



UNAP

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
DE NEGOCIOS**

TESIS:

**ESTUDIO DE LOS SERVICIOS DE APOYO A LAS IMPORTACIONES
DEL PRODUCTO TELEVISORES EN LA CIUDAD DE IQUITOS,
PERÍODO 2015**

PRESENTADO POR:

Rosa Peña Romayna

ASESOR:

Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán, Mgr.

Para optar el título profesional
de Licenciada en Negocios Internacionales y Turismo

IQUITOS – PERÚ

2016



UNAP

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
FACEN

"OFICINA DE REGISTROS Y SERVICIOS ACADÉMICOS"



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Iquitos, a los 03 días del mes de MAYO del 2016, siendo las 11:00 am de acuerdo a lo establecido en la Resolución Decanal N° 0540-2016-FACEN-UNAP, se constituyeron en el Auditorio de esta Facultad, el Jurado de la tesis, integrado por los docentes: LIC.ADM. VÍCTOR REÁTEGUI PAREDES (Presidente), LIC.ADM. JORGE MERA RAMIREZ (Miembro) y el LIC.ADM. WALTER SORIA DEL AGUILA (Miembro), y se dió inicio al acto para escuchar la sustentación pública de la tesis: "ESTUDIO DE LOS SERVICIOS DE APOYO A LAS IMPORTACIONES DEL PRODUCTO TELEVISORES EN LA CIUDAD DE IQUITOS, PERIODO 2015", presentado por la autora bachiller en Negocios Internacionales y Turismo ROSA PEÑA ROMAYNA, para optar el Título Profesional de LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO, que otorga la Universidad de acuerdo a la Ley y al Estatuto vigente.


Después de haber escuchado con mucha atención y formulado las preguntas necesarias, las cuales fueron respondidas en forma, SATISFACTORIA

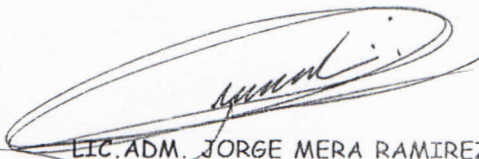
El Jurado luego de las deliberaciones correspondientes en privado, llegó a la conclusión siguiente:

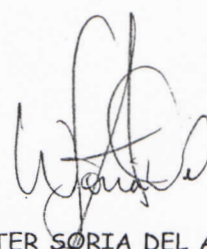
La Tesis ha sido: APROBADA POR UNANIMIDAD

Siendo las, 12:30 pm se dió por terminado el acto público

Agradeciendo a las sustentantes por su exposición.


LIC.ADM. VÍCTOR REÁTEGUI PAREDES
Presidente


LIC.ADM. JORGE MERA RAMIREZ
Miembro


LIC.ADM. WALTER SORIA DEL AGUILA
Miembro

DEDICATORIA

A Dios, a mi madre y esposo.

Dedico el éxito y la satisfacción de esta investigación a Dios por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mi madre Teresa Romayna, por darme la vida, por creer en mí y darme el aliento y fuerza de seguir adelante ante las adversidades de la vida. Gracias mamá por darme una carrera para mi futuro, todo esto te lo debo a ti.

A mi esposo Rolf Romero por ser la fuerza que necesito el apoyo incondicional el motor para lograr mis objetivos y que a pesar de la distancia siempre está conmigo alentándome para cumplir mis sueños y que ahora también son nuestros sueños.

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | Página |
|---|--------|
| Introducción | 5 |
| 1. Planeamiento de la investigación | 7 |
| 1.1 Planteamiento del propósito de la investigación | 7 |
| 1.2. Formulación del propósito de la investigación | 14 |
| 1.3 Objetivos de la investigación | 15 |
| 1.3.1 Objetivo general | 15 |
| 1.3.2 Objetivos específicos | 15 |
| 1.4 Hipótesis..... | 15 |
| 1.4.1 Hipótesis general | 15 |
| 1.4.2 Hipótesis específicas | 15 |
| 1.5 Operacionalización de la hipótesis | 16 |
| 1.6 Identificación del método de investigación..... | 17 |
| 1.7 Marco poblacional y población | 17 |
| 1.8 Marco muestral y muestra | 17 |
| 1.9 Fuentes e instrumentos de recolección de datos..... | 18 |
| 2. Marco Teórico..... | 19 |
| 2.1 Antecedentes de investigación..... | 19 |
| 2.2 Planteamiento teórico..... | 22 |
| 2.2.1 El análisis de un sector..... | 22 |
| 2.2.2 La importación..... | 24 |
| 2.2.3 El marco legal..... | 27 |
| 2.3 definición de términos básicos | 29 |
| 3. Resultados de la investigación..... | 32 |
| 3.1 Comportamiento del mercado..... | 32 |
| 3.2 Los servicios apoyo | 42 |

| | |
|--|----|
| Conclusiones | 45 |
| Recomendaciones | 47 |
| Bibliografía | 48 |
| Anexo 1: Instrumento de recolección de datos: la demanda | 50 |
| Anexo 2: Matriz de estudio | 52 |
| Anexo 3: Tabulación de datos..... | 53 |

INTRODUCCIÓN

Las empresas comerciales cumplen la función de intermediar entre los productores y los consumidores. Para lograr la intermediación, ellas realizan diversas actividades al interior de su organización y ante otras instituciones. Una de dichas actividades es la importación, la que comprende traer el producto desde un mercado externo hacia el mercado de consumo en el país, específicamente hacia una región.

Del conjunto de productos que se importan en el país se toma el referido al producto de electrodomésticos, específicamente los televisores. Este es un producto de alta tecnología cuya producción lo podemos encontrar en diversos mercados del mundo.

Los objetivos del trabajo son identificar la diversificación de los mercados de origen de las importaciones, determinar la tendencia del comportamiento de la magnitud monetaria de las importaciones, y analizar la percepción de la eficiencia de los servicios de gestión de apoyo para las importaciones.

El mercado de consumo está constituido por la ciudad de Iquitos, capital de la principal región Loreto. Se revisa data histórica en un periodo de tiempo, desde el año 2010 hasta el año 2014, rango de tiempo significativo que nos permita apreciar los movimientos y sus tendencias en el tiempo.

Los principales resultados nos señalan una alta correlación de los productos televisores con los productos de bienes de consumo; alta concentración en tres mercados de donde se están importando los televisores, y una alta concentración en un puerto de ingreso, la aduana marítima del Callao. Hay buenos resultados sobre los servicios que brindan las instituciones de apoyo faltando mejorar en los puertos fluviales, los aseguradores y la Intendencia de Aduana.

Palabras claves: importaciones, electrodomésticos, televisores, Iquitos.

ABSTRACT

Commercial companies play the role of intermediary between producers and consumers. To achieve intermediation, they perform various activities within their organization and with other institutions. One such activity is the import, which comprises bringing the product from external market to the consumer market in the country, specifically to a region.

The set of products imported in the country concerned is taken to the product of appliances, specifically televisions. This is a high-tech product whose production can be found in various markets worldwide.

The objectives of the study are to identify the diversification of markets of origin of imports, determine the trend of the behavior of monetary magnitude of imports, and analyze the perception of the efficiency of management support services for imports.

The consumer market consists of the city of Iquitos, capital of Loreto main region. It is reviewed historical data over a period of time, from 2010 to 2014, significant time range that allows us to appreciate the movements and trends over time.

The main results show us a high correlation of TV products with the products of consumer goods; high concentration in three markets which are being imported televisions, and a high concentration at a port of entry, the maritime customs of Callao. There are good results on the services provided by support institutions lacking improve river ports, insurers and Customs Administration.

Keywords: import, appliances, televisions, Iquitos.

CAPÍTULO I: MARCO METODOLÓGICO

1.1 Planteamiento del propósito de la investigación.

En los últimos años se observa una mayor preocupación del Estado por el desarrollo de la economía de las regiones del país, y por ende de las empresas que en ellas se encuentran, pues son generadoras de empleo y pagan tributos.

Las empresas interactúan en diversos mercados: locales, nacionales y externos. Referente a la interacción con los mercados externos, el Estado promueve que los sectores empresariales accedan a estos mercados, tanto a través de la importación como de la exportación, creando condiciones de integración y facilidades.

Interesa para la presente investigación la actividad de importación, y de los servicios de apoyo que necesita.

Describimos el comportamiento de las importaciones mundiales, para luego observar el comportamiento del país, para llegar finalmente al comportamiento de Loreto.

En el cuadro siguiente se observa el comportamiento en términos monetarios del comercio mundial de importaciones de mercancías en el periodo 2010 y 2014. Se observa un crecimiento regular en dicho periodo de tiempo, 21%, esto significa una tasa de crecimiento promedio anual de 4.95%.

Observando el comportamiento de un año respecto al anterior, tenemos que hay años de crecimiento, como los años 2011 y 2013; pero, también hay años de caídas, como lo ocurrido en los años 2012 y 2014, con ligeras caídas.

Cuadro 1: Importaciones de mercancías, totales en el mundo, periodo 2010 - 2014.

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Miles de millones US\$ | 15,367 | 18,402 | 18,396 | 18,701 | 18,641 |
| Índice 2010 = 100 | 100 | 120 | 120 | 122 | 121 |
| Variación anual | | 19.75% | -0.03% | 1.66% | -0.32% |

Fuente: Organización Mundial de Comercio. Trade Maps, International Trade Statistic –ITC.
Elaboración. La autora.

Lo señalado anteriormente, ahora se presente gráficamente. Se observaba un crecimiento de las importaciones mundiales en el 2011, explicado por la recuperación de la

crisis producida en el año 2009 generado por la crisis bancarias de los EE.UU. y que ha tenido una repercusión mundial. Luego, los montos se mantienen los demás años, con ligeras caídas en los años 2012 y 2014.

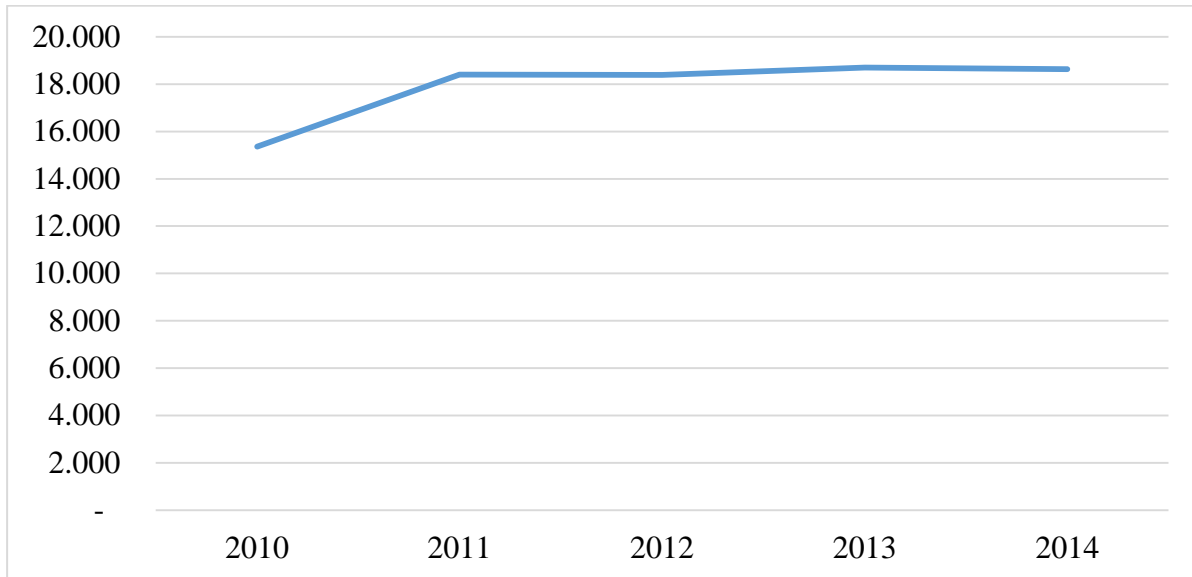


Gráfico 1: Comportamiento de las importaciones de mercancías en el mundo, periodo 2010-2014.

(En miles de millones de US)

Fuente: Organización Mundial de Comercio. Trade Maps, International Trade Statistic –ITC.

Elaboración: El autor.

En el comercio mundial es importante resaltar la influencia de ciertas regiones del mundo, o de países, como es el caso de China. **Arora y Vamvakidis** (2010: 11), economistas del Fondo Monetario Internacional, expresan en su análisis sobre la influencia china en el comercio mundial que, hace unas décadas la expansión china influía únicamente en el crecimiento de los países vecinos; hoy, afecta al crecimiento del mundo entero tanto en bienes como en flujos de capital.

