,0%	50,0%	100,0%

Se evidencia que la empresa Aldalab Perú Sac “SIEMPRE” desarrolla estrategias de importación, en cambio la empresa J.C Medical Supplies Sac “CASI SIEMPRE” desarrolla tales estrategias.

**TABLA DE CONTINGENCIA SEGÚN LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

**Tabla 2. ESTRATEGIAS DE LA ECONOMÍA DE LA LOCALIZACIÓN**

			CASI SIEMPRE	SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	Recuento	0	1	1
		% del total	0,0%	50,0%	50,0%
	J.C MEDICAL	Recuento	1	0	1
		% del total	50,0%	0,0%	50,0%
Total		Recuento	1	1	2
		% del total	50,0%	50,0%	100,0%

Se evidencia que la empresa Aldalab Perú Sac “SIEMPRE” desarrolla estrategias de la economía de la localización, en cambio la empresa J.C Medical Supplies Sac “CASI SIEMPRE” desarrolla tales estrategias.

**Tabla 2. ESTRATEGIAS DE MERCADEO**

		CASI SIEMPRE	SIEMPRE	Total	
EMPRESA	ALDALAB	Recuento	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
		% del total	<b>50,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>50,0%</b>
	J.C MEDICAL	Recuento	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
		% del total	<b>0,0%</b>	<b>50,0%</b>	<b>50,0%</b>
Total	Recuento	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	
	% del total	<b>50,0%</b>	<b>50,0%</b>	<b>100,0%</b>	

Se evidencia que la empresa Aldalab Perú Sac “CASI SIEMPRE” desarrolla estrategias de mercadeo, en cambio la empresa J.C Medical Supplies Sac “SIEMPRE” desarrolla tales estrategias.

**Tabla 3. ESTRATEGIAS DE LOGÍSTICA**

		CASI SIEMPRE	SIEMPRE	Total	
EMPRESA	ALDALAB	Recuento	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
		% del total	<b>0,0%</b>	<b>50,0%</b>	<b>50,0%</b>
	J.C MEDICAL	Recuento	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
		% del total	<b>50,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>50,0%</b>
Total	Recuento	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	
	% del total	<b>50,0%</b>	<b>50,0%</b>	<b>100,0%</b>	

Se evidencia que la empresa Aldalab Perú Sac “SIEMPRE” desarrolla estrategias de logística, en cambio la empresa J.C Medical Supplies Sac “CASI SIEMPRE” desarrolla tales estrategias.

**Tabla 4. ESTRATEGIAS DE COLABORACIÓN**

		SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	Recuento	<b>1</b>
		% del total	<b>50,0%</b>
	J.C MEDICAL	Recuento	<b>1</b>
		% del total	<b>50,0%</b>
Total	Recuento	<b>2</b>	
	% del total	<b>100,0%</b>	

Se evidencia que tanto la empresa Aldalab Perú Sac como la empresa J.C Medical Supplies Sac “SIEMPRE” desarrollan estrategias de colaboración.

## 5. DISCUSIÓN

Toda empresa toma en cuenta diferentes estrategias de importación para llegar al éxito de la misma, considerando diversos procesos de comercio internacional al importar sus productos. Por ello en la presente investigación hace referencia de ciertas deficiencias que se presentan en el trayecto de este proceso. De las empresas analizadas, Aldalab Perú Sac y JC Medical Supplies Sac, fueron evidentes diferentes estrategias para lograr, según cada empresa, los más óptimos resultados según las actividades desarrolladas.

De esta manera, los resultados muestran que las estrategias de importación se desarrollan de manera óptima en la empresa Aldalab Perú Sac, a diferencia de la empresa JC Medical Supplies Sac, que no siempre considera estrategias en el proceso de importación.

De manera similar en el estudio desarrollado por Buitrago y Ortiz (2013) se evidencia complicaciones en los procesos ya que el personal desconoce los procedimientos necesarios, por ello, los mismos opinan que la empresa analizada no muestra preocupación de manera importante por hacer conocer métodos o procedimientos, demostrando así la falta de interés para mejorar los resultados en las actividades de importación. Así también Medina y Alegría (2018), indican que la empresa investigada, no cuenta con una estructura organizacional definida, ni un plan estratégico, además de presentar un deficiente Sistema de Gestión de la Calidad, pero señalan que se tiene planeado mejorar las estrategias a futuro. Noboa (2013), menciona en su investigación que en el proceso de importación es necesaria tomar en cuenta elementos estratégicos como características del producto, su evolución en la importación, características de los proveedores, acuerdos comerciales, las preferencias arancelarias, los procesos logísticos, entre otros. Alavarado (2017), detalla en su estudio, que en el proceso de importación se presentan dificultades que pueden ser superadas identificando previamente todos los requisitos para la importación.

Es así que se evidencia las diversas complicaciones en las empresas importadoras, respecto a las estrategias en el proceso de importación, tomando en cuenta la complejidad de los elementos que constituyen dichas actividades comerciales.

De acuerdo a las dimensiones evaluadas, son evidentes los problemas en aspectos; económicos, de mercadeo, logísticos, de colaboración, entre otros. Respecto al primer aspecto, en el presente estudio, se refiere que la empresa Aldalab Perú Sac aplica de la

forma más eficiente dicha estrategia en comparación con la empresa también analizada JC Medical Supplies Sac, que casi siempre desarrolla tales estrategias, por ejemplo, los procesos asociados al transporte, aranceles, entre otros, son desarrollados con mayor efectividad por la empresa Aldalab Perú Sac. Zavaleta (2015) y Ortíz (2016), al analizar el impacto del uso de estrategias en la rentabilidad de la empresa, coinciden en señalar que, si la empresa carece de procedimientos y métodos para determinar costos, que generan altos costos, precios, menos ventas, tiempo de desaduanaje extenso, pagos extra y retrasos en la entrega, todo ello impacta de forma negativa en la rentabilidad, presentándose problemas en las empresas.

