

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**
INTERNACIONALES

“ANÁLISIS DE BRECHAS EN LA IMPORTACIÓN
DE ARTICULOS TECNOLÓGICOS DE LA
EMPRESA JL BUSINESS AND SERVICE, LIMA,
AÑO 2024”

Tesis para optar el título profesional de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Autores:

Angie Guadalupe Rojas Pimentel
Rosa Brigitte Infante Uculmana

Asesor:

Mg. Lic. Victor Fabian Romero Escalante
<https://orcid.org/0000-0002-7186-9411>

Lima - Perú

2024

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	DAVID BOÑON DIAZ
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	JHAQUELIN MARELI MENDOZA CASTAÑEDA
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	VICTOR FABIAN ROMERO ESCALANTE
	Nombre y Apellidos

INFORME DE SIMILITUD

ANÁLISIS DE BRECHAS EN LA IMPORTACIÓN DE ARTICULOS TECNOLÓGICOS DE LA EMPRESA JL BUSINESS AND SERVICE, LIMA, AÑO 2024

ORIGINALITY REPORT

8% SIMILARITY INDEX	7% INTERNET SOURCES	0% PUBLICATIONS	1% STUDENT PAPERS
-------------------------------	-------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	hdl.handle.net Internet Source	3%
2	idoc.pub Internet Source	2%
3	repositorio.ug.edu.ec Internet Source	1%
4	repositorio.ucv.edu.pe Internet Source	1%
5	Submitted to Universidad Privada del Norte Student Paper	1%
6	www.postgresql.org Internet Source	1%

Exclude quotes Off Exclude matches < 1%
 Exclude bibliography On

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi madre Rosa Martha Uculmana Portal por ser mi motor y motivo para llegar a mi meta, a mis hermanos porque desde pequeños nos mantenemos unidos y son mi ejemplo a seguir, a mi tía y mis abuelos, que me motivan y son pieza fundamental en toda mi formación profesional.

Finalmente, a todos aquellos que me dieron consejos y me brindaron su apoyo, tiempo y dedicación en la elaboración de la tesis.

ROSA BRIGITTE INFANTE UCULMANA

Dedico esta tesis a mis padres y a mi hermano Rick, por ser el pilar fundamental en mi vida, por siempre apoyarme y guiar mi camino con sus sabios consejos, por ser pacientes y amorosos. Todo esfuerzo dado, es por ustedes y gracias a ustedes.

ANGIE GUADALUPE ROJAS PIMENTEL

AGRADECIMIENTO

Ante todo, agradecer a Dios por la bendición de la vida, salud y siempre cuidarnos en momentos tan complicados, por guiarnos día a día y no desampararnos.

Agradecemos a nuestros padres y familiares que fueron parte fundamental para seguir adelante con el objetivo y nunca rendirnos.

Agradecemos a la Universidad Privada del Norte, a su facultad de Negocios, por formar líderes con valores.

La vida es como un viaje en tren. Agradecemos a esos amigos que comenzaron el viaje junto a nosotras, aquellos que subieron a mitad de camino, aquellos que bajaron antes de llegar y aquellos que aún permanecen hasta el final.

Tabla de contenido

Jurado calificador	2
Informe de similitud	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Formulación del problema	16
<i>1.2.1. Problema General</i>	16
<i>1.2.2. Problemas Específicos</i>	16
1.3. Objetivos	16
<i>1.3.1. Objetivo General</i>	16
<i>1.3.2. Objetivos Específicos</i>	16
1.4. Hipótesis	17
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	18
2.1. Diseño de la Investigación	18
2.2. PARTICIPANTES, INFORMANTES CLAVE Y ESCENA	18
2.3. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS	19
2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	20

2.5. MATERIALES	21
2.6. PROCEDIMIENTOS DE TRATAMIENTO	21
2.7. ANÁLISIS DE DATOS	22
2.8. ASPECTOS ÉTICOS	23
2.10. MÉTODOS	23
CAPÍTULO III: RESULTADOS	24
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	43
REFERENCIAS	45
ANEXOS	49

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cuadro Técnico Metodológico	19
Tabla 2 Resultados de la bitácora de campo.....	25

Haga clic o pulse aquí para escribir texto.