Agregan que, el aumento de la participación de China en el comercio mundial es notable en los mercados de ciertos productos. China representa una décima parte de la demanda mundial de materias primas, y más de una décima parte de la exportación mundial de bienes manufacturados de tecnología mediana y avanzada.

Las importaciones chinas de materias primas, insumos y con mayor frecuencia productos finales impactan positivamente al incrementar las exportaciones y por lo tanto el PBI de los países vendedores. Observando las exportaciones chinas, estas tienen un efecto directo negativo en las exportaciones netas de otros países, pues les quita mercado con productos baratos. Pero, el efecto indirecto en el bienestar, sin embargo, podría ser positivo porque los productos chinos de costo relativamente bajo estimulan el consumo, por ejemplo los precios de las motocicletas en Iquitos. También, impactan indirectamente en la producción en los países al proporcionar insumos de bajo costo, es el caso de los materiales eléctricos que se utilizan en la construcción.

Asimismo, es importante comprender el impacto de China en otros países que integran la cadena de suministro asiática, ya que la producción de los bienes finales que China exporta requiere importantes volúmenes de insumos provenientes del resto de Asia. Este mecanismo de la cadena de suministro le permite a otros países asiáticos especialmente los más pequeños— gozar de mayor acceso a los mercados internacionales. Esto explica la internacionalización de la producción.

Observando el comercio de importaciones de mercancías en el Perú, el crecimiento en el periodo 2010-2014 ha sido 42%. Este crecimiento es mayor que el de las importaciones mundiales, 21%. El comportamiento de Perú, duplica el comportamiento mundial, reflejando el crecimiento de la economía del país, hecho que se explica por diversos factores. Esto significa para Perú una tasa de crecimiento promedio anual de 9.1%, cantidad significativamente alta en la historia del Perú.

Cuadro 2: Importaciones de mercancías, totales en Perú, periodo 2010-2014.

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|------------------------|------|--------|--------|-------|--------|
| Miles de millones US\$ | 28.8 | 36.9 | 41.1 | 42.2 | 40.8 |
| Índice 2010 = 100 | 100 | 128 | 143 | 147 | 142 |
| Variación anual | | 28.13% | 11.38% | 2.68% | -3.32% |

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú.
Elaboración. Los autores.

Algo diferente a lo que se observó en el comercio mundial, el comportamiento de las importaciones en Perú ha tenido un crecimiento todos los años excepto el 2014, por la misma causa: la caída del consumo de China y que impactó en Perú. La reducción en el 2014 en Perú, 3.32%, ha sido mayor que la reducción en el mundo, 0.32%.

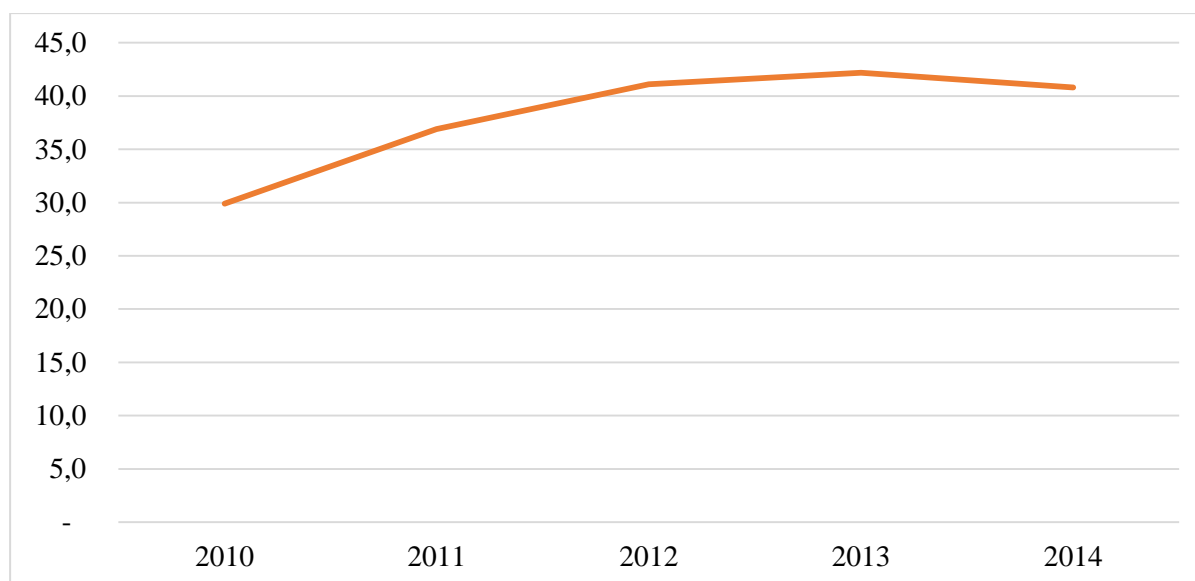


Gráfico 2: Comportamiento de las importaciones de mercancías en Perú, periodo 2010-2014. (En miles de millones de US)

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú.
Elaboración: La autora.

La cantidad de mercados desde donde importa Perú son muchos y por lo tanto está diversificada, y eso es bueno pues con ello el riesgo de depender de uno o algunos se reduce. Cuando se depende de uno solo, el riesgo es alto pues si este cae en sus compras afecta totalmente al país que le provee.

En este escenario diversificado, el principal mercado desde donde importa Perú son los Estados Unidos. Observando un tramo de tiempo corto 2008-2010, este mercado de origen representó cerca del 20%. El segundo mercado en orden es China. En tercer y cuarto lugar se encuentran Brasil y Ecuador, respectivamente.

Mathews (2011), Director de la Maestría en Negocios Globales de la Escuela de Postgrado de la Universidad del Pacífico, en su comentario sobre el comercio exterior de Perú señala que es una fortaleza de nuestra política comercial contar con una estructura comercial exterior bien diversificada y no dependiente de un solo mercado como sucede en el caso de México o países de Centroamérica con respecto a Estados Unidos.

Peralta, Luis (2011), presidente del Consejo directivo del Centro de Innovación Tecnológica del Cuero, Calzado e Industrias Conexas de Perú, manifiesta que “este crecimiento secuencial de las importaciones chinas ha hecho quebrar a muchos fabricantes del país y con el TLC la situación se ha acentuado”.

Respecto a la región Loreto, el comportamiento del comercio de importaciones de mercancías en el periodo 2010-2014, ha sido negativo, -73%. Este comportamiento es totalmente diferente a lo ocurrido en el mundo y en Perú. Además, hay alta variabilidad.

Cuadro 3: Importaciones de mercancía, totales en Loreto, periodo 2010-2014.

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|------------------------|-------|-------|-------|--------|--------|
| Miles de millones US\$ | 146.9 | 155.6 | 150.7 | 70.0 | 39.0 |
| Índice 2010 = 100 | 100 | 106 | 103 | 48 | 27 |
| Variación anual | | 5.9% | -3.1% | -53.6% | -44.3% |

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú.
Elaboración. La autora.

Diferente a lo que se observó en el comercio mundial y de Perú, el comportamiento de las importaciones en Loreto ha sido a la baja, con ligero crecimiento y caída estrepitosa. En el 2014, la caída fue de 44.3%, mayor que la reducción en Perú, 3.32%, y en el mundo, 0.362Esta reducción es significativa y muestra el comportamiento de la economía local, en el caso de Iquitos como principal centro urbano de la región Loreto.

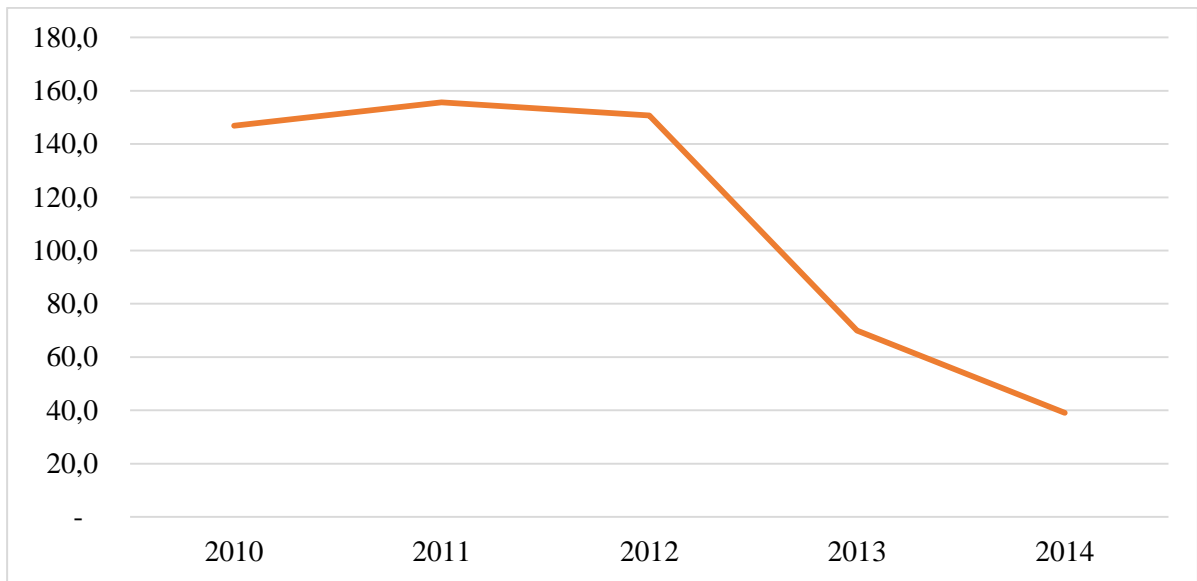


Gráfico 3: Comportamiento de las importaciones de mercancías en Loreto, periodo 2010-2014.
(En millones de US)

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú.
Elaboración. La autora.

El comercio exterior, exportaciones e importaciones, requiere tener un sistema de servicios de soporte para el tráfico de mercancías. Este comprende operaciones y por lo tanto infraestructura en: almacenamiento de espera, embarque, recepción, transporte, descarga, y entrega de los bienes.

Son diversos los operadores de servicios de soporte, y estos buscan satisfacer los requerimientos de movilización de carga internacional de los usuarios (importadores y exportadores) así como cumplir con los reglamentos nacionales necesarios para efectivizar dicho movimiento.

Cuadro 4. Escala de servicios de soporte en la importación

| Terminal / Punto de embarque | Aduanas |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> a. Estiba. b. Embarque y desembarque. c. Traslado a almacén. d. Recepción. e. Desconsolidación. f. Entrega de carga | <ul style="list-style-type: none"> a. DUA. b. Verificación de pesos. c. Aforo. d. Derechos e impuestos. e. Entrega. f. Control del tránsito |

Importar mercancías desde mercados distantes hacia Iquitos pasa por diversas actividades y momentos en los cuales se presentan condiciones que pueden constituir barreras para el desarrollo de las empresas y el encarecimiento de los costos de los productos al llegar al mercado final.

Gran parte del movimiento de carga de importación se realiza por vía marítima y ella descarga en el puerto del Callao. Luego, tiene que tomar la ruta terrestre hacia los puertos de Pucallpa o Yurimagüas, y de ambos hacia Iquitos por vía fluvial.

Estos puertos fluviales presentan alto nivel de informalidad. Una limitación técnica actual que provoca el origen de la existencia de atracaderos informales es que la capacidad actual de los terminales portuarios formales es insuficiente para atender toda la demanda del tráfico de naves, carga y pasajeros en las principales ciudades de la Amazonía.

La carga también puede llegar por vía fluvial por el Amazonas, ingresando por la desembocadura en el Atlántico en Brasil. Pero la magnitud de carga por esta ruta es pequeña y

ello no justifica continuidad de transporte todo el año. A esto se suman los problemas geográficos de los cauces de los ríos en época de vaciante, conocido como verano en la selva.

Estos factores del entorno han sido considerados por el Estado, por lo cual se han dado diversas medidas que permitan la fluidez del tráfico de mercancías hacia Iquitos.

Al 2012, la administración aduanera del país (Sunat) ha implementado diversos procedimientos para simplificar las Resoluciones Anticipadas sobre Criterios de Valoración, Aplicación de Cuotas, Clasificación Arancelaria de Mercancías, destinadas a facilitar el comercio exterior.

Respecto al marco legal, ella es explicada en el capítulo del marco teórico de la presente investigación.

Como los mercados de origen de las importaciones hacia Iquitos son distantes, entonces se utilizan diversos medios de transporte y por lo tanto se atraviesa por diversos riesgos. Las empresas deben incorporar en su análisis este factor y considerar cuales son los seguros que debe tomar, y ellos tienen un costo importante en la estructura de costo total. Cabe señalar que el seguro es base para los cálculos sobre las cuales se aplican las tasas arancelarias.