Referente a la estrategia de mercadeo, JC Medical Supplies Sac destaca frente a la empresa Aldalab Perú Sac, ya que la primera desarrolla procedimientos sistematizados con lo cual se sobrepone incluso a ciertas deficiencias en las otras dimensiones ya indicadas, considerando además indicadores como; la compra al por mayor, la aceptación del producto en el mercado, entre otros. La relevancia de las actividades en esta dimensión, son referidas en el estudio de Campos, García y Miranda (2016), en donde la finalidad fue conocer la aceptación de la mercancía de tal forma que se pudieron investigar la demanda insatisfecha en el mercado local, considerando factible el hecho de importar y comercializar productos gracias al financiamiento.

De acuerdo a la estrategia de logística, la empresa Aldalab Perú Sac siempre ha considerado las características de planificación, organización, control y ejecución de los materiales a diferencia de la empresa JC Medical que no siempre las consideran. Según el estudio realizado por Dávila (2012) los resultados de su investigación permiten identificar las causas de la reducción de las ventas como también las estrategias comerciales, tomando en cuenta la documentación aduanera para que no haya ninguna dificultad respecto a la llegada de dicha mercancía, y de esa manera los clientes locales no se verán afectados. Así mismo la investigación de Buitrago y Ortiz (2013) estudia los procesos en el departamento de compras y su impacto en la logística de la empresa, puesto que el personal desconoce la importancia de sus implicaciones en su relación con la empresa.

Respecto a las estrategias de colaboración, las empresas Aldalab Perú Sac y JC Medical Supplies Sac demuestran que desarrollan dichas estrategias para mejorar el proceso de



sus importaciones y el cumplimiento con los clientes. Como menciona Noboa (2013) la globalización es un factor importante para el comercio que abarca la colaboración entre empresas nacionales e internacionales (proceso de compra y venta), entre las empresas nacionales (competitividad) y la relación con el cliente, donde todo ello es posible gracias a la interdependencia de las mismas. Dicha investigación detalla que al identificar nuevas tecnologías, acordes al rubro médico, esto posibilita la entrada y aceptación del mercado comprador, acentuando los lazos de cooperación.

## 6. CONCLUSIONES

Las estrategias de importación tomadas en cuenta por las empresas Aldalab Perú Sac y JC Medical Supplies Sac son diversas, los puntos más sobresalientes consideran el acuerdo con proveedores extranjeros, las cantidades de productos necesarios, solicitud de muestras para evaluar las características del producto, asistencia a ferias internacionales con el propósito de captar nuevos proveedores y productos de calidad. Lo resaltante en las empresas analizadas es que en JC Medical Supplies Sac se tiene mayor cuidado al considerar aspectos de colaboración y en la empresa Aldalab Perú Sac las estrategias mercadeo no son aplicadas adecuadamente.

Las estrategias de la economía de la localización desarrolladas en ambas empresas con la finalidad de brindar un buen producto a sus clientes contemplan los siguientes aspectos:

- Se informan o hacen presupuestos sobre los costos a asumir, ya que de ello depende el precio del producto y su impacto en la rentabilidad de la empresa. Así también verifican los tributos y aranceles exigidos en la importación de la mercancía.
- Los pagos son realizados de forma puntual tanto en los impuestos como hacia sus proveedores, para que los pedidos requeridos no se retrasen y esto no afecte al cliente.
- Son elegidas vías de transporte rápidas y económicas, según los países a importar.

Cabe resaltar que los encargados de las áreas de importación, son quienes toman el control de realizar estas transacciones comerciales, en donde se busca precios cómodos sin descuidar la calidad de los productos ofrecidos al cliente nacional.

Las estrategias de mercadeo desarrolladas en estas empresas estudiadas hacen referencia a lo siguiente:

- La empresa Aldalab Perú Sac, respecto a las ventas, comercializan sus productos no solo en Lima sino también en provincia, esto está ligado a la frecuente comunicación que se da entre el dueño, representante legal, de la empresa y los clientes en el interior del país, para así dar a conocer sus productos, la estrategia utilizada por esta empresa es la participación en diferentes actividades o eventos

organizados en provincias; como por ejemplo, campaña electoral, y de esta forma tener contacto con posibles autoridades quienes tendrán un contacto inicial con los proveedores del producto. La empresa JC Medical Supplies Sac centra su comercio principalmente en Lima Metropolitana, enviando también productos a clientes ya fidelizados en provincias, esta empresa se enfoca solo en los clientes recurrentes y atender en tienda a personas interesadas en productos con la misma calidad y características que se ofrecen en otras empresas, la estrategia particular en JC Medical Supplies Sac consiste en brindar el producto con un margen de descuento, tratando de captar y fidelizar a los clientes.

- Ambas empresas adquieren sus mercancías por cantidad, para no verse afectadas por la falta de stock y de esta manera, los clientes y la propia empresa aseguran la posibilidad de comercializar productos de mediana o alta demanda. Además, la compra por cantidad reduce costos, pues dichos productos son transportados en contenedores completos y en único viaje.
- Por el lado de la aceptación de los productos, ambas empresas destacan sus productos siempre estando actualizados y buscando calidad, obteniendo así aceptación en el mercado nacional.