RESUMEN

El presente estudio se enfoca en analizar las brechas en la importación de artículos tecnológicos de la empresa JL Business and Service en Lima durante el año 2024. El objetivo general de la investigación es identificar las problemáticas existentes en el proceso de importación de la empresa y proponer recomendaciones para mejorar su eficiencia y competitividad en el mercado. La metodología utilizada fue de naturaleza cualitativa, basada en fuentes secundarias de información, entrevistas a trabajadores del departamento de ventas y análisis de datos recopilados. Se diseñó un guion de entrevistas con 30 preguntas, aplicado a dos personas clave en la empresa, seguido de un análisis de la información mediante categorización y triangulación para responder a los objetivos planteados. Los resultados obtenidos revelaron diversas brechas en el proceso de importación de artículos tecnológicos de JL Business and Service. Se identificaron desafíos relacionados con la protección de mercados, la volatilidad de las divisas, barreras arancelarias y no arancelarias, así como la necesidad de establecer alianzas estratégicas con proveedores directos para reducir costos y mejorar la eficiencia operativa. En la discusión y conclusiones, se destaca la importancia de que la empresa estudie a fondo el mercado internacional, implemente estrategias de cobertura cambiaria, y adapte su estrategia empresarial al entorno competitivo y regulatorio. Se recomienda a JL Business and Service mejorar la diferenciación de precios, reducir barreras comerciales y establecer alianzas estratégicas para optimizar sus procesos de importación y aumentar su competitividad en el mercado.

PALABRAS CLAVES: Importación, Artículos tecnológicos, Brechas, Competitividad, Estrategias.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En los países desarrollados, la importación de artículos tecnológicos puede presentar diversas brechas que deben ser consideradas por las empresas que desean incursionar en este mercado. Una de las brechas más importantes es la protección de mercados, ya que en muchos países desarrollados existen barreras arancelarias y no arancelarias que dificultan la entrada de productos extranjeros. Estas barreras pueden incluir cuotas de importación, aranceles elevados, normativas técnicas y sanitarias e incluso medidas antidumping (Agosin, et al., 2014).

Además, el uso de la moneda también puede representar una brecha importante para las empresas que importan artículos tecnológicos. La volatilidad de las divisas puede afectar significativamente los costos de importación y reducir la rentabilidad de los negocios internacionales. Por lo tanto, es fundamental contar con estrategias de cobertura cambiaria para mitigar este riesgo (Arriazu, 2015; Cárdenas-Pérez, et al., 2022).

Por otro lado, existen oportunidades significativas en el mercado de importación de artículos tecnológicos en países desarrollados. Por ejemplo, la demanda por productos innovadores y de alta calidad es cada vez mayor en estos mercados, lo que brinda a las empresas la posibilidad de diferenciarse y posicionarse como líderes en su sector. Además, la globalización ha facilitado el acceso a nuevos mercados y ha abierto oportunidades para expandir el alcance de los negocios a nivel internacional (Noguera Gómez, 2023; Sarmiento del Va, 2014).

En este sentido, es fundamental que las empresas realicen un análisis detallado del entorno competitivo y regulatorio del país al que desean importar sus productos tecnológicos. Asimismo, es importante establecer alianzas estratégicas con socios locales que puedan facilitar el proceso de importación y adaptarse a las particularidades del mercado objetivo (Guerrero y Sifontes, 2023; Veiga, 2021). Por lo tanto, si bien existen brechas importantes en la importación de artículos tecnológicos en países desarrollados, también se presentan oportunidades significativas para aquellas empresas que estén dispuestas a

enfrentar los desafíos del mercado internacional. Es crucial contar con un plan estratégico bien definido y estar preparado para adaptarse a un entorno competitivo en constante evolución.

La importación de artículos tecnológicos en América Latina ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, siendo China uno de los principales proveedores de estos productos en la región. Según datos del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), China es el mayor exportador de tecnología a América Latina, representando aproximadamente el 30% del total de importaciones tecnológicas en la región (Dini, et al., 2016; Estebán, 2015).

Esta concentración de importación tecnológica proveniente de China puede atribuirse a varios factores. En primer lugar, China se ha convertido en un líder mundial en la producción y exportación de productos tecnológicos debido a su mano de obra barata, infraestructura industrial avanzada y políticas gubernamentales favorables para la industria tecnológica. Esto le ha permitido ofrecer productos a precios competitivos en el mercado internacional (Acosta Soler, 2021; Moncaut y Vázquez, 2017).