Finalmente, las empresas usuarias del comercio internacional deben ser eficientes en sus procesos de gestión empresarial como determinar los lotes óptimos de importación para no tener ruptura en su stock de almacén.

1.2 Formulación del propósito de la investigación.

El problema general planteado es:

¿Qué resultados presentan los servicios de apoyo a las importaciones de productos electrodomésticos a la ciudad de Iquitos, periodo 2015?

Los problemas específicos planteados son:

¿Qué comportamiento tienen los mercados de las importaciones de productos televisores hacia la ciudad de Iquitos, periodo 2015?

¿Qué percepción se tienen de la eficiencia que muestran los servicios de gestión de apoyo a las importaciones de productos televisores hacia la ciudad de Iquitos, periodo 2015?

1.3 Objetivos de la investigación.

1.3.1 Objetivo general.

Estudiar los resultados de los servicios de apoyo a las importaciones de productos televisores hacia la ciudad de Iquitos, periodo 2015.

1.3.2 Objetivos específicos.

- a. Identificar la diversificación de los mercados de las importaciones de productos televisores hacia la ciudad de Iquitos, periodo 2015.
- b. Analizar la percepción de la eficiencia de los servicios de gestión de apoyo para las importaciones de productos televisores que realizan las empresas hacia la ciudad de Iquitos, periodo 2015.

1.4 Hipótesis.

1.4.1 Hipótesis general.

Los resultados de los servicios de apoyo a las importaciones de televisores a la ciudad de Iquitos, periodo 2015, presentan mejor performance.

1.4.2 Hipótesis específicas.

El comportamiento de los mercados de las importaciones de productos televisores a la ciudad de Iquitos, periodo 2015, presenta mayor crecimiento

Los servicios de gestión de apoyo de las importaciones de productos televisores que realizan las empresas hacia la ciudad de Iquitos, periodo 2015, son percibidos como eficientes.

1.5 Operacionalización de variables.

| Variables | Indicadores | Índices |
|--|---|---|
| Resultados de los servicios de apoyo a la importación. | 1. Comportamiento de los mercados de importación. | 1.1 Tamaño del mercado nacional. 1.2 Participación de los televisores en el total de bienes de consumo. 1.3 Principales empresas importadoras. 1.4 Principales mercados de origen. 1.5 Tendencia del flete desde los mercados de origen. 1.6 Principales aduanas de ingreso. 1.7 Utilidad del régimen PECO. |
| | 2. Servicios de gestión de apoyo a las importaciones. | 2.1 Grado de eficiencia de los servicios bancarios. 2.2 Grado de eficiencia de los proveedores. 2.3 Grado de eficiencia del transportista. 2.4 Grado de eficiencia de los servicios portuarios. 2.5 Grado de eficiencia de los aseguradores. 2.6 Grado de eficiencia de los trámites ante aduanas. |

1.6 Identificación del método de investigación.

La investigación tiene tres características: es de diseño no experimental, de categoría descriptiva, y de corte transversal.

La característica de diseño no experimental se explica porque no se realizó ningún manejo de los indicadores de la variable de estudio.

Es de categoría descriptiva porque solo se describieron los hechos que ocurren en el proceso de importación.

La investigación es transversal, porque se tomó la encuesta en un solo momento a la muestra estudiada.

1.7 Marco poblacional y población.

La población de estudio comprende a todas las empresas que realizan importaciones y a aquellas que brindan servicios, como los agentes de aduana, a las operaciones de importación, a través de la Aduana de Iquitos desde el año 2010 hasta el 2014.

Las operaciones de importación seleccionadas corresponden a la partida arancelaria 8528.72.00.00 Los demás aparatos receptores de televisión, en colores, realizados a través de la Aduana de Iquitos desde el año 2010 hasta el 2014.

1.8 Marco muestral y muestra.

Para conocer la opinión sobre los procesos de gestión, se ha considerado los siguientes elementos:

- a. Unidad muestral: Es la unidad acerca de la cual se solicita información; este elemento suministra la base para el análisis que se lleva a cabo; en este caso, está conformado por cada empresa que brinda servicios a la gestión de la importación.
- b. Unidad de análisis: La persona que tienen relación directa con los procesos de gestión aduanera de las empresas, por lo que se encuestará a una persona con participación en el proceso de importación.
- c. Método de muestreo. Hay tres tipos de muestreo: censal, con base en el criterio personal y estadístico. De estos tres se toma el segundo, por criterio personal, el cual consiste en aplicar el criterio del investigador en la selección de los miembros de la población que se quiere estudiar. Es útil en los estudios en los que se requiere unos o pocos casos para ilustrar los temas más importantes del investigador. **Hayes** (1999: 82).
- d. Tamaño de la muestra. Está integrado por:
Importadores: cinco empresas.
Agentes de aduana: tres empresas.

1.8 Fuente e instrumento de recolección de datos.

- a. Técnica de recolección de datos. Para medir el primer indicador de la variable, referida al comportamiento del proceso de importación, se utilizaron cuadros de datos históricos. Para medir el segundo indicador de la variable independiente, referida a las opiniones de los procesos de gestión aduanera se utilizó un cuestionario de opinión con escala Likert.
- b. Instrumento de recolección de datos. El cuadro de datos históricos o hechos ocurridos y el cuestionario de opinión son los instrumentos para obtener la información necesaria para realizar el estudio.
- c. Fuentes de recolección de datos. Fueron las siguientes:

| Variable | Fuente |
|--|---|
| Variable: Resultados del proceso de gestión de importaciones. | Importadores que radican en la ciudad de Iquitos. Agentes de aduanas, agentes de carga, transportistas y navieros. |

CAPÍTULO II: MARCO TEORICO.

2.1 Antecedentes de investigación.

El Perú está firmando tratados de libre comercio con diversos países o mercados comunes. Las expectativas sobre ellos son diversas, y van expresándose en función a los resultados que pueden lograrse. Hay beneficios y problemas que se están presentando y que deben ser estudiados.

Varillas (2012), presidente de la Asociación de Exportadores – Adex-, frente a la entrada en vigencia del Acuerdo de Integración Comercial entre Perú y México sostiene sus beneficios en una desgravación inmediata, lo que significa que el 88% de las exportaciones peruanas a ese destino ingresará libre de aranceles; lo mismo sucederá con el 79% de las importaciones provenientes de México.

Explicó que el sector maderero también se verá favorecido debido a los beneficios del Acuerdo de Complementación Económica (ACE 8), vigente desde 1987, de manera que estos se volverán permanentes.

Este hecho tendrá un importante impacto positivo en la economía de la región Loreto, sustentada en el sector maderero básicamente.

Mathews (2011), director de la maestría en Gestión de Negocios Globales de la Escuela de Postgrado de la Universidad del Pacífico, señala que a partir del segundo semestre del 2011, el 95% del comercio exterior peruano se efectuó con países con los que tenemos un acuerdo comercial vigente.

Agrega, que sin duda, el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea (UE) representa una oportunidad extraordinaria para nuestro país, más allá de la coyuntura de crisis que aun atraviesa ese bloque económico, que hoy corresponde aproximadamente al 17% de nuestras exportaciones.

Considera que se trata de una gran oportunidad para exportadores peruanos en diferentes rubros dentro de los que destacan frutas y hortalizas frescas y procesada, flores

frescas, colorantes naturales, productos hidrobiológicos para consumo humano directo, manufacturas de madera, artesanías, entre otros. Significa también una oportunidad para importadores de maquinaria y equipo para textiles, agroindustria y pesca, entre otros sectores, además de importadores de productos de consumo.

Referente al Tratado de Libre Comercio suscrito entre Perú y EE.UU. se están implementando una serie de normas relacionadas a los acuerdos tomados.

El **Mincetur** (2011) está desarrollando acciones proactivas en su visión con el comercio internacional. Autorizó el viaje de dos de sus funcionarios a Estados Unidos a fin de revisar el cumplimiento del anexo forestal y el capítulo ambiental del TLC con ese país. Estos enviados se reunieron con funcionarios de la Oficina del Representante Comercial estadounidense (USTR).

Hasta fines de abril del 2011 el pleno del Congreso peruano aún no había puesto en debate la nueva Ley Forestal y de Fauna Silvestre, lo que supone un riesgo para el cumplimiento del TLC con EE.UU.

Este proyecto debe ser dado a conocer a las comunidades nativas, en conformidad a lo que establece la consulta previa en el convenio 169 de la OIT.

En un estudio del **Banco Central de Reserva de Chile** (La Apertura Comercial puede ser buena para el Crecimiento. Rol de las Políticas Complementarias, agosto 2006), se analiza el efecto que la apertura comercial tiene sobre el crecimiento económico y que ella depende de las reformas complementarias que ayudan a un país a tomar ventaja competitiva frente a la competencia internacional. No es difícil encontrar evidencia teórica y empírica, según la cual, la eliminación de las barreras al comercio, deben de ser acompañadas por reformas complementarias en áreas no comerciales, si lo que se busca es mejorar la eficacia productiva y el crecimiento.

El estudio también señala que, los gobiernos deben trabajar en una mayor inversión en educación, profundidad financiera, estabilización de la inflación, mayor infraestructura pública, gobernabilidad, flexibilidad laboral, facilidad para crear empresas, innovación y transferencia tecnológica, etc.

Si un gobierno lleva a la práctica políticas públicas que permitan elevar el crecimiento de la economía y consolidarla, poniendo énfasis en la productividad, está creando condiciones para el desarrollo de las empresas, y por lo tanto del empleo. Por ejemplo, una educación de calidad estará creando mano de obra útil para hacer las actividades con eficiencia. Y en este tema se encuentra la principal debilidad de las empresas del país y de la región, una mano de obra poca calificada.

También, este debe generar estabilidad política y jurídica, e impulsar decididamente la eliminación de los sobrecostos, tanto tributarios como laborales, existentes en la economía, así como mejorar la infraestructura en carreteras, aeropuertos y puertos; estos últimos de suma importancia en la logística al servicio del comercio internacional.

Figallo (2010), consultor de Prompex, al analizar los servicios de logística internacional refiere los problemas en el transporte marítimo mundial detectados por la Logistics International Resources International, y estos son:

- a. Maltrato o defectuoso acomodo interno de mercadería en contenedores.
- b. Defectuoso empaque o embalaje.
- c. Daño físico por manejo defectuoso de carga unitarizada.
- d. Contenedores mal ubicados dentro del medio de transporte.
- e. Demoras, fallas, negligencias imputables al Embarcador.
- f. Demoras, fallas, negligencias imputables al medio de transporte.
- g. Demoras, falla, negligencias imputables al importador.
- h. Malas condiciones de la ruta utilizada por el medio de transporte.
- i. Deficiente rotación del producto en el punto de venta.
- j. Discrepancias y errores en la documentación que retrasan el flujo de levante-.
- k. Daño de la mercadería por contaminación.
- l. Microorganismos aparecidos por uso de contenedores defectuosamente fumigados.

2.2 Planteamiento teórico.

2.2.1 El análisis de un sector.

Una de las formas como se conectan las empresas de un país con sus mercados es el comercio, y si este se encuentra en el exterior del país, entonces se denomina comercio exterior o internacional. La conexión puede darse comprando, o importando, y vendiendo, o exportando.

Las operaciones que se realizan durante una importación o exportación, pueden ser vistas como un conjunto total de actividades y en la cual participan determinadas empresas con el fin de contribuir al funcionamiento de ellas. En la literatura sobre el análisis estratégico de una actividad, esta es conocida con la denominación de análisis estratégico de la industria³.

Hill y Jones (2009: 43) define a una industria como un grupo de compañías que ofrecen productos o servicios que son sustitutos cercanos entre sí, es decir, que satisfacen las mismas necesidades básicas de los clientes. Los competidores más cercanos de una compañía, sus rivales, son aquellos que atienden las mismas necesidades básicas del cliente.

Agrega el autor que, el punto de partida de un análisis estratégico es identificar la industria en la que compite una compañía. Por ello, los estrategas deben empezar por buscar las necesidades básicas del cliente que atiende su compañía, es decir, deben tener una perspectiva de su negocio orientada hacia el cliente.

El autor señala que, un sector es un conjunto de industrias muy relacionadas. Por ejemplo, el sector de las motocicletas abarca varias industrias relacionadas: la industria de los motores, la industria de las llantas, la industria de los lubricantes, y así tenemos muchas más de ellas.

Y si las empresas para obtener sus productos que requieren sus clientes, interactúa con el mercado externo, entonces aparecen las industrias de intermediación, servicios de soporte y servicios de logística. Como el mercado está ubicado en mercados extranjeros, la actividad con ellos se dice que es una importación, y se hace a través de todo un proceso donde intervienen otras empresas que ofrecen sus servicios de intermediación, soporte o logística.