En cuanto a las estrategias logísticas desarrolladas incluyen lo siguiente:

- Ambas empresas analizan los resultados de años anteriores para identificar mejores soluciones ante futuros problemas. Por ello realizan una planificación previa a sus actividades logísticas, tomando en cuenta herramientas de comercio exterior, priorizando el orden y empaquetado de los equipos, clasificándolos según su grado de fragilidad con un embalaje y almacenamiento adecuado.
- El aspecto estratégico más resaltante en las que difieren estas empresas, corresponde al monitoreo durante el transporte, ya que en la empresa Aldalab Perú Sac dicha actividad es poco frecuente a diferencia de JC Medical Supplies Sac que prioriza dicho proceso como estrategia logística.

Las estrategias de colaboración involucran lo siguiente;

- Son identificados los proveedores y nuevos productos a través de ferias internacionales, con la finalidad de tener contacto directo y establecer incluso un vínculo de amistad.

- Se identifica a los competidores, para predecir el mercado y mejorar los procesos, permaneciendo en constante actualización respecto a precios y así, de ser necesario, se posibilita el acceso a descuentos.
- Los colaboradores en cada área son capacitados constantemente, principalmente en el desarrollo de trámites para el proceso de importación y las características de los productos en venta.

## 7. RECOMENDACIONES

La empresa Aldalab Perú Sac, está caracterizada por el grado de preocupación y aplicación de estrategias orientadas a mejorar el proceso de importación, posicionamiento y satisfacción del cliente. Por ello puede considerarse lo siguiente:

- En relación a las estrategias logísticas, realizar constante monitoreo durante el transporte de la mercancía y así evitar percances suscitados en el trayecto que pueden comprometer la relación cliente-empresa.
- En cuanto a la estrategia de colaboración y respecto a la participación en ferias internacionales, a pesar de realizar tales procedimientos, esta no se desarrolla con frecuencia; por ello, deberá reforzar la actividad participativa, para acceder a la variedad en productos y establecer vínculos con los proveedores.

La empresa JC Medical Supplies Sac, se caracteriza por el buen clima laboral y preocupación por los colaboradores, para quienes realiza constantes reuniones de capacitación y celebración de fechas festivas, manteniendo así el contacto y comunicación.

- En el aspecto logístico, podría emplear la herramienta VUCE en los trámites documentarios, pues facilitaría la gestión de licencias, permisos, certificados y otros documentos, requeridos para las operaciones de comercio exterior. Asimismo, posibilitaría consultas respecto a mercancías y capacitaciones a los usuarios.

Se sugiere brindar capacitación a los colaboradores en cuanto a características generales, precio, calidad, procedencia del producto, con la finalidad de ofrecer e informar adecuadamente a los compradores nacionales. Además, mantener la actualización respecto a promociones, descuentos y garantías, verificando las mercancías en stock (nuevos productos y diseños). Los representantes deben asistir constantemente a ferias internacionales para así evaluar y comparar precios, siendo posible seleccionar al proveedor idóneo.

## 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acocex (Ed.). (2014). *Guía para la preparación de profesionales en comercio exterior y operaciones internacionales*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioumasp/reader.action?docID=4775946>
- Alarcón, R. (2013). *Métodos y diseño de investigación del comportamiento*. (2ª ed.). Lima, Perú: Editorial Universitaria.
- Alavarado, M. (2017). *Dificultades en el proceso de importación de reactivos de diagnóstico en el mercado peruano, 2016* (Tesis de licenciatura). Recuperada de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1292/Alvarado\\_MMDC.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1292/Alvarado_MMDC.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Arola, T. (2015). *Guía para la pyme exportadora: aduanas, logística e inspección*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioumasp/reader.action?docID=5190224>
- Banco Mundial. (2018). *Comercio*. Recuperado de <http://www.bancomundial.org/es/topic/trade/overview>
- Banco Mundial. (2018). *Perú Panorama general*. Recuperado de <http://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview#3>
- Buitrago, F., y Ortiz, M. (2013). *Análisis del proceso de importación de la empresa Surgilap equipos, c.a durante el año 2011* (Tesis de licenciatura). Recuperada de <https://vdocuments.site/tesis-comercio-externo-iuta-flor-marcos-08-01-13.html>
- Caballero, P. (2014). *Estrategia y organización comercial*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioumasp/reader.action?docID=4310474&query=estrategia+y+organizaci%C3%B3n+comercial+>
- Campos, J., García, J., y Miranda, B. (2016). *Importación y comercialización de camas clínicas para las instituciones privadas de salud de Lima Metropolitana y el Callao* (Tesis de licenciatura). Recuperada de [http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/459/1/Jean%20Campos%20y%20Jose%20Garcia%20y%20Brian%20Miranda\\_Informe%20de%20Suficiencia%20Profesional\\_T%C3%ADtulo%20Profesional\\_2016.pdf](http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/459/1/Jean%20Campos%20y%20Jose%20Garcia%20y%20Brian%20Miranda_Informe%20de%20Suficiencia%20Profesional_T%C3%ADtulo%20Profesional_2016.pdf)