Además, China ha establecido acuerdos comerciales y alianzas estratégicas con varios países latinoamericanos, facilitando así el acceso a sus productos tecnológicos. Estos acuerdos comerciales han contribuido a aumentar la dependencia de América Latina de las importaciones chinas en el sector tecnológico (Laufer, 2017; Pirzkall, 2017). Sin embargo, esta concentración de importación tecnológica también plantea ciertas brechas y oportunidades para las empresas latinoamericanas (García y Lavarello, 2022)

Por un lado, la dependencia excesiva de las importaciones chinas puede generar vulnerabilidades en caso de fluctuaciones en los precios internacionales o interrupciones en la cadena de suministro. Por otro lado, esta situación también puede ser vista como una oportunidad para que las empresas latinoamericanas diversifiquen sus fuentes de abastecimiento y busquen nuevos proveedores que ofrezcan productos innovadores y competitivos (Jiménez Mora, 2016; Ramírez, 2020).

En este sentido, es importante que las empresas latinoamericanas analicen detenidamente las brechas existentes en su cadena de suministro tecnológico y busquen estrategias para diversificar sus proveedores y reducir su dependencia de las importaciones

chinas. Esto podría incluir la búsqueda activa de nuevos proveedores en otros países asiáticos o incluso el fomento del desarrollo local de tecnología a través de alianzas con universidades e instituciones científicas (Raggio, 2016; Silva, et al., 2018).

Por lo tanto, si bien la concentración de importación tecnológica proveniente de China representa una realidad actual en América Latina, también abre nuevas oportunidades para que las empresas locales diversifiquen sus fuentes de abastecimiento y fortalezcan su posición competitiva en el mercado global. Es fundamental que las empresas latinoamericanas analicen cuidadosamente estas brechas y oportunidades para desarrollar estrategias efectivas que les permitan aprovechar al máximo el potencial del mercado tecnológico internacional.

En Perú, la importación de artículos tecnológicos enfrenta diversas brechas y dificultades que pueden afectar el desempeño de las empresas que se dedican a esta actividad. Una de las principales dificultades es la burocracia y los trámites aduaneros que pueden ser engorrosos y lentos, lo que puede retrasar la llegada de los productos al mercado peruano (Silva Rubio, 2021; Serva Delzo y Ripas Huamani, 2023).

Además, la falta de infraestructura logística adecuada también puede ser un obstáculo para la importación de artículos tecnológicos, ya que puede generar costos adicionales y retrasos en la entrega de los productos. Asimismo, la falta de información sobre los requisitos legales y normativos para importar ciertos productos tecnológicos puede ser una barrera para las empresas que desean ingresar al mercado peruano (Aldava Palomino y Lazaro Moreno, 2020). Por otro lado, la competencia desleal y el contrabando también representan un desafío para las empresas que importan artículos tecnológicos en Perú. La presencia de productos falsificados o de baja calidad puede afectar la reputación de las empresas legítimas y dificultar su posicionamiento en el mercado (Caldaz Velasquez, 2023).

Para superar estas brechas y dificultades, es importante que las empresas que se dedican a la importación de artículos tecnológicos en Perú cuenten con un plan estratégico bien definido que incluya medidas para agilizar los trámites aduaneros, mejorar la infraestructura logística y garantizar el cumplimiento de las normativas vigentes. Además, es fundamental establecer alianzas con proveedores confiables y desarrollar estrategias de marketing efectivas para diferenciarse en un mercado competitivo. En resumen, si bien existen brechas y dificultades en la importación de artículos tecnológicos en Perú, con una

planificación adecuada y un enfoque estratégico es posible superar estos obstáculos y aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado peruano en este sector.

En cuanto a los antecedentes de la investigación, relacionados con el estudio se tiene el estudio de Toro (2023) sobre la optimización de los tiempos de despacho de importaciones identifica problemas y propone recomendaciones para mejorar la eficiencia operativa. Utiliza encuestas y entrevistas para recopilar información, lo que revela que un porcentaje significativo de empleados no sigue el modelo de procesos establecido, lo que puede causar retrasos y errores en los despachos. Se recomienda realizar un seguimiento de los empleados y establecer medidas correctivas, así como buscar y analizar nuevos modelos de gestión implementados en otros centros de aduanas. También destaca la necesidad de mejorar el sistema para identificar los documentos necesarios en el proceso de importación, proponiendo capacitación en normatividad aduanera y proporcionar herramientas y lineamientos claros. Este estudio se relaciona con la investigación en curso al abordar la importancia de optimizar los procesos de importación, lo cual puede estar vinculado a las brechas y oportunidades en la importación de productos tecnológicos. Ambos estudios buscan mejorar la eficiencia en el ámbito de importaciones, aunque con enfoques específicos diferentes. Mientras el estudio se centra en la optimización de los tiempos de despacho y la eficiencia operativa, el estudio en desarrollo se enfoca en identificar las brechas y oportunidades, relacionado con la eficiencia y la mejora de procesos.