³ El término de industria está referido a un sector económico o de un negocio determinado, y no solamente a la transformación de bienes.

Por ejemplo, en la importación se requiere los servicios de los agentes de aduanas. Ellos constituyen una industria dentro del sector de la importación.

El análisis estratégico de una industria o sector empieza con un estudio de las fuerzas de las empresas e instituciones que en ella interactúan. Al agregar a las instituciones, nos referimos a las entidades de gobierno que establecen normas de comportamiento para los agentes económicos.

Cuando hacemos el análisis estratégico, este nos brinda importante información para tomar decisiones al respecto. El gobierno peruano estudió los procesos de las importaciones y consideró necesario definir nuevas normas de comportamiento. Por ejemplo, se estableció la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE)⁴. Esta política pública permite articular de manera eficiente los procesos operativos y los servicios, donde los agentes económicos vinculados al comercio exterior, importación o exportación, y transporte internacional pueden realizar a través de medios electrónicos trámites, permisos, licencias, entre otras gestiones. Este sistema tiene dos secciones: la primera está referida a las mercancías restringidas; y la segunda, se relaciona con los servicios portuarios. A través de esta última, las empresas realizan de manera rápida procesos antes los organismos portuarios del país.

La finalidad de esta propuesta ha sido facilitar las actividades de comercio y crear condiciones de seguridad en la cadena logística, y con todo ello incrementar la competitividad de las empresas. La propuesta de estos cambios resultó de un trabajo conjunto entre los sectores público y privado del país.

Del análisis estratégico también se derivaron cambios expresados en el reglamento de Aduanas. Por ejemplo, las líneas navieras pueden hoy decidir no dejar la carga dentro del puerto y llevarla a almacenes particulares. Así como el análisis estratégico es un instrumento de información para las instituciones gubernamentales, también es para las empresas.

APM Terminals, empresa administradora del puerto de Callao, consideró necesario mejorar la atención a las naves en el puerto del Callao, a fin de atraer a más navieras hacia ese

⁴ En el Japón existe un sistema con características similares denominado Sistema Nipón de Despacho de Aduanas Automatizado de la Carga (/NACCS, por sus siglas en inglés). El contribuye a que las operaciones de importación o exportación se hagan de manera eficiente y exacta. Este es un país con una economía internacionalizada, y por lo tanto de grandes volúmenes de movimiento en su comercio con el exterior. Japón lo puso en vigencia en 1978, en un solo puerto (Tokio) y luego en años siguientes lo amplió a otras zonas aéreas del país. En la década de los 90 lo amplió a la carga transportada por vía marítima.

terminal, y también reducir los costos. Esta empresa ofrece el servicio de sus almacenes a tarifas menores que el de los almacenes de las navieras.

De igual manera, Loreto requiere de propuestas de medidas que contribuyan a las empresas importadoras que en ella se encuentran. Y ellas saldrán de un análisis estratégico.

2.2.2 La importación.

La interacción de las empresas con los mercados externos, requiere que el Estado establezca políticas públicas en diversos aspectos para promover la integración de las empresas locales con sus mercados externos.

Elborgh-Woytek y Gregory (2010: 50) señalan, en su estudio sobre la potencialidad de integración al comercio mundial de las economías más pobres, que se podrían adoptar medidas para fomentar esta integración tales como reducir el sesgo anticomercial que suele imperar en sus regímenes cambiarios, aduaneros, tributarios y comerciales; emitir leyes aduaneras y comerciales más ágiles; y mejorar algunos sectores de servicios clave, como las comunicaciones y el transporte.

Por parte de las empresas, deben entender lo que está ocurriendo en los mercados externos para definir estrategias que aprovechen las oportunidades. Primero bajo un enfoque holístico, y luego observar cada mercado geográfico en forma particular.

Thompson y Strickland (2001: 74), autores del texto *Administración Estratégica*, expresan que hay varios indicadores para observar el mercado en términos generales: volumen general, índice de crecimiento del mercado, el ritmo de cambio tecnológico, las fronteras geográfica del mercado, el número y los volúmenes de compradores y vendedores, el hecho de si los productos son idénticos y altamente diferenciados y los tipos de canales de distribución que se emplean para tener acceso a los compradores.

Después de los hechos ocurridos en el mundo en el 2008, y con impacto en el 2009, las teorías sobre el desarrollo de los países que consideraban que el mercado por sí solo siempre asigna eficientemente los recursos de una economía han tenido cambios. Ahora se postula la necesaria intervención del Estado, para que promueva diversos sectores, como el comercio, o regule cuando no hay un equilibrio entre quienes firman por ejemplo, un tratado de libre comercio. Hay sectores que se ven perjudicados en forma directa e inmediata con la puesta en

vigencia de un tratado de esta naturaleza. Otros consideran que en el mediano les perjudicará, solo hay que esperar el deterioro continuado.

Mcdonald (2009) señala que “el comercio contribuye a la eficiencia mundial. Cuando un país se abre al comercio, el capital y la mano de obra se trasladan hacia las industrias en las que estos se utilizan de manera más eficiente. Las sociedades obtienen un nivel de bienestar económico más alto. Sin embargo, estos efectos solo muestran una cara de la moneda. El comercio también entraña desajustes en las empresas e industrias que no pueden competir. Estas empresas, y también sus trabajadores, tienden a protestar contra el comercio. Procuran que se impongan barreras, como impuestos a la importación (denominados aranceles) y cuotas para elevar el precio de las importaciones o limitar su disponibilidad. Las empresas procesadoras pueden tratar de restringir las exportaciones de materias primas para reducir artificialmente el precio de sus propios insumos. En cambio, los beneficios del comercio son difusos, y sus beneficiarios tienden a no reconocer cómo los beneficia”.

Acá se señalan los beneficios y perjuicios del comercio. La entrada de nuevas empresas a un mercado aporta nuevos capitales, trae tecnologías más eficientes y brinda a la población nuevas variedades de productos. Gracias al comercio de importaciones, los consumidores tienen una mayor posibilidad de seleccionar calidad y precios entre los diferentes tipos de bienes. Si muy bien esto muestra la ventaja del comercio, una mayor demanda de productos impactará en mayores importaciones y por lo tanto una balanza comercial deficitaria, con la consiguiente salida de divisas del país.

La apertura de los mercados ha venido ocurriendo desde la segunda guerra mundial, y por lo tanto, las barreras al comercio impuestas por los gobiernos se han reducido considerablemente. Paralelo a ello se han dado políticas para proteger a las industrias nacionales, las cuales han variado de país a país, especialmente en los sectores económicos sensibles.

Una de las estrategias de protección a las industrias es elevar los aranceles a los productos importados. Estos son mucho más altos en algunos sectores (como la agricultura y la industria de prendas de vestir) y entre algunos grupos de países (como los menos desarrollados). También, muchos países han considerado imponer significativas barreras al comercio de servicios en ámbitos tales como el transporte, las comunicaciones y el sector financiero.

Estas barreras al comercio afectan más a algunos países que a otros. Los más golpeados son los países débiles, los menos desarrollados, cuyas exportaciones consisten principalmente de materias primas y si son productos industriales estos contienen mano de obra poco calificada.

Ese concepto de las ventajas hizo que durante la década del 90, los organismos multilaterales impusieran en el Perú la idea de que era necesario abrir los mercados. Y se dio la apertura, pero ello no fue acompañado de medidas para mitigar el impacto en las poblaciones pobres. Los problemas en nuestro país se expresaron, y continúan en la actualidad, en ausencia de integración de la población rural con los mercados urbanos por la carencia de infraestructura necesaria para impulsar un comercio interno.

Von Hesse (2011) señala que “de los 25 departamentos del Perú solo 5 (Lima y Callao, y Arequipa, Moquegua y Tacna) se ubican en los dos quintiles superiores de menores carencias, quedando 20 de ellos en los quintiles inferiores. Del mismo modo, de acuerdo al último mapa de pobreza que elabora FONCODES, casi la cuarta parte de la población no cuenta con acceso a agua segura ni a servicios de electricidad, una de cada 10 mujeres es considerada analfabeta y uno de cada 5 niños entre 6 y 9 años es considerado desnutrido. Estas cifras empeoran dramáticamente en la sierra, especialmente en las áreas rurales. La paradoja de toda esta descripción, y que tiene que ver de alguna manera con la *maldición de los recursos*, es que en los últimos años, la alta disponibilidad de recursos de inversión pública habría sido suficiente para acortar las brechas de acceso a distintos servicios públicos de muchos hogares que hoy son considerados pobres”.

Permanentemente se ha producido discusiones sobre las ventajas de comercializar productos industrializados antes que materias primas. Desde el siglo XVII, los documentos elaborados por los Mercantilistas sustentaban la propuesta de producir y exportar bienes manufacturados en vez de materias primas.

Recalcaban que su oposición era a la importación de bienes suntuarios (como las especias de Oriente, sedas, etc.), pero no a la importación de las materias primas necesarias para la producción de manufacturas, debido al gasto que ocasionaba y que era por sí mismo.

Desde comienzos del siglo XX, estos temas han entrado como mayor profundidad en las políticas públicas de los países en desarrollo. En Loreto, se ha venido discutiendo sobre la

necesaria industrialización de las materias primas, por ejemplo, de la madera en partes y piezas de muebles, pero ha tenido poco éxito su puesta en práctica.

2.2.3 El marco legal.

Para la región Loreto, ubicada en el interior del país, se han definido una serie de normas de comportamiento de los agentes que participan en la importación y sobre las unidades administrativas designadas para apoyarlas.

Se señala que cuando se importan bienes destinados al consumo en la Amazonía, el ingreso de ellos al país debe realizarse directamente por los terminales terrestres, fluviales o aéreos que hay en ella, y se efectuará a través de las Aduanas habilitadas para el tráfico internacional de mercancías en este territorio.

Los vuelos aéreos directos del exterior hacia la Amazonía son escasos, pues los volúmenes son pequeños considerando que los mercados también son pequeños, y los costos significativos de la ruta aérea. Considerando esta dificultad de que una carga destinada al consumo en la Amazonía puede llegar directamente a un terminal se ha establecido determinadas facilidades.

La mercancía proveniente del exterior, que no haya sido destinada al consumo, puede ser transportada en tránsito bajo control aduanero, de una aduana a otra, dentro del territorio aduanero, con suspensión del pago de los derechos arancelarios y demás tributos, previa presentación de garantía y el cumplimiento de los demás requisitos y condiciones. Se efectúa por vía marítima, aérea o terrestre (art. 92, D. Leg. 1053).

La autorización no podrá exceder 30 días (D.S. 010-2009-EF, Reglamento de la Ley).

La mercancía importada para el consumo en la Amazonía se considerará nacionalizada sólo respecto a dicho territorio. Para que se considere nacionalizada deberá someterse a la legislación vigente, sirviéndole como pago a cuenta los tributos que hayan gravado su importación para el consumo (art. 50, D. Leg. 1053, Ley General de Aduanas).

La mercancía que llega al territorio aduanero puede ser almacenada en un depósito aduanero para esta finalidad, por un periodo determinado y bajo el control de la aduana, sin el pago de los derechos arancelarios y demás tributos aplicables a la importación para el

consumo, siempre que no haya sido solicitada a ningún régimen aduanero (art. 88, D. Leg. 1053). Se autoriza por un plazo máximo de 12 meses.

La garantía exigible para un depósito temporal terrestre es US \$ 100,000.

La mercancía amparada en un sólo conocimiento de embarque, carta de porte aéreo o carta de porte terrestre que no constituyan una unidad, salvo que se presente en *pallets* o contenedores, podrá ser objeto de despachos parciales y/o sometida a destinaciones distintas de acuerdo con lo que establece el Reglamento (art. 92, D. Leg. 1053).

Las garantías son solidarias, irrevocable, incondicional, indivisible, de realización inmediata, y sin beneficio de excusión (art. 20, D.S. 010-2009-EF).

El art 48 del Texto Único Ordenado (TUO) de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo, aprobado por D. S. 055-99-EF y modificatorias, señala que el comerciante de la Región que compre bienes contenidos en el Apéndice del Decreto Ley 21503 y los especificados y totalmente liberados en el Arancel Común anexo al Protocolo modificatorio del Convenio de Cooperación Aduanera Peruano Colombiano de 1938, provenientes de sujetos afectos del resto del país, para su consumo en la misma, tendrán derecho a un reintegro equivalente al monto del Impuesto que éstos le hubieran consignado en el respectivo comprobante de pago, emitido de conformidad con las normas sobre la materia, siéndole de aplicación las disposiciones referidas al crédito fiscal contenidas en la presente Ley, en lo que corresponda.