- Castellanos, A. (2015). *Logística comercial internacional*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioumasp/reader.action?docID=4183564&query=mejoramiento+en+el+proceso+de+importaci%C3%B3n>
- Dávila, A. (2012). *Proceso operativo para la importación y distribución de sondas para uso médico de la empresa “Banda Vanoni Cía. Ltda.” para hospitales, clínicas y centros de salud más destacados en las ciudades de Quito y Guayaquil* (Tesis de licenciatura). Recuperada de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/3701/1/UDLA-EC-TTEI-2012-16%28S%29.pdf>
- Diario del Exportador. (2017). *El proceso de importación en seis pasos*. Recuperado de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:l-zPRGt3vDQJ:https://www.diariodelexportador.com/2017/08/el-proceso-de-importacion-en-seis-pasos.html+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>
- Dueñas, J. (2017). *Gestión de proveedores*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioumasp/reader.action?docID=5426408&pg=1>
- El nuevo diario. (2018). *Chile, el país con más tratados de libre comercio del mundo*. Recuperado de <https://www.elnuevodiario.com.ni/economia/451988-chile-pais-mas-tratados-libre-comercio-mundo/>
- Gamarra, G., Rivera, T., Wong, F., y Pujay, O. (2015). *Estadística e investigación con aplicación de SPSS*. (2ª ed.). Lima, Perú: San Marcos E.I.R.L.
- Gestión. (2018). *Perú se ubica como el cuarto país exportador de América del Sur el 2017*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/peru-ubica-cuarto-pais-exportador-america-del-sur-2017-231008>
- Gómez, W., Gonzales, E., y Rosales, R. (2015). *Metodología de la investigación*. (1ª ed.). Lima, Perú: Universidad María Auxiliadora.
- Guerrero, C., y Galindo, F. (2014). *Administración 2*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioumasp/reader.action?docID=3229051&pg=6>
- Johnson, G., Scholes, K., y Whittington, R. (2006). *Dirección estratégica*. Recuperado de <https://trilce.ucv.edu.pe/default.aspx>

- Lafuente, F. (2012). *Aspectos del comercio exterior*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioumasp/reader.action?docID=3200503>
- Martín, M., y Martínez, R. (2010). *Manual práctico de comercio exterior*. Recuperado de <https://trilce.ucv.edu.pe/default.aspx>
- Martínez, A., y Cegarra, J. (2014). *Gestión por procesos de negocio: organización horizontal*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioumasp/reader.action?docID=4870506&query=que+son+procesos>
- Medina, F., y Alegría, N. (2018). *Propuesta de la mejora basada en la NTP-ISO 9001:2009 para una empresa comercializadora de material y equipos médicos* (Tesis de licenciatura). Recuperada de <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/3258/medina-ortega-fl-alegría-egusquiza-nc.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2018). *Acuerdos vigentes*. Recuperado de <https://www.mef.gob.pe/es/component/content/article?id=473&I=>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2018). *Definiciones*. <https://www.mef.gob.pe/es/economia-internacional/politica-arancelaria/definiciones>
- Noboa, J. (2013). *Importación de equipos de ecografía portátiles desde Estados Unidos de Norte América para el sector del distrito Metropolitano de Quito* (Tesis de licenciatura). Recuperada de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/3727/1/UDLA-EC-TTEI-2013-10%28S%29.pdf>
- Organización de los Estados Americanos. (2018). *Tratados y Acuerdos*. Recuperado de [http://www.oas.org/es/temas/tratados\\_acuerdos.asp](http://www.oas.org/es/temas/tratados_acuerdos.asp)
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2018). *El comercio internacional, la innovación y el crecimiento*. Recuperado de <http://www.oecd.org/trade/elcomerciointernacionallainnovacionyelcrecimiento.htm>
- Ortiz, I. (2016). *La gestión contable y tributaria de las importaciones de equipos e insumos médicos: empresa Loupit S.A.* (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/1324>



- Paredes, D. (2009). *La importancia del Plan de Negocio de Exportación*. Recuperado de <http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=43521E39-4ECC-4C77-9AE9-E88877E2ED22.PDF>
- Peña, C. (2016). *Negociación para el comercio internacional*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioumasp/reader.action?docID=5045318>
- Peralta, K. (2017). *Mejora de los Procesos de Importación para reducir la carga tributaria en una empresa comercializadora de Equipos Médicos en Lima, 2017* (Tesis de licenciatura). Recuperada de [http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/701/T%C3%8DTULO\\_Peralta%20Huapaya%20Kelly%20Johana.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/701/T%C3%8DTULO_Peralta%20Huapaya%20Kelly%20Johana.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Perú Info. (2018). *La importancia de los TLC del Perú*. Recuperado de <https://peru.info/es-lat/comercio-exterior/noticias/7/34/la-importancia-de-los-tlc-del-peru>
- Rengifo, S., y Sánchez, D. (2018). *Análisis de los factores que influyen en las importaciones de equipos médicos en la empresa SGbiomed Cía. Ltda.* (Tesis de licenciatura) Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/36726/1/TESIS%20AN%C3%81LISIS%20DE%20LOS%20FACTORES%20QUE%20INFLUYEN%20EN%20LAS%20IMPORTACIONES%20DE%20EQUIPOS%20M%C3%89DICOS%20EN%20LA%20EMPRESA.pdf>
- Rodés, A. (2017). *Medios de pago internacionales*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=XQM0DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=FORMAS+Y+MEDIOS+DE+PAGOS&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjdpKr6k7feAhWC2IMKHTzLAOMQ6AEIKDAA#v=onepage&q&f=false>
- Rozas, S., Corredor, C., Silva, H., Castellanos, A., González, J., y Ortiz, M (2016). *Negocios internacionales: fundamentos y estrategias (2a. ed.)*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioumasp/reader.action?docID=4870559>
- Sánchez, H., y Reyes, C. (2015). *Metodología y diseños de la investigación científica*. (5ª Ed.). Lima, Perú: Business Support Aneth S.R.L.
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria. (2018). *Orientación aduanera: despacho simplificado de importación*. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/despsimpimportacion/index.html>

- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria. (2018). *Orientación aduanera: exportación*. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria. (2018). *Orientación aduanera: importación*. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/importacion/index.html>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria. (2018). *Orientación aduanera: importación*. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/importacion/requisitos.html>
- Tres, J. (2016). *Cinco razones por las que los acuerdos comerciales son importantes para América Latina y El Caribe*. Recuperado de <https://blogs.iadb.org/integracion-comercio/2016/09/20/cinco-razones-por-las-que-los-acuerdos-comerciales-son-importantes-para-america-latina-y-el-caribe/>
- Zavaleta, S. (2015). *Importación de equipos médicos de China y Alemania para incrementar la rentabilidad de la empresa Darwin Zavaleta Izquierdo ("DZI MEDIC") - Trujillo-2014* (Tesis de licenciatura). Recuperada de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10809/Zavaleta%20Izquierdo%20Stefany%20Lizet%20-%20parcial.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

## 9. ANEXOS

### 9.1 Matriz de consistencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	METODOLOGÍA	POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO	INSTRUMENTOS Y PROCESAMIENTO DE DATOS
<p><b>Problema General:</b> ¿Cuáles son las estrategias de importación en las empresas Aldalab Perú Sac y JC Medical Supplies Sac, 2019?</p> <p><b>Problemas específicos:</b> ¿Cuáles son las estrategias de la economía de la localización desarrolladas en las empresas importadoras de equipos médicos? ¿Cuáles son las estrategias de mercadeo desarrolladas en las empresas importadoras de equipos médicos? ¿Cuáles son las estrategias logísticas desarrolladas en las</p>	<p><b>Objetivo General:</b> Determinar las estrategias de importación en las empresas Aldalab Perú Sac y JC Medical Supplies Sac, 2019</p> <p><b>Objetivos específicos:</b> Especificar las estrategias de la economía de la localización desarrolladas en las empresas importadoras de equipos médicos Especificar las estrategias de mercadeo desarrolladas en las empresas importadoras de equipos médicos</p>	<p><b>Hipótesis General:</b> No ha sido formulada</p> <p><b>Hipótesis específicos:</b> No han sido formuladas</p>	<p><b>VARIABLES:</b> Estrategias de importación</p> <p><b>DIMENSIONES:</b> -Estrategias de la economía de la localización. -Estrategias de mercadeo -Estrategias logísticas -Estrategias de colaboración</p>	<p>Las estrategias de importación son las que desarrollan las empresas para obtener valor y cumplir objetivos. Las mismas que pueden ser evaluadas a través de características de localización, mercadeo, actividades logísticas y colaboración.</p>	<p><b>Tipo de investigación:</b> Aplicado</p> <p><b>Nivel de investigación:</b> Descriptivo</p> <p><b>Diseño de investigación :</b> No experimental</p>	<p><b>Población:</b> Trabajadores de las empresas importadoras de equipos médicos</p> <p><b>Muestra:</b> Representante legal de las empresas importadoras de equipos médicos</p> <p><b>Muestreo:</b> No probabilístico.</p>	<p>El instrumento empleado fue el cuestionario, en cuanto al análisis de datos se utilizó el programa estadístico IBM SPSS versión 23.</p>

<p>empresas importadoras de equipos médicos?</p> <p>¿Cuáles son las estrategias de colaboración desarrolladas en las empresas importadoras de equipos médicos?</p>	<p>Especificar las estrategias logísticas en las empresas importadoras de equipos médicos</p> <p>Especificar las estrategias de colaboración desarrolladas en las empresas importadoras de equipos médicos</p>						
--	--	--	--	--	--	--	--

## 9.2 Instrumento de recolección de datos

### ESTRATEGIAS DE IMPORTACION

Cargo en la empresa: \_\_\_\_\_ Antigüedad de la empresa: \_\_\_\_\_

Rubro: \_\_\_\_\_ Instrucciones:

1. Lea atentamente las preguntas y las alternativas de respuesta.
2. Subraya la respuesta correcta (solamente una alternativa por cada pregunta)

N°	ESTRATEGIAS DE IMPORTACION	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
<b>Estrategias de la economía de la localización</b>						
1	¿Suele elegir vías de transporte económicas para la llegada de sus productos?					
2	¿Prioriza la vía de transporte más rápida?					
3	¿Considera usted los mismos países para importar sus productos?					
4	¿Identifica la clasificación arancelaria antes de realizar la compra?					
5	¿Presupuesta los tributos de importación (arancel, IGV) antes de realizar la compra internacional?					
6	¿La empresa es puntual en sus pagos de impuestos respecto a los productos que importa?					
<b>Estrategias de mercadeo</b>						
7	¿Suele comprar productos por cantidad para reducir costos?					
8	¿Suele transportar sus productos en contenedor completo en lugar de hacerlo en contenedor compartido?					
9	¿Los productos que la empresa importa tienen buena aceptación en el mercado nacional?					
10	¿Destaca las características de los productos que tienen mayor demanda?					
<b>Estrategias logística</b>						
11	¿Realiza sus pedidos de mercancías a través de páginas web?					
12	¿Realiza sus pagos de mercancías a través de páginas web?					
13	¿Gestiona la herramienta VUCE?					
14	¿Analiza los procedimientos realizados en años anteriores?					
15	¿Desarrolla sus importaciones según la planificación previa de actividades?					
16	¿Los equipos se encuentran debidamente rotulados?					
17	¿Solicita un embalaje adecuado en los productos sensibles o frágiles?					
18	¿Se realiza el monitoreo durante el transporte de la mercancía?					
19	¿Elige el transporte de sus mercancías de acuerdo a la seguridad proporcionada?					
20	¿Se realiza el seguimiento durante el almacenamiento de la mercancía?					
21	¿Los equipos en almacén se encuentran debidamente clasificados u ordenados?					
<b>Estrategias de colaboración</b>						
22	¿Ha identificado completamente a sus proveedores?					
23	¿Exige el cumplimiento de los plazos acordados para la recepción de la mercadería?					
24	¿Suele identificar empresas que compitan con el mismo rubro?					
25	¿Conoce los trámites que se utilizan para la importación de equipos médicos?					
26	¿Acude a ferias internacionales con la finalidad de identificar nuevos productos?					
27	¿Desarrolla alianzas estratégicas con sus proveedores?					
28	¿Toma en cuenta entrevistas personales con representantes de la empresa proveedora?					