Por otra parte, el trabajo de Pihuave PARRALES (2022) que tuvo como principal propósito analizar el impacto de la importación de productos tecnológicos en la reactivación económica en el sector gastronómico de Ecuador, bajo la premisa de que países como el vecino Perú cuentan con un patrimonio gastronómico muy rico y conocido internacionalmente y que siendo la gastronomía es un sector motor de crecimiento y desarrollo económico de la economía peruana; el desarrollo de procesos y productos tecnológicos innovadores es uno de los principales pilares para que una empresa tenga ventajas competitivas en el actual escenario globalizado. El enfoque predominante en esa investigación fue el enfoque cualitativo. Con la elaboración de esa investigación, se pretendió realizar una revisión bibliográfica sobre la importación de productos tecnológicos para reactivar el sector gastronómico del Ecuador, estudiando los temas de innovación, conocimiento y territorio, por ser elementos cruciales en el establecimiento de un entorno

competitivo. En cuanto a la relación de este antecedente con la investigación en curso ambos estudios coinciden en la importancia de la innovación tecnológica para el desarrollo económico en contextos específicos, como el sector gastronómico en Ecuador y el tecnológico en el Perú.

En otro sentido, Guerrero Romero, et al. (2021) aborda el tema de la logística y la globalización en Costa Rica, destacando la importancia de la logística en las empresas en los últimos diez años, así como los retos y desafíos que enfrenta el país en este ámbito. Se menciona la relevancia de contar con políticas gubernamentales precisas para mejorar el transporte y las cargas, lo cual impacta directamente en la competitividad nacional e internacional. De allí que, el estudio en curso podría relacionarse con el antecedente anterior, ya que ambos abordan aspectos relacionados con el comercio internacional y la logística. En el estudio en curso, se podrían identificar posibles brechas en la cadena logística que afectan la importación eficiente de estos productos, así como oportunidades para mejorar la gestión de la cadena de suministro y reducir costos.

A nivel nacional, García Jiménez y Irigoín Fernández (2021) describe una investigación que tiene como objetivo elaborar un proceso de importación de equipos médicos para las empresas de la Región Lambayeque en el año 2021. Se utilizó un enfoque exploratorio-fenomenológico que busca explorar, describir y comprender el estudio de los expertos a través de entrevistas. Se aplicaron técnicas de análisis documental y entrevistas a tres especialistas en Comercio Internacional. Los resultados del estudio revelaron una demanda creciente del 4% de equipos médicos debido al Covid-19, equivalente a 3 millones 516 mil dólares en valor CIF a nivel nacional. Los especialistas enfatizaron la importancia de realizar un procedimiento adecuado de selección de proveedores y canales de comercialización para aumentar la efectividad en el proceso de importación de equipos médicos y reducir el margen de error para los nuevos importadores en la región de Lambayeque. Aunque el antecedente se centra en equipos tecnológicos, se relaciona con el estudio en curso porque ambos comparten la importancia de identificar las brechas en el proceso de importación, así como la necesidad de realizar un procedimiento adecuado para mejorar la efectividad y reducir los errores en la importación de estos productos.

En cuanto a la justificación del estudio titulado "Brechas y Oportunidades de la Importación de Artículos Tecnológicos de la Empresa JL Business and Service, Lima, Año

2024" el mismo sirve para identificar y analizar las brechas existentes en el proceso de importación de artículos tecnológicos, así como para identificar oportunidades de mejora en este ámbito específico. Además, busca proporcionar una comprensión más profunda de los desafíos y posibilidades asociados con la importación de tecnología en el contexto empresarial. Es crucial llevar a cabo este estudio debido a la creciente importancia de la tecnología en el entorno empresarial actual. Identificar las brechas y oportunidades en la importación de artículos tecnológicos permitirá a la empresa JL Business and Service mejorar su eficiencia, reducir costos, y mantenerse al tanto de las últimas tendencias tecnológicas, lo que a su vez puede fortalecer su posición competitiva en el mercado.