La Tercera Disposición Complementaria de la Ley de Promoción de la Inversión en la Amazonía, Ley N° 27037, y normas modificatorias (en adelante, Ley de la Amazonía), dispone que la importación de bienes que se destine al consumo en la Amazonía se encuentra exonerada del IGV. Sólo procede respecto de los bienes especificados y totalmente liberados en el Arancel Común anexo al Protocolo modificatorio del Convenio de Cooperación Aduanera Peruano Colombiano de 1938 vigente, y de los bienes contenidos en el Apéndice del Decreto Ley 21503.

El pago del IGV que se haya efectuado en la importación de bienes cuyo destino final sea la Amazonía, será considerado como un pago a cuenta sujeto a regularización en las aduanas de la Amazonía, siempre que el ingreso de los bienes al país se efectúe por las Intendencias de la Aduana Marítima o Aérea del Callao o la Intendencia de la Aduana

Marítima de Paita y dicha regularización sea solicitada dentro de los 30 días siguientes de la fecha en que se efectuó el pago, vencido el cual se entenderá como definitivo.

La Ley de la Amazonía también señala que en Loreto las actividades agropecuarias, acuicultura, pesca, turismo, y las manufactureras vinculadas al procesamiento, transformación y comercialización de productos primarios provenientes de las actividades antes indicadas y la transformación forestal, siempre que sean producidos en la zona, aplican una tasa de 5%, por Impuesto a la Renta-tercera categoría. Estas actividades también gozarán de un crédito fiscal especial para determinar el IGV que corresponda a la venta de bienes gravados que efectúen fuera de dicho ámbito. El crédito fiscal especial será equivalente al 50% del Impuesto Bruto Mensual.

Las empresas dedicadas al comercio en la Amazonía que reinviertan no menos del 30% (treinta por ciento) de su renta neta, en los Proyectos de Inversión a que se refiere la Quinta Disposición Complementaria de esta Ley, podrán aplicar para efecto del Impuesto a la Renta correspondiente a rentas de tercera categoría, una tasa del 5%.

También gozarán de la exoneración del IGV, por las siguientes operaciones:

- a. La venta de bienes que se efectúe en la zona para su consumo en la misma;
- b. Los servicios que se presten en la zona;
- c. Los contratos de construcción o la primera venta de inmuebles que realicen los constructores de los mismos en dicha zona.

El Reglamento de la Ley 27037, aprobado por Decreto Supremo 103-99-EF, y modificatoria (en adelante, Reglamento de la Ley de la Amazonía) señala varios detalles al respecto.

2.3 Definición de términos básicos.

- a. Comportamiento del mercado. Los mercados han tenido diversos comportamientos o en algunos casos similares. La crisis del 2008 y con expresión en el 2009 tuvo diversos impactos en el país, y estas deben ser medidas.

Las características que tiene la crisis limitan la capacidad de las herramientas estadísticas para extraer información que ayudaría a prever la próxima crisis o tomar en cuenta todos los factores específicos de un país.

Las herramientas cuantitativas se complementan con métodos más heurísticos, como consultas con las autoridades, los participantes del mercado y expertos del sector académico; evaluaciones intuitivas; sentido común, y pensamiento creativo (**Ostry, Ghosh y Tamirisa, 2009**).

- b. Diversificación de los mercados. Las relaciones de comercio entre países puede intensificarse, lo cual genera una mayor concentración, o pueden reducirse porque son reemplazados por otros países, quienes han desarrollado nuevas condiciones de competitividad (**Hodge et al, 2007: 375**).
- c. Producto televisores. Los productos o servicios pueden permitir a la empresa ingresar a mercados. Ellos pueden ser producidos en el país o proceder de importación. La tecnología juega un rol importante en el desarrollo del producto. (**Hodge et al, 2007: 373**).
- d. Gestión de procesos. Al interior de las organizaciones se realizan actividades, y estas se agrupan por procesos internos y de interacción con el entorno. Ellas obedecen de factores de contingencia, lo que significa que depende una de otra. El enfoque de contingencia afirma que no existe la mejor manera ni más apropiada de estructura y organizar a todas las organizaciones. La estructura mejor adaptada depende del contexto con el que se encuentre la organización (**Hodge et al, 2007: 19**).
- e. Instituciones de apoyo. Hay diversidad de instituciones que brindan servicios a otras para que logren realizar sus actividades., pero hay problemas que repercuten el servicio que brindan. Ellas son conocidas como organizaciones. Estas hoy en día se enfrentan con varios retos clave. Incluso las compañías más ricas y poderosas no son inmunes a toparse con obstáculos para cumplir con sus servicios. Uno de dichos retos está referido al diseño y reestructuración de sus procesos de gestión (**Hodge et al, 2007: 07**).

- f. Mercados de origen. La organización moderna está integrada por componentes de su entorno, desde la finalidad de la tecnología que utiliza hasta los recursos que necesita, sus clientes o su misma definición de éxito. No existe organización alguna que puede ignorar su entorno. En el entorno se presentan oportunidades y amenazas. Por un lado, las oportunidades existen en forma de mercados, recursos y otras condiciones externas que la organización puede explotar para crecer y prosperar (**Hodge et al**, 2007: 94).

- g. Tendencia del comercio. En el entorno ocurren hechos que impactan en el comportamiento de los agentes que generan incertidumbre sobre lo que ocurrirá en el futuro. Esta incertidumbre se presenta en tres aspectos: i) la complejidad, esto es el número de sectores o elementos del entorno que son relevantes para la organización; ii) el cambio, es decir la velocidad con la que los elementos del entorno sufren el cambio; y iii) la munificencia, esto es la disponibilidad de los recursos críticos del entorno. (**Hodge et al**, 2007: 133).

CAPÍTULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 COMPORTAMIENTO DEL MERCADO.

Los bienes de consumo comprenden diversos rubros como alimentos, bebidas, tabaco, productos farmacéuticos, vestuarios y confecciones textiles, utensilios domésticos, objetos de adorno de uso personal, muebles y otros equipos para el hogar, máquinas y equipos de uso doméstico, vehículos de transporte particular, entre otros.

En el rubro de máquinas y equipos de uso doméstico se encuentran los aparatos receptores televisores.

| | |
|---------------|---|
| Sección: XVI | Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión. |
| Capítulo: 85 | Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen. |
| 85.28 | Aparatos receptores de televisión, incluso con aparato receptor de radiodifusión o de grabación o reproducción de sonido o imagen incorporado; videomonitores y videoproyectores. |
| 8528.72.00.00 | Los demás, en colores. |

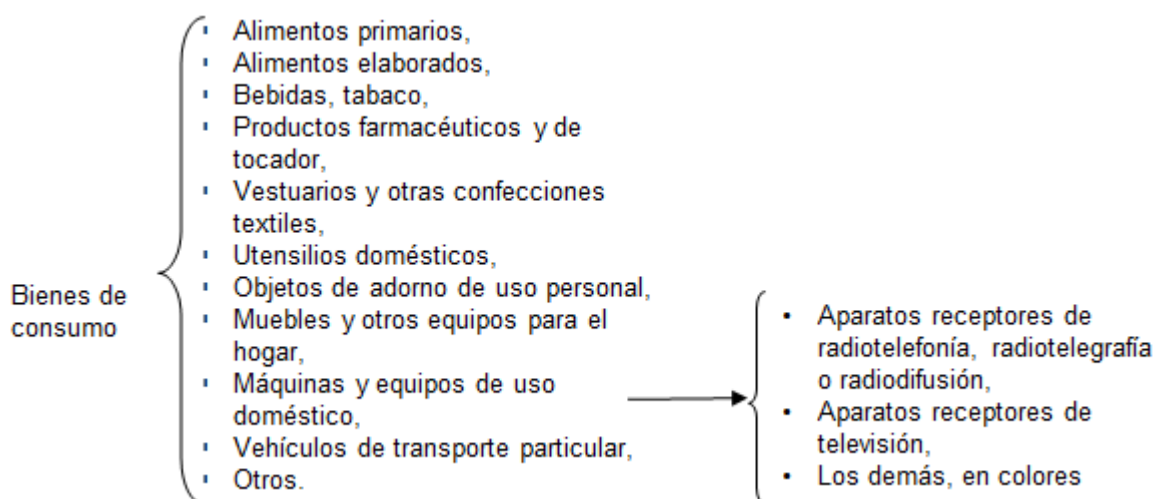


Figura 1. Ubicación de los televisores como parte de los bienes de consumo.

Los cambios tecnológicos han tenido fuerte impacto en la forma de los televisores. Inicialmente la energía para su funcionamiento no era totalmente eléctrica, sino semi-mecánica. Se pasó de los televisores blanco y negro.

En los últimos años, estos aparatos son cada vez más innovadores. Las pantallas plasma (*plasma de gases de nitrógeno*), los de pantallas LDC (por sus siglas en inglés, *liquid crystal display*) y de alta definición son cada día más livianos y tan delgados que pueden ser puestos en diversos lugares de las viviendas, y pueden ser transportados.



Figura 2. Evolución de las presentaciones de los televisores.

En el cuadro siguiente se observa los comportamientos tanto de los bienes de consumo como de los televisores en el periodo del 2010 al 2014. Estos son crecientes.

Ambos rubros han crecido 58% en este periodo de tiempo; pero, el comportamiento anual ha sido diferente para cada uno de ellos. Esto representa una tasa de crecimiento promedio anual de 12.1%. Esta tasa es sumamente alta, reflejando el crecimiento de toda la economía del país y su expresión en compra de bienes de consumo. Cabe señalar que el Cuadro 2 se presentó el crecimiento del total de las importaciones de Perú, llegando a una tasa promedio anual de 9.1%

El año 2014 muestra una frenada del crecimiento, en ambos casos, 0.9% de crecimiento anual para los bienes de consumo y 0.6% de crecimiento para los televisores. Esto se explica por la recesión mundial, particularmente del mercado chino, principal comprador de materias primas de Perú. Al entrar en recesión este mercado, las empresas exportadoras bajan sus ventas y por ende sus requerimientos de personal, y esto reduce los ingresos de las personas y por ende sus compras de bienes de consumo.

El gasto en televisores representa un rubro importante en la canasta de gastos de bienes de consumo de las personas, alrededor del 5%, y este porcentaje se mantiene en el rango de tiempo estudiado.

Cuadro 5: Importaciones de bienes de consumo y televisores, Perú, periodo 2010 -2014.

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| Bienes de consumo (En millones US\$) | 5,710.24 | 6,852.03 | 8,453.18 | 8,951.57 | 9,032.17 |
| Índice 2010 = 100 | 100 | 120 | 148 | 157 | 158 |
| Variación anual | | 20.0% | 23.4% | 5.9% | 0.9% |
| Los demás aparatos receptores de televisión, en colores (En millones US\$) | 288.10 | 384.05 | 432.01 | 453.61 | 456.37 |
| Índice 2010 = 100 | 100 | 133 | 150 | 157 | 158 |
| Variación anual | | 33.3% | 12.5% | 5.0% | 0.6% |
| Participación de los televisores en el total de bienes de consumo | 5.0% | 5.6% | 5.1% | 5.1% | 5.1% |

Fuente: Estadística de comercio exterior- Aduanet – SUNAT.
Elaboración: La autora.

A continuación se presentan las diez principales empresas que realizan actividades de importación en el rubro de bienes de consumo, su presencia a los cinco años siguientes, y su participación en la estructura total, comparativamente los años 2010 y 2014.

La primera característica es que, de las diez empresas que se encontraban al 2010, ocho de ellas mantienen su presencia de liderazgo en el mercado de bienes de consumo. Una de las dos empresas que pierde su liderazgo, Sony Perú SRL, está vinculada a la venta de televisores. La empresa que aparece en su ubicación, Tiendas por Departamento Ripley SA, tiene como uno de sus rubros la venta de televisores.

La segunda característica está expresada en el liderazgo de primer puesto que mantiene Toyota del Perú SA, vinculada al comercio de vehículos. Esto es uno de los factores que explica el incremento del parque automotor en el país. Crece su participación del 3.69% al 3.92%.

Cuadro 6: Principales empresas importadoras de bienes de consumo, Perú, años 2010 y 2014.