9.3 Ficha de validación del instrumento de recolección de datos

**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Después de revisado el instrumento, es valiosa su opinión acerca de lo siguiente:

< 50 - 50 - 60 - 70 - 80 - 90 -

**100**

1. ¿En qué porcentaje estima Usted que con esta prueba se logrará el objetivo propuesto? ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) ( )

2. ¿En qué porcentaje considera que los ítems están referidos a los conceptos del tema? ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) ( )

3. ¿Qué porcentaje de los ítems planteados son suficientes para lograr los objetivos? ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) ( )

4. ¿En qué porcentaje los ítems de la prueba son de fácil comprensión? ( ) ( ) ( ) ( ) ( )  ( )

5. ¿En qué porcentaje los ítems siguen una secuencia lógica? ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) ( )

6. ¿En qué porcentaje valora Usted que con esta prueba se obtendrán datos similares con otras muestras? ( ) ( ) ( ) ( ) ( )  ( )

**SUGERENCIAS**

1. ¿Qué ítems considera Usted que deberían agregarse?  
*DEBE INCLUIRSE EN LA INVESTIGACIÓN TEMAS DE LEY DE ROTULADO Y LA VUCE.*

2. ¿Qué ítems considera Usted que podrían eliminarse?  
*✓*

3. ¿Qué ítems considera Usted que deberán reformularse o precisarse mejor?  
*✓*

Fecha: *08/01/2019*  
 Validado por: *Augusto F. Baralán Quiroz*  
 Firma: *Augusto F. Baralán Quiroz*

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Después de revisado el instrumento, es valiosa su opinión acerca de lo siguiente:

< 50 - 50 - 60 - 70 - 80 - 90 -

100

1. ¿ En qué porcentaje estima Usted que con esta prueba se logrará el objetivo propuesto? ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) (X) ( )
2. ¿En qué porcentaje considera que los ítems están referidos a los conceptos del tema? ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) (X)
3. ¿Qué porcentaje de los ítems planteados son suficientes para lograr los objetivos? ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) (X) ( )
4. ¿En qué porcentaje los ítems de la prueba son de fácil comprensión? ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) (X)
5. ¿En qué porcentaje los ítems siguen una secuencia lógica? ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) (X)
6. ¿En qué porcentaje valora Usted que con esta prueba se obtendrán datos similares con otras muestras? ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) (X) ( )

SUGERENCIAS

1. ¿Qué ítems considera Usted que deberían agregarse?

*AL MARCADA*

2. ¿Qué ítems considera Usted que podrían eliminarse?

3. ¿Qué ítems considera Usted que deberán reformularse o precisarse mejor?

Fecha:

*08/01/19*

Validado por:

*FALGUEIRO*

Firma:

*[Firma]*

### VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Después de revisado el instrumento, es valiosa su opinión acerca de lo siguiente:

- |  | $k = 0 = 50 - 60 - 70 - 80 - 90 - 100$ |
|--|--|
| 1. ¿En qué porcentaje estima Usted que con esta prueba se logrará el objetivo propuesto?               | ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) (X)                |
| 2. ¿En qué porcentaje considera que las preguntas están referidas a los conceptos del tema?            | ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) (X)                |
| 3. ¿Qué porcentaje de las interrogantes planteadas son suficientes para lograr los objetivos?          | ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) (X)                |
| 4. En qué porcentaje, las preguntas de la prueba son de fácil comprensión?                             | ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) (X)                |
| 5. ¿Qué porcentaje de preguntas siguen secuencia lógica?   | ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) (X)                |
| 6. ¿En qué porcentaje valora Usted que con esta prueba se obtendrán datos similares en otras muestras? | ( ) ( ) ( ) ( ) ( ) (X)                |

### SUGERENCIAS

1. ¿Qué preguntas considera Usted deberían agregarse?

*Ninguna*

2. ¿Qué preguntas estima podrían eliminarse?

*Ninguna*

3. ¿Qué preguntas considera deberán reformularse o precisarse mejor?

*Ninguna*

Fecha: ..... *08 de enero de 2019* .....

Validado por: *Mg. Victor Chevo Pacheco*

Firma: .....  .....



#### 9.4 Consentimiento informado

Manifiesto a los autores del trabajo de investigación titulado “Estrategias de importación en las empresas Aldalab Perú Sac Y JC Medical Supplies Sac, 2019”, haber comprendido las características señaladas respecto al desarrollo de la investigación y la necesidad de completar un Cuestionario/Escala por escrito con la confidencialidad absoluta de los datos consignados. He sido informado de que el estudio desarrollado será de beneficio debido a que permitirá identificar las características respecto a las estrategias de importación en las empresas de productos médicos, estableciendo mejoras en los procesos comerciales que involucren la importación de los mismos.

Basándome en lo referido, acepto de forma voluntaria y libre participar del proceso de recolección de datos con fines investigativos.

Lima, \_\_\_\_\_

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

DNI: \_\_\_\_\_

## 9.5 Análisis descriptivo de los ítems

### TABLAS SEGÚN ALTERNATIVAS POR CADA ÍTEM

**Tabla 6. Ítem 1 - ¿Suele elegir vías de transporte económicas para la llegada de sus productos?**

		CASI NUNCA	SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	0	1	1
	J.C MEDICAL	1	0	1
Total		1	1	2

En la empresa Aldalab Perú Sac “SIEMPRE” suelen elegirse vías de transporte económicas, en cambio en la empresa J.C Medical Supplies Sac “CASI NUNCA” suelen elegirse tales vías.