Los resultados de la investigación beneficiarán directamente a la empresa JL Business and Service al proporcionarle información valiosa para optimizar su proceso de importación de artículos tecnológicos. Además, otros actores del sector empresarial y académico podrán beneficiarse al obtener conocimientos sobre las prácticas óptimas en la importación de tecnología. La trascendencia social radica en el impacto potencial que la optimización de la importación de tecnología puede tener en la economía local y en la generación de empleo. Además, al mejorar la eficiencia en este ámbito, se contribuye a la innovación y al desarrollo tecnológico en la región.

Los resultados de la investigación ayudarán a resolver problemas prácticos como la identificación de obstáculos en el proceso de importación, la optimización de costos, la mejora en la calidad de los productos importados, y la reducción de tiempos de entrega, entre otros. El valor teórico de la investigación radica en la generación de conocimiento especializado sobre la importación de artículos tecnológicos en el contexto empresarial, lo que puede contribuir al avance de la teoría y la práctica en este campo. La metodología utilizada en la investigación proporciona un marco para el análisis detallado de las brechas y oportunidades en la importación de tecnología, lo que puede servir como referencia para futuros estudios en áreas similares. Además, la aplicación de enfoques metodológicos innovadores puede ofrecer perspectivas valiosas para investigaciones posteriores en el ámbito de la importación de tecnología.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema General

¿Cómo afectan las brechas en la importación de artículos tecnológicos de la empresa JL Business and Service, Lima, Año 2024?

1.2.2. Problemas Específicos

¿Cómo es la protección de mercados en el proceso de importación de artículos tecnológicos por parte de JL Business and Service?

¿Cómo afecta la volatilidad de las divisas la rentabilidad de los negocios internacionales en la empresa JL Business and Service?

¿Cómo se presenta el entorno competitivo y regulatorio en el mercado nacional e internacional en el proceso de importación de artículos tecnológicos?

¿Cuáles son los acuerdos comerciales y las alianzas estratégicas entre países latinoamericanos para el acceso a productos tecnológicos?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Analizar cómo afectan las brechas en la importación de artículos tecnológicos de la empresa JL Business and Service, Lima, Año 2024.

1.3.2. Objetivos Específicos

Examinar la protección de mercados en el proceso de importación de artículos tecnológicos por parte de JL Business and Service.

Identificar como afecta la volatilidad de las divisas la rentabilidad de los negocios internacionales en la empresa JL Business and Service

Evaluar el entorno competitivo y regulatorio en el mercado nacional e internacional en el proceso de importación de artículos tecnológicos

Describir los acuerdos comerciales y las alianzas estratégicas entre países latinoamericanos para el acceso a productos tecnológicos.

1.4. Hipótesis

Según la explicación de Hernández Sampieri et al. (2014) autores del libro Metodología de la investigación, esta investigación no lleva hipótesis por ser cualitativa y descriptiva, ya que su objetivo es analizar las brechas de la importación de artículos tecnológicos de la empresa JL Business and Service, Lima, año 2024. Una hipótesis es una suposición o conjetura que se plantea para explicar un fenómeno o una relación entre variables, y que se somete a prueba mediante la recolección y el análisis de datos. Sin embargo, en esta investigación con enfoque cualitativo, tipo y nivel descriptivo, no se busca probar o refutar una hipótesis, sino describir las características, las situaciones, los procesos o los problemas que se presentan en el contexto de estudio, utilizando tanto datos cuantitativos como cualitativos. Por lo tanto, esta investigación no requiere de una hipótesis, sino de una pregunta de investigación que oriente el desarrollo del estudio.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Diseño de la Investigación

La investigación tiene un diseño no experimental porque no se manipuló ninguna variable ni se estableció un grupo de control, de acuerdo con lo estipulado por Hernández-Sampieri y Mendoza (2018). El objetivo de la investigación fue analizar la situación actual de la importación de artículos tecnológicos de la empresa JL Business and Service, La investigación se basó en fuentes secundarias de información, como datos estadísticos, informes, documentos y publicaciones relacionadas con el tema. Además, se realizó