(En millones US\$)

| | 2010 | Estructura porcentual | | 2014 | Estructura porcentual |
|-------------------------------------|----------|-----------------------|---------------------------------------|----------|-----------------------|
| Toyota del Perú SA | 210.73 | 3.69% | Toyota del Perú SA | 351.21 | 3.92% |
| LG Electronics Perú SA | 164.14 | 2.87% | Kia Import Perú SAC | 246.80 | 2.76% |
| Automotores Gildemeister-Perú SA | 104.28 | 1.83% | Automotores Gildemeister- Perú SA | 241.48 | 2.70% |
| Saga Falabella SA | 102.43 | 1.79% | LG Electronics Perú SA | 223.51 | 2.50% |
| Samsung Electronics Perú SAC | 92.95 | 1.63% | Gloria SA | 216.18 | 2.41% |
| Kia Import Perú SAC | 91.76 | 1.61% | Samsung Electronics Perú SAC | 208.20 | 2.33% |
| Procter & Gamble Perú SRL | 89.09 | 1.56% | Saga Falabella SA | 198.83 | 2.22% |
| Gloria SA | 87.51 | 1.53% | Maquinarias SA | 156.59 | 1.75% |
| Sony Perú SRL | 84.36 | 1.48% | Derco Perú SA | 139.17 | 1.55% |
| Maquinarias SA | 77.19 | 1.35% | Tiendas por Departamento Ripley SA | 130.52 | 1.46% |
| Otros | 4,605.80 | 80.66% | Otros | 6,839.08 | 76.40% |
| Total | 5,710.24 | 100.00% | Total | 8,951.57 | 100.00% |

Fuente: Estadística de comercio exterior- Aduanet – SUNAT.

Elaboración: la autora.

En el cuadro siguiente se presentan los diez principales países de donde se realizan las actividades de importación en el rubro de bienes de consumo, su presencia a los cinco años siguientes, y su participación en la estructura total, comparativamente los años 2010 y 2014.

La primera característica es que, de los diez países que se encontraban al 2010, ocho de ellas mantienen su presencia de liderazgo en el mercado de bienes de consumo. Uno de los dos países que pierde su liderazgo, Argentina, forma parte del Mercosur, y el otro es de la Comunidad Andina de Naciones (CAN). Los países que aparecen en sus ubicaciones, son Tailandia y la India son del Asia.

La segunda característica está expresada en el liderazgo de primer puesto que mantiene China, vinculada al comercio de televisores. Crece su participación del 25.03% al 28.71% en la estructura total.

Cuadro 7: Principales mercados de origen de las importaciones de bienes de consumo, Perú, años 2010 y 2014.

(En millones US\$)

| | 2010 | Estructura porcentual | | 2014 | Estructura porcentual |
|----------------|----------|-----------------------|----------------|----------|-----------------------|
| China | 1,429.41 | 25.03% | China | 2,569.60 | 28.71% |
| Japón | 508.31 | 8.90% | México | 802.72 | 8.97% |
| México | 478.21 | 8.37% | Estados unidos | 750.58 | 8.38% |
| Colombia | 450.76 | 7.89% | Colombia | 593.79 | 6.63% |
| Estados unidos | 430.90 | 7.55% | Corea (sur) | 589.43 | 6.58% |
| Corea (sur) | 309.30 | 5.42% | Chile | 350.03 | 3.91% |
| Chile | 298.47 | 5.23% | Brasil | 330.91 | 3.70% |
| Brasil | 278.98 | 4.89% | Japón | 280.52 | 3.13% |
| Argentina | 153.22 | 2.68% | India | 262.44 | 2.93% |
| Ecuador | 144.65 | 2.53% | Tailandia | 260.30 | 2.91% |
| Otros | 1,228.03 | 21.51% | Otros | 2,161.25 | 24.14% |
| Total | 5,710.24 | 100.00% | Total | 8,951.57 | 100.00% |

Fuente: Estadística de comercio exterior- Aduanet – SUNAT.

Elaboración: La autora.

A continuación se describe el comportamiento de los mercados de donde se importan los televisores para el país.

La primera característica está referida a identificar los principales mercados de origen. Los resultados nos señalan que las importaciones de televisores están concentrados en tres mercados: China, México y Corea del sur.

La segunda características está referida a la tendencia en el tiempo. Los tres mercados muestran tendencia creciente en sus montos monetarios.

Cuadro 8: Principales mercado de origen de las importaciones de televisores, Perú, periodo 2010 -2014.

(En millones US\$)

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2,014 |
|---------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| China | 68.70 | 94.3 | 68.4 | 78.49 | 96.09 |
| México | 201.20 | 180.68 | 222.01 | 277.32 | 330.33 |
| Corea del sur | 10.33 | 107.99 | 140.46 | 96.55 | 29.06 |
| Otros | 5.87 | 1.08 | 1.14 | 1.25 | 0.89 |
| Total | 286.10 | 384.05 | 432.01 | 453.61 | 456.37 |

Fuente: Estadística de comercio exterior- Aduanet – SUNAT.

Elaboración: La autora.

La tercera característica explica la participación en la estructura total. China ha tenido una ligera disminución, paso del 23.99% en el 2010 al 21.05% en el 2014; mientras que México ha tenido un ligero crecimiento del 70.30% en el 2010 al 72.39% en el 2014. Cabe señalar que las industrias de fabricación de México están en su frontera con EE.UU.

Cuadro 9: Principales mercado de origen de las importaciones de televisores, Perú, periodo 2010 -2014.

(En porcentaje)

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| China | 24.01% | 24.55% | 15.83% | 17.30% | 21.06% |
| México | 70.33% | 47.05% | 51.39% | 61.14% | 72.38% |
| Corea del sur | 3.61% | 28.12% | 32.51% | 21.28% | 6.37% |
| Otros | 2.05% | 0.28% | 0.26% | 0.28% | 0.20% |
| Total | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% |

Fuente: Cuadro 8.

Elaboración: La autora.

En los últimos cinco años se ha producido una reducción de los seguros y fletes desde los mercados de origen hacia Perú

La mayor reducción se ha dado desde el mercado asiático, particularmente China, quien ha pasado del 6.38% en el 2010 al 2.17% en el 2014, esto explicado en las nuevas tecnologías. También la reducción ha sido menor, pero sigue siendo significativa, desde Corea del Sur, del 3.09% ha pasado al 1.40%.

Cuadro 10: Participación del Seguro y Flete por mercado de origen de las importaciones de televisores, Perú, años 2010 y 2014.

| | 2010 | | | 2014 | | |
|---------------|---------------------------|---------------------------|------------|---------------------------|---------------------------|------------|
| | FOB (Millones US\$) | CIF (Millones US\$) | Diferencia | FOB (Millones US\$) | CIF (Millones US\$) | Diferencia |
| China | 64.58 | 68.70 | 6.38% | 94.05 | 96.09 | 2.17% |
| México | 198.04 | 201.20 | 1.60% | 326.47 | 330.32 | 1.18% |
| Corea del sur | 10.02 | 10.33 | 3.09% | 28.66 | 29.06 | 1.40% |

Fuente: Estadística de comercio exterior- Aduanet – SUNAT.
Elaboración: La autora.

A continuación se determinan las principales aduanas por las que ingresa los productos televisores para el país.

La primera característica está referida a identificar la principal aduana de Perú. Los resultados nos señalan que las importaciones de televisores se realizan a través de una aduana: Aduana Marítima del Callao.

La segunda características está referida a la tendencia en el tiempo. Esta aduana muestra tendencia creciente en sus montos monetarios.

Cuadro 11: Principales aduanas de ingreso de las importaciones de televisores, Perú, periodo 2010 -2014.

(En millones US\$)

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Marítima del Callao | 280.92 | 381.68 | 429.63 | 451.84 | 453.98 |
| Iquitos | 0.16 | - | 1.46 | 0.51 | - |
| Otros | 5.02 | 2.37 | 0.92 | 1.26 | 2.39 |
| Total | 286.10 | 384.05 | 432.01 | 453.61 | 456.37 |

Fuente: Estadística de comercio exterior- Aduanet – SUNAT.

Elaboración: La autora.

La tercera característica explica la participación en la estructura total. La Aduana Marítima del Callao ha tenido un ligero crecimiento, paso del 97.44% en el 2010 al 99.48% en el 2014.

Cuadro 12: Principales aduanas de ingreso de las importaciones de televisores, Perú, periodo 2010 -2014.

(En porcentaje)

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Marítima del Callao | 97.44% | 99.38% | 99.42% | 99.62% | 99.48% |
| Iquitos | 0.06% | 0.00% | 0.34% | 0.11% | 0.00% |
| Otros | 2.50% | 0.62% | 0.25% | 0.27% | 0.52% |
| Total | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% |

Fuente: Cuadro 11.

Elaboración: La autora.

Cuadro 13: Tipos de gravámenes a las importaciones de televisores, Perú, al 2015
(En porcentaje)

8528.72.00.00 Los demás, en colores.

| Gravámenes | Valor |
|------------------------------------|--------------|
| 1. Ad / Valorem | 6% |
| 2. Impuesto Selectivo al Consumo | 0% |
| 3. Impuesto General a las Ventas | 16% |
| 4. Impuesto de Promoción Municipal | 2% |
| 5. Derecho Específicos | N.A. |
| 6. Derecho Antidumping | N.A. |
| 7. Seguro | 1.75% |
| 8. Sobretasa | 0% |

Convenio de Cooperación Aduanera Peruano Colombiano

VADV: 15%

VIGV: 18%

Fuente: Estadística de comercio exterior- Aduanet – SUNAT.

Elaboración: La autora.

Cuadro 14: Tasa de arancel a las importaciones de televisores, Perú, por tipo de convenio internacional, al 2015
(En porcentaje)

| País | Convenio internacional | Partida NALADISA | Fecha de vigencia | Arancel base/preferencial | Porcentaje liberado |
|---|--|------------------|-----------------------|---------------------------|---------------------|
| Chile | 338 - ALC Perú – Chile | 85281000 | 01/04/2007-31/12/9999 | --- | 100% |
| Suiza | 807 - ALC Perú – AELC | | 01/01/2012-31/12/9999 | 12% | 100% |
| Tailandia | 808 - Protocolo Perú – Tailandia | | 31/12/2011-31/12/9999 | 12% | 100% |
| Corea | 806 – TLC Perú – corea | | 01/01/2012-31/12/9999 | 9% | 100% |
| Singapur | 804 – ALC Perú – Singapur | | 01/01/2012-31/12/9999 | 12% | 100% |
| Argentina Brasil Uruguay Paraguay | 358 - ALADI, ACE 58 | 85281200 | 01/01/2011-31/12/9999 | ---% | 100% |
| Canadá | 803 – TLC Perú – Canadá | | 01/01/2012-31/12/9999 | 12% | 100% |
| EE.UU. | 802 - Acuerdo de Promoción Comercial Perú – EE.UU. | | 01/01/2012-31/12/9999 | 12% | 100% |
| México | 809 - Acuerdo de Integración Económica | | 01/02/2012-31/12/9999 | 12% | 100% |
| Japón | 810 - Acuerdo de Asociación Económica. | | 01/03/2012-31/12/9999 | 9% | 100% |
| Panamá | 811 – TLC Perú – Panamá | | 01/05/2012-31/12/9999 | 9% | 100% |
| Costa Rica | 813 - TLC Perú - Costa Rica | | 01/06/2013-31/12/9999 | 9% | 100% |
| Venezuela | 229 - Acuerdo de alcance parcial de naturaleza comercial | | 23/09/2013-31/12/9999 | ---% | 100% |
| España, Francia Reino Unido, Otros | 812 - Acuerdo Comercial Perú - Unión Europea | | 01/01/2015-31/12/2015 | 9% | 50% |
| China | 805 - TLC Perú – China | | 01/01/2015-31/12/9999 | 9% | 100% |
| Bolivia, Colombia. Ecuador | 100 - Comunidad Andina de Naciones | | 03/09/2012-31/12/9999 | ---% | 100% |

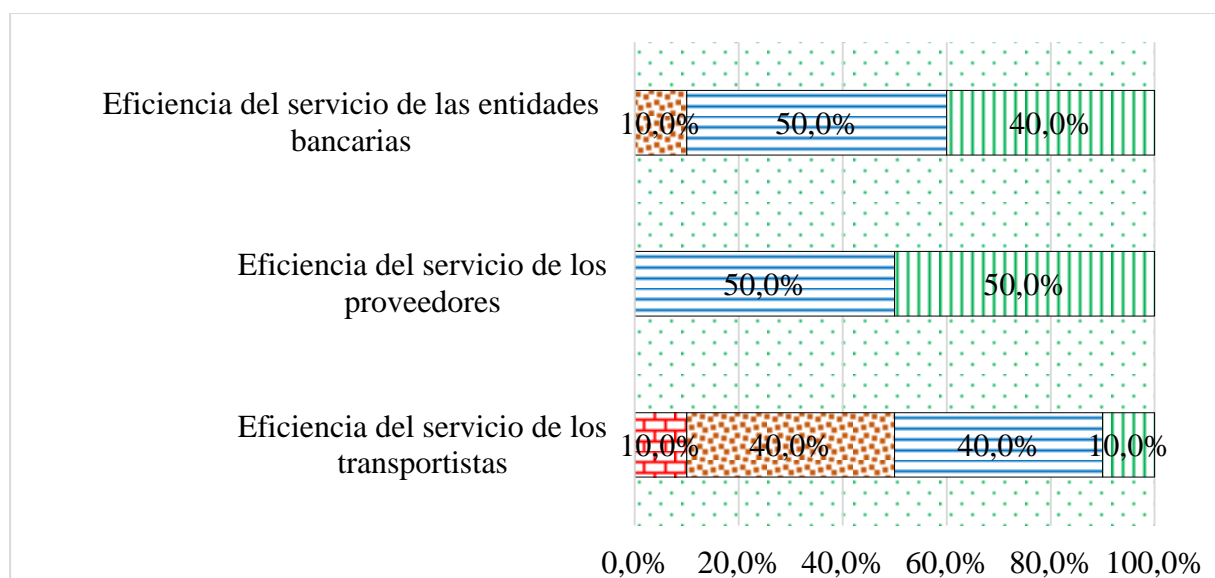
Fuente: Estadística de comercio exterior- Aduanet – SUNAT.
Elaboración: La autora.