**Tabla 7. Ítem 2 - ¿Prioriza la vía de transporte más rápida?**

		CASI SIEMPRE	SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	0	1	1
	J.C MEDICAL	1	0	1
Total		1	1	2

En la empresa Aldalab Perú Sac “SIEMPRE” suelen priorizar vías de transporte más rápidas, en cambio en la empresa J.C Medical Supplies Sac “CASI SIEMPRE” suelen priorizar tales vías.

**Tabla 8. Ítem 3 - ¿Considera usted los mismos países para importar sus productos?**

		CASI SIEMPRE	SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	0	1	1
	J.C MEDICAL	1	0	1
Total		1	1	2

En la empresa Aldalab Perú Sac “SIEMPRE” suelen considerar los mismos países para importar sus productos, en cambio en la empresa J.C Medical Supplies Sac “CASI SIEMPRE” suelen considerar los mismos países.

**Tabla 9. Ítem 4 - ¿Identifica la clasificación arancelaria antes de realizar la compra?**

		CASI SIEMPRE	SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	0	1	1
	J.C MEDICAL	1	0	1
Total		1	1	2

En la empresa Aldalab Perú Sac “SIEMPRE” suelen identificar la clasificación arancelaria antes de realizar las compras, en cambio en la empresa J.C Medical Supplies Sac “CASI SIEMPRE” suelen identificar tales clasificaciones.

**Tabla 10. Ítem 5 - ¿Presupuesta los tributos de importación (arancel, IGV) antes de realizar la compra internacional?**

		ALGUNAS VECES	SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	0	1	1
	J.C MEDICAL	1	0	1
Total		1	1	2

En la empresa Aldalab Perú Sac “SIEMPRE” suelen presupuestar los tributos de importación antes de realizar la compra internacional, en cambio en la empresa J.C Medical Supplies Sac “CASI SIEMPRE” suelen presupuestar tales tributos.

**Tabla 11. Ítem 6 - ¿La empresa es puntual en sus pagos de impuestos respecto a los productos que importa?**

		SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	1	1
	J.C MEDICAL	1	1
Total		2	2

Tanto en la empresa Aldalab Perú Sac como en la empresa J.C Medical Supplies Sac “SIEMPRE” son puntuales en los pagos de los impuestos, respecto a los productos que importan.

**Tabla 12. Ítem 7 - ¿Suele comprar productos por cantidad para reducir costos?**

		CASI SIEMPRE	SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	1	0	1
	J.C MEDICAL	0	1	1
Total		1	1	2

En la empresa Aldalab Perú Sac “CASI SIEMPRE” compra productos por cantidad para reducir costos en cambio la empresa J.C Medical Supplies Sac “SIEMPRE” realiza dichas compras.

**Tabla 13. Ítem 8 - ¿Suele transportar sus productos en contenedor completo en lugar de hacerlo en contenedor compartido?**

		SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	1	1
	J.C MEDICAL	1	1
Total		2	2

Tanto en la empresa Aldalab Perú Sac como en la empresa J.C Medical Supplies Sac “SIEMPRE” transporta sus productos en contenedor completo.

**Tabla 14. Ítem 9 - ¿Los productos que la empresa importa tienen buena aceptación en el mercado nacional?**

		SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	1	1
	J.C MEDICAL	1	1
Total		2	2

Tanto en la empresa Aldalab Perú Sac como en la empresa J.C Medical Supplies Sac sus productos que importan “SIEMPRE” tienen buena aceptación en el mercado nacional.

**Tabla 15. Ítem 10 - ¿Destaca las características de los productos que tienen mayor demanda?**

		SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	1	1
	J.C MEDICAL	1	1
Total		2	2

Tanto en la empresa Aldalab Perú Sac como en la empresa J.C Medical Supplies Sac “SIEMPRE” destacan las características de los productos que tienen mayor demanda.

**Tabla 16. Ítem 11 - ¿Realiza sus pedidos de mercancías a través de páginas web?**

		CASI NUNCA	Total
EMPRESA	ALDALAB	1	1
	J.C MEDICAL	1	1
Total		2	2

Tanto la empresa Aldalab Perú Sac como en la empresa J.C Medical Supplies Sac “CASI NUNCA” realiza sus pedidos a través de páginas web.

**Tabla 17. Ítem 12 - ¿Realiza sus pagos de mercancías a través de páginas web?**

		CASI SIEMPRE	SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	1	0	1
	J.C MEDICAL	0	1	1
Total		1	1	2

En la empresa Aldalab Perú Sac “CASI SIEMPRE” realizan sus pagos de mercancías a través de páginas web, en cambio la empresa J.C Medical Supplies Sac “SIEMPRE” realiza sus pagos vía web.

**Tabla 18. Ítem 13 - ¿Gestiona la herramienta VUCE?**

		CASI NUNCA	CASI SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	0	1	1
	J.C MEDICAL	1	0	1
Total		1	1	2

La empresa Aldalab Perú Sac “CASI SIEMPRE” gestiona la herramienta VUCE, en cambio la empresa J.C Medical Supplies Sac “CASI NUNCA” gestiona dicho proceso.

**Tabla 19. Ítem 14 - ¿Analiza los procedimientos realizados en años anteriores?**

		ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	0	1	1
	J.C MEDICAL	1	0	1
Total		1	1	2

En la empresa Aldalab Perú Sac “CASI SIEMPRE” analizan los procedimientos realizados en años anteriores, en cambio la empresa J.C Medical Supplies Sac “ALGUNAS VECES” analiza tales procedimientos

**Tabla 20. Ítem 15 - ¿Desarrolla sus importaciones según la planificación previa de actividades?**

		CASI SIEMPRE	SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	0	1	1
	J.C MEDICAL	1	0	1
Total		1	1	2

En la empresa Aldalab Perú Sac “SIEMPRE” desarrolla sus importaciones según la planificación previa de actividades en cambio la empresa J.C Medical Supplies Sac “CASI SIEMPRE” desarrolla dicho proceso.

**Tabla 21. Ítem 16 - ¿Los equipos se encuentran debidamente rotulados?**

		CASI SIEMPRE	SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	0	1	1
	J.C MEDICAL	1	0	1
Total		1	1	2

En la empresa Aldalab Perú Sac “SIEMPRE” los equipos se encuentran debidamente rotulados en cambio la empresa J.C Medical Supplies Sac “CASI SIEMPRE” dichos productos se encuentran rotulados.

**Tabla 22. Ítem 17 - ¿Solicita un embalaje adecuado en los productos sensibles o frágiles?**

		SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	1	1
	J.C MEDICAL	1	1
Total		2	2

Tanto en la empresa Aldalab Perú Sac como en la empresa J.C Medical Supplies Sac “SIEMPRE” Solicitan un embalaje adecuado en los productos sensibles o frágiles.

**Tabla 23. Ítem 18 - ¿Se realiza el monitoreo durante el transporte de la mercancía?**

		CASI NUNCA	SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	1	0	1
	J.C MEDICAL	0	1	1
Total		1	1	2

En la empresa Aldalab Perú Sac “CASI NUNCA” realiza monitoreo durante el transporte de la mercancía en cambio la empresa J.C Medical Supplies Sac “SIEMPRE” realiza monitoreo de la mercancía.

**Tabla 24. Ítem 19 - ¿Elige el transporte de sus mercancías de acuerdo a la seguridad proporcionada?**

		SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	1	1
	J.C MEDICAL	1	1
Total		2	2

Tanto en la empresa Aldalab Perú Sac como en la empresa J.C Medical Supplies Sac “SIEMPRE” Eligen el transporte de sus mercancías de acuerdo a la seguridad proporcionada.

**Tabla 25. Ítem 20 - ¿Se realiza el seguimiento durante el almacenamiento de la mercancía?**

		SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	1	1
	J.C MEDICAL	1	1
Total		2	2

Tanto en la empresa Aldalab Perú Sac como en la empresa J.C Medical Supplies Sac “SIEMPRE” Se realiza el seguimiento durante el almacenamiento de la mercancía.

**Tabla 26. Ítem 21 - ¿Los equipos en almacén se encuentran debidamente clasificados u ordenados?**

		CASI SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	1	1
	J.C MEDICAL	1	1
Total		2	2

Tanto en la empresa Aldalab Perú Sac como en la empresa J.C Medical Supplies Sac “CASI SIEMPRE” Los equipos en almacén se encuentran debidamente clasificados u ordenados.



**Tabla 27. Ítem 22 - ¿Ha identificado completamente a sus proveedores?**

		SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	1	1
	J.C MEDICAL	1	1
Total		2	2

Tanto en la empresa Aldalab Perú Sac como en la empresa J.C Medical Supplies Sac “SIEMPRE” Han identificado completamente a sus proveedores.

**Tabla 28. Ítem 23 - ¿Exige el cumplimiento de los plazos acordados para la recepción de la mercadería?**

		SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	1	1
	J.C MEDICAL	1	1
Total		2	2

Tanto en la empresa Aldalab Perú Sac como en la empresa J.C Medical Supplies Sac “SIEMPRE” Exigen el cumplimiento de los plazos acordados para la recepción de la mercadería.

**Tabla 29. Ítem 24 - ¿Suele identificar empresas que compitan con el mismo rubro?**

		SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	1	1
	J.C MEDICAL	1	1
Total		2	2

Tanto en la empresa Aldalab Perú Sac como en la empresa J.C Medical Supplies Sac “SIEMPRE” Suelen identificar empresas que compitan con el mismo rubro.

**Tabla 30. Ítem 25 - ¿Conoce los trámites que se utilizan para la importación de equipos médicos?**

		SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	1	1
	J.C MEDICAL	1	1
Total		2	2

Tanto en la empresa Aldalab Perú Sac como en la empresa J.C Medical Supplies Sac “SIEMPRE” Conocen los trámites que se utilizan para la importación de equipos médicos.

**Tabla 31. Ítem 26 - ¿Acude a ferias internacionales con la finalidad de identificar nuevos productos?**

		ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	1	0	1
	J.C MEDICAL	0	1	1
Total		1	1	2

En la empresa Aldalab Perú Sac “ALGUNAS VECES” acude a ferias internacionales para identificar nuevos productos en cambio la empresa J.C Medical Supplies Sac “CASI SIEMPRE” hace dicho proceso.

**Tabla 32. Ítem 27 – ¿Desarrolla alianzas estratégicas con sus proveedores?**

		CASI SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	1	1
	J.C MEDICAL	1	1
Total		2	2

Tanto en la empresa Aldalab Perú Sac como en la empresa J.C Medical Supplies Sac “CASI SIEMPRE” Desarrollan alianzas estratégicas con sus proveedores.

**Tabla 33. Ítem 28 - ¿Toma en cuenta entrevistas personales con representantes de la empresa proveedora?**

		CASI SIEMPRE	SIEMPRE	Total
EMPRESA	ALDALAB	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
	J.C MEDICAL	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
<b>Total</b>		<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>

En la empresa Aldalab Perú Sac “CASI SIEMPRE” toma en cuenta entrevistas personales con representantes de las empresas proveedoras en cambio la empresa J.C Medical Supplies Sac “SIEMPRE” opta por hacer dicho proceso.