3.2 LOS SERVICIOS DE APOYO.

Se observa un importante performance en la eficiencia de los servicios que brindan las entidades bancarias en lo referido al comercio exterior, particularmente en las actividades de importación. Un 90% expresa que ya no tienen problemas o si estos hay son menores. Esto se explica por la continua mejora de servicios que estas instituciones vienen trabajando.

Esta eficiencia crece cuando se trata de los proveedores, el 100% manifiesta que ya no tienen problemas o si estos hay son menores. Estos son grandes empresas y cuya filosofía está en ganar mercados con servicios de calidad.

En el tema de los transportistas si se observa que se mantienen problemas. El 50% considera que hay nuevos problemas o se mantienen los problemas anteriores.



Leyenda:





- Se presentan nuevos problemas 
- Siempre se presentan los mismos problemas 
- Los problemas son menores 
- Ya no se observan problemas 

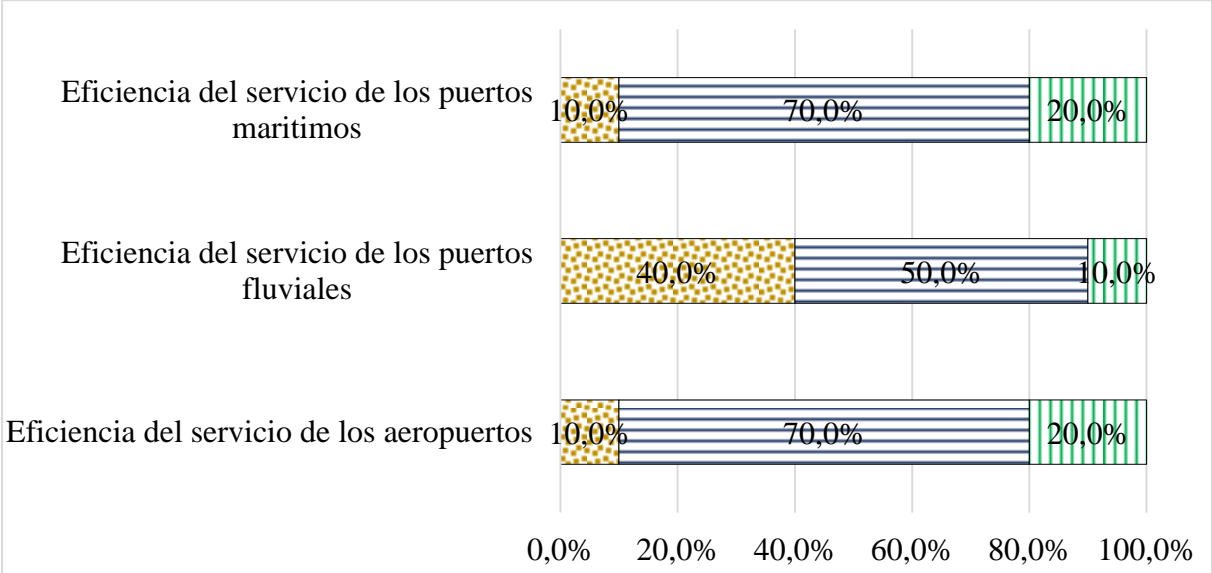
Gráfico 4: Grado de eficiencia de los servicios bancarios, proveedores y transportistas en las importaciones de mercancías en Loreto, periodo 2010-2014.

Fuente: Estadística de comercio exterior- Aduanet – SUNAT.
Elaboración: La autora.

Se observa un importante performance en la eficiencia de los servicios que brindan los puertos marítimos para las cargas que llegan de diversos mercados de origen. Un 90% expresa que ya no tienen problemas o si estos hay son menores. Esto se explica por la decisión del gobierno peruano, actual y de anteriores, de otorgar en concesión a grandes corporaciones especialistas en este tema.

Esta eficiencia se reduce cuando se trata de los puertos fluviales, el 40% manifiesta que ya tienen nuevos problemas o que se mantienen los problemas anteriores. Estos son empresas públicas y en las cuales hay alta injerencia política y poca continuidad de sus directivos.

En el tema de los puertos aéreos, se observa también un buen performance. El 90% considera que ya no tienen problemas o si estos hay son menores. Acá también han ocurrido cambios en la propiedad y dirección, y esto en sus servicios.



Leyenda:

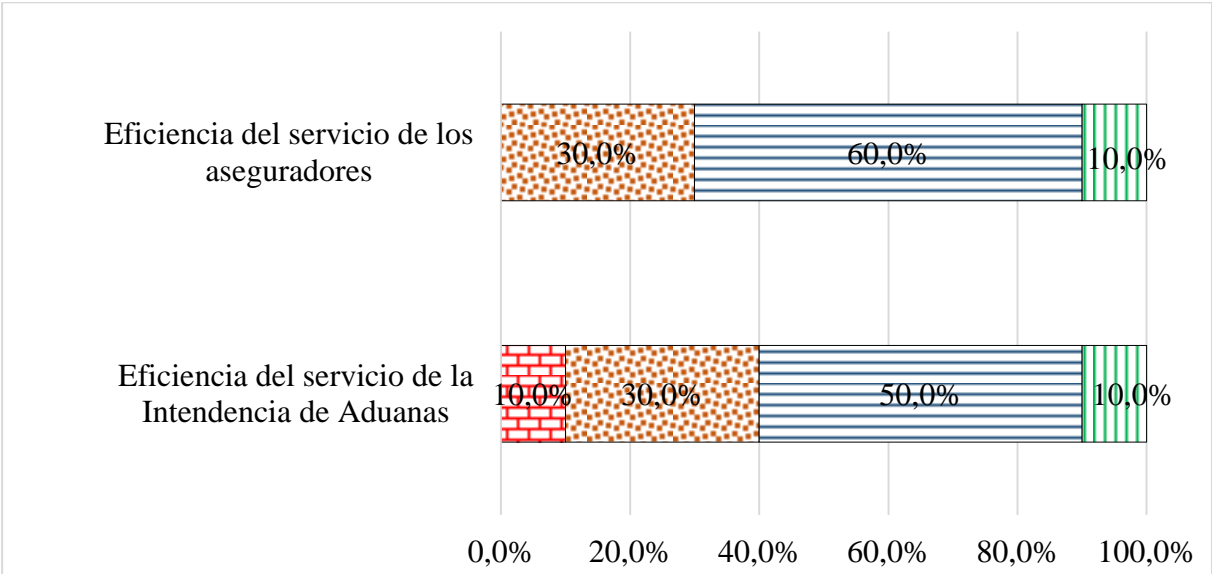
- Se presentan nuevos problemas
- Siempre se presentan los mismos problemas
- Los problemas son menores
- Ya no se observan problemas

Gráfico 5: Grado de eficiencia de los puertos marítimos, fluviales y aéreos en las importaciones de mercancías en Loreto, periodo 2010-2014.

Fuente: Estadística de comercio exterior- Aduanet – SUNAT.
Elaboración: La autora.

Se observa una importante existencia de problemas en los servicios que brindan los aseguradores a las actividades de importación. Un 30% expresa que tienen mismos problemas en los servicios. Este es un sector en la que todavía falta mayor competencia para que este hecho se refleje en la mejora del servicio.

En el tema de los servicios de la Intendencia de Aduanas todavía se observan problemas. El 40% considera que hay nuevos problemas o se mantienen los problemas anteriores. Hay muchos cambios que deben ocurrir como son las actitudes de los funcionarios, particularmente los supervisores.



Leyenda:





- Se presentan nuevos problemas 
- Siempre se presentan los mismos problemas 
- Los problemas son menores 
- Ya no se observan problemas 

Gráfico 6: Grado de eficiencia de los aseguradores e Intendencia de Aduanas en las importaciones de mercancías en Loreto, periodo 2010-2014.

Fuente: Estadística de comercio exterior- Aduanet – SUNAT.
 Elaboración: La autora.

CONCLUSIONES

1. Los productos televisores forman parte del grupo de bienes de consumo, En el periodo de tiempo, del 2010 al 2014, ambos muestran tendencia creciente, de 58% en todo el lapso de tiempo y una tasa promedio anual de 12.1%. Se diferencian en el comportamiento anual, y ambos tienen una frenada en el 2014. El gasto en televisores representa el 5% de la canasta de gastos de bienes de consumo de las personas.
2. De las diez principales empresas que se encontraban al 2010 en el mercado de bienes de consumo, ocho de ellas mantienen su presencia. Una de ellas es Sony Perú SRL, del rubro de televisores, y quien le reemplaza, Tiendas por Departamento Ripley SA, está también en la venta de televisores.
3. De los diez principales países que se encontraban al 2010 en el mercado de bienes de consumo, ocho de ellas mantienen en el 2014 su presencia de liderazgo. Argentina, forma parte del Mercosur, es uno de los países que pierde liderazgo. Son reemplazados por Tailandia y la India, ambos del Asia.
4. Las importaciones de televisores están concentrados en tres mercados: China, México y Corea del sur. Juntos constituyen casi el 100%. Entre los tres países, México afianza su participación en este mercado, hay más importaciones de este mercado.
5. Se ha producido reducción de los fletes de los productos que vienen desde el Asia, con mayor intensidad desde China y en menor intensidad desde Corea del sur. Esto se explica por las nuevas tecnologías de transporte marítimo y uso del container.
6. Las importaciones de televisores se realizan, casi totalmente, a través de una aduana: Aduana Marítima del Callao. Esta aduana muestra tendencia creciente en sus montos monetarios.
7. Los servicios que se brindan como apoyo a las actividades de importación presentan un buen performance. Un 90% expresa que con las entidades financieras ya no tienen problemas o si estos hay son menores. Esta eficiencia crece cuando se trata de los proveedores, el 100% manifiesta que ya no tienen problemas o si estos hay son

menores. Pero esto baja cuando se trata de los transportistas, el 50% considera que hay nuevos problemas o se mantienen los problemas anteriores.

8. Los puertos aéreos y marítimos están siendo percibido como instituciones de buen performance en los servicios que brindan a las cargas que llegan de diversos mercados de origen. En ambos casos, un 90% expresa que ya no tienen problemas o si estos hay son menores. Falta mucho que trabajar en el tema de los puertos fluviales, el 40% manifiesta que ya tienen nuevos problemas o que se mantienen los problemas anteriores.
9. Hay mucho trabajo que realizar sobre los problemas que se presentan en los servicios que brindan los aseguradores a las actividades de importación. Un 30% expresa que tienen mismos problemas en los servicios. También, hay problemas en el tema de los servicios de la Intendencia de Aduanas. El 40% considera que hay nuevos problemas o se mantienen los problemas anteriores.
10. El grado de competitividad de una nación está dado por la capacidad de respuesta de las empresas locales a los cambios del entorno, la misma que es afectada positiva o negativamente por la situación económica, política, cultural y social del país en que se encuentra. El *Índice de Competitividad Global* analiza la situación competitiva de los países en base a datos del Reporte de Competitividad Global del año 2000, elaborado por el World Economic Forum (WEF) y la Universidad de Harvard.
11. El estudio de los fletes de los productos que vienen desde diferentes mercados, como el Asia, o de mercados cercanos como México, ayuda a explicar las decisiones a tomar sobre las compras en las importaciones.

RECOMENDACIONES

1. Es importante no perder en el estudio el vínculo que tienen los productos televisores con los productos de consumo, especialmente cuando se levanta información del mercado para diseñar estrategias comerciales, operativas y financieras. Están altamente correlacionados.
2. Se recomienda analizar las estrategias que realizan las empresas importadoras para mantenerse en el mercado, o los motivos por las cuales han salido de ella. Hay empresas líderes que crecen su participación, mientras otras pierden liderazgo. Entre los factores de éxito tenemos el liderazgo tecnológico de las empresas, control de la distribución y mercadeo de sus productos; la exportación fronteriza, diversificación de mercados internacionales; desarrollo de su staff, delegar autoridad, tener mejores políticas de compensación y los niveles gerenciales deben disponer de profesionales.
3. Con mucha frecuencia debe estudiarse el avance tecnológico y cuál es la ubicación regional o de países, para conocer las nuevas ofertas de productos. Aparecen nuevos mercados con avances tecnológicos, especialmente en el tema de los televisores.

BIBLIOGRAFÍA

- ARORA, V. y VAMVAKIDIS, A.** (2010). *Medir la influencia china*. En: Finanzas & Desarrollo, diciembre de 2010. Fondo Monetario Internacional, IMF Publication Services Finance & Development. Disponible en: www.imf.org
- BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ.** 2011. *Síntesis Económica de Loreto*. Varios años. BCR Sucursal de Iquitos, Departamento de Estudios Económicos. Iquitos, Perú.
- ELBORGH-WOYTEK, K.; y GREGORY, R.** (2010). *Las economías más pobres pueden exportar más*. En: Finanzas & Desarrollo, diciembre de 2010. Fondo Monetario Internacional, IMF Publication Services Finance & Development. Disponible en: www.imf.org
- CHUMPITAZ, D.** (2011). *TLC con China amenaza con quebrar al sector calzado*. Diario El Comercio, 27 de marzo del 2011, pag. 28.
- FIGALLO, M.** (2010). *Servicios de logística internacional*. Prompex, Lima, Perú.
- HILL, Ch.; y JONES, G.** (2009). *Administración estratégica*. Octava edición, Editorial McGraw-Hill, México.
- HODGE, B.J.; ANTHONY, W.; GALES, L.** 2007. *Teoría de la organización, un enfoque estratégico*. Pearson Educación S.A., Madrid, España.
- LORA, E. y PAGÉS, C.** (2011). *Cara a cara con la productividad*. En: Finanzas & Desarrollo marzo de 2011. Fondo Monetario Internacional. Disponible en: www.imf.org
- MATHEWS, J. C.** 2011. *TLC Perú – UE: una nueva oportunidad*. Diario Gestión, 15 de marzo del 2011. pag. 31.
- MINCETUR,** 2011. *Falta de una nueva ley forestal aún es amenaza al TLC con EE.UU.* Diario Gestión, 25 de abril del 2011, pago. 5.
- MINCETUR,** 2011. *Resumen de importaciones 2010*. Oficina General de Estudios Económicos.

- MCDONALD, B.** 2009. *Comercio internacional y política comercial*. En: Finanzas & Desarrollo diciembre de 2009. Fondo Monetario Internacional. Disponible en: www.imf.org
- OSTRY, J. D.; GHOSH, A. R., y TAMIRISA, N.** (2009). *Prever la próxima crisis, ¿Qué se puede esperar de los sistemas de alerta anticipada?* En: Finanzas & Desarrollo, septiembre de 2009, Fondo Monetario Internacional. Disponible en: <http://www.fmi.gov/documentos>.
- OMC.** (2011). *Evolución del comercio mundial*. En: Estadísticas del comercio internacional 2011, Organización Mundial de Comercio. Disponible en: <http://www.wto.org/estadísticas>.
- PERALTA, L.** (2011). *TLC con China amenaza con quebrar al sector calzado*. Entrevista en su condición de presidente del Consejo directivo del Centro de Innovación Tecnológica del Cuero, Calzado e Industrias Conexas de Perú. Diario El Comercio, 27 de marzo del 2011, pago. 28.
- THOMPSON, A.; y STRICKLAND, A.J.** (2001), *Administración estratégica*. Eeditorial McGraw-Hill / Interamericana de México. México.
- VARILLAS, J.** (2012). *Entra en vigencia del Acuerdo de Integración Comercial entre Perú y México, entrevista en su condición de presidente de la Asociación de Exportadores – Adax*. El Comercio, 03 de enero del 2012, pag. 4.
- VON HESSE, M.** 2011. *El boom de la inversión pública en el Perú: ¿existe la maldición de los recursos naturales?*. En: Agenda 2011, 11 temas urgentes para el país. Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico. Lima, Perú.

ANEXO N° 1
ENCUESTA A PERSONAS VINCULADAS A LA IMPORTACIÓN

Instrucciones: La universidad viene realizando diversos estudios de los sectores empresariales. Por dicho motivo, agradecemos a usted responder a las siguientes interrogantes.

1. Califique la eficiencia del servicio de las entidades bancarias para atender a las actividades de importación, en el 2015 respecto a los años anteriores:
 - a. Se presentan nuevos problemas. 1
 - b. Siempre se presentan los mismos problemas, 2
 - c. Los problemas son menores. 3
 - d. Ya no se observan problemas. 4

2. Califique la eficiencia del servicio de los proveedores para atender a las actividades de importación, en el 2015 respecto a los años anteriores:
 - a. Se presentan nuevos problemas. 1
 - b. Siempre se presentan los mismos problemas, 2
 - c. Los problemas son menores. 3
 - d. Ya no se observan problemas. 4

3. Califique la eficiencia del servicio de los transportistas para atender a las actividades de importación, en el 2015 respecto a los años anteriores:
 - a. Se presentan nuevos problemas. 1
 - b. Siempre se presentan los mismos problemas, 2
 - c. Los problemas son menores. 3
 - d. Ya no se observan problemas. 4

4. Califique la eficiencia del servicio de los puertos marítimos para atender a las actividades de importación, en el 2015 respecto a los años anteriores:
 - a. Se presentan nuevos problemas. 1
 - b. Siempre se presentan los mismos problemas, 2
 - c. Los problemas son menores. 3
 - d. Ya no se observan problemas. 4

5. Califique la eficiencia del servicio de los puertos fluviales para atender a las actividades de importación, en el 2015 respecto a los años anteriores:
 - a. Se presentan nuevos problemas. 1
 - b. Siempre se presentan los mismos problemas, 2
 - c. Los problemas son menores. 3
 - d. Ya no se observan problemas. 4

6. Califique la eficiencia del servicio de los aeropuertos para atender a las actividades de importación, en el 2015 respecto a los años anteriores:
 - a. Se presentan nuevos problemas. 1
 - b. Siempre se presentan los mismos problemas, 2
 - c. Los problemas son menores. 3
 - d. Ya no se observan problemas. 4

7. Califique la eficiencia del servicio de los aseguradores para atender a las actividades de importación, en el 2015 respecto a los años anteriores:

- | | | |
|---|--------------------------|---|
| a. Se presentan nuevos problemas. | <input type="checkbox"/> | 1 |
| b. Siempre se presentan los mismos problemas, | <input type="checkbox"/> | 2 |
| c. Los problemas son menores. | <input type="checkbox"/> | 3 |
| d. Ya no se observan problemas. | <input type="checkbox"/> | 4 |

8. Califique la eficiencia del servicio de la intendencia de Aduanas (SUNAT) para atender a las actividades de importación, en el 2015 respecto a los años anteriores:

- | | | |
|---|--------------------------|---|
| a. Se presentan nuevos problemas. | <input type="checkbox"/> | 1 |
| b. Siempre se presentan los mismos problemas. | <input type="checkbox"/> | 2 |
| c. Los problemas son menores. | <input type="checkbox"/> | 3 |
| d. Ya no se observan problemas. | <input type="checkbox"/> | 4 |

ANEXO N° 02

TESIS: “Estudio de los servicios de apoyo a las importaciones del producto televisores en la ciudad de Iquitos, período 2015

| PROPÓSITO | OBJETIVOS | HIPOTESIS | VARIABLES | INDICADORES | ÍNDICES |
|--|---|--|---|--|--|
| <p>El problema se resume en la siguiente interrogante general:</p> <p>¿Qué resultados presentan los servicios de apoyo a las importaciones de productos electrodomésticos a la ciudad de Iquitos, periodo 2015?</p> <p>Interrogantes específicas:</p> <p>¿Qué comportamiento tienen los mercados de las importaciones de productos televisores hacia la ciudad de Iquitos, periodo 2015?</p> <p>¿Qué percepción se tienen de la eficiencia que muestran los servicios de gestión de apoyo a las importaciones de productos televisores hacia la ciudad de Iquitos, periodo 2015?</p> | <p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Estudiar los resultados de los servicios de apoyo a las importaciones de productos televisores hacia la ciudad de Iquitos, periodo 2015.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <p>Identificar la diversificación de los mercados de las importaciones de productos televisores hacia la ciudad de Iquitos, periodo 2015.</p> <p>Analizar la percepción de la eficiencia de los servicios de gestión de apoyo para las importaciones de productos televisores que realizan las empresas hacia la ciudad de Iquitos, periodo 2015.</p> | <p>GENERAL:</p> <p>Los resultados de los servicios de apoyo a las importaciones de televisores a la ciudad de Iquitos, periodo 2015, presentan mejor performance.</p> <p>ESPECÍFICAS:</p> <p>El comportamiento de los mercados de las importaciones de productos televisores a la ciudad de Iquitos, periodo 2015, presenta mayor crecimiento</p> <p>Los servicios de gestión de apoyo de las importaciones de productos televisores que realizan las empresas hacia la ciudad de Iquitos, periodo 2015, son percibidos como eficientes.</p> | <p>Resultados de los servicios de apoyo a la importación.</p> | <p>1. Comportamiento de los mercados de importación.</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Tamaño del mercado nacional. 2. Participación de los televisores en el total de bienes de consumo. 3. Principales empresas importadoras. 4. Principales mercados de origen. 5. Tendencia del flete desde los mercados de origen. 6. Principales aduanas de ingreso. 7. Utilidad del régimen PECO. |
| | | | | <p>2. Servicios de gestión de apoyo a las importaciones.</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Grado de eficiencia de los servicios bancarios. 2. Grado de eficiencia de los proveedores. 3. Grado de eficiencia del transportista. 4. Grado de eficiencia de los servicios portuarios. 5. Grado de eficiencia de los aseguradores. 6. Grado de eficiencia de los trámites ante aduanas. |

ANEXO N° 3

CUADROS DE TABULACION DE DATOS

| | Se presentan nuevos problemas | Siempre se presentan los mismos problemas | Los problemas son menores | Ya no se observan problemas | |
|--|-------------------------------|---|---------------------------|-----------------------------|----|
| Eficiencia del servicio de las entidades bancarias | 0 | 1 | 5 | 4 | 10 |
| Eficiencia del servicio de los proveedores | 0 | 0 | 5 | 5 | 10 |
| Eficiencia del servicio de los transportistas | 1 | 4 | 4 | 1 | 10 |
| Eficiencia del servicio de los puertos marítimos | 0 | 1 | 7 | 2 | 10 |
| Eficiencia del servicio de los puertos fluviales | 0 | 4 | 5 | 1 | 10 |
| Eficiencia del servicio de los aeropuertos | 0 | 1 | 7 | 2 | 10 |
| Eficiencia del servicio de los aseguradores | 0 | 3 | 6 | 1 | 10 |
| Eficiencia del servicio de la Intendencia de Aduanas | 1 | 3 | 5 | 1 | 10 |

| | Se presentan nuevos problemas | Siempre se presentan los mismos problemas | Los problemas son menores | Ya no se observan problemas | |
|--|-------------------------------|---|---------------------------|-----------------------------|--------|
| Eficiencia del servicio de las entidades bancarias | 0,0% | 10,0% | 50,0% | 40,0% | 100,0% |
| Eficiencia del servicio de los proveedores | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 50,0% | 100,0% |
| Eficiencia del servicio de los transportistas | 10,0% | 40,0% | 40,0% | 10,0% | 100,0% |
| | Se presentan nuevos problemas | Siempre se presentan los mismos problemas | Los problemas son menores | Ya no se observan problemas | |
| Eficiencia del servicio de los puertos marítimos | 0,0% | 10,0% | 70,0% | 20,0% | 100,0% |
| Eficiencia del servicio de los puertos fluviales | 0,0% | 40,0% | 50,0% | 10,0% | 100,0% |
| Eficiencia del servicio de los aeropuertos | 0,0% | 10,0% | 70,0% | 20,0% | 100,0% |
| | Se presentan nuevos problemas | Siempre se presentan los mismos problemas | Los problemas son menores | Ya no se observan problemas | |
| Eficiencia del servicio de los aseguradores | 0,0% | 30,0% | 60,0% | 10,0% | 100,0% |
| Eficiencia del servicio de la Intendencia de Aduanas | 10,0% | 30,0% | 50,0% | 10,0% | 100,0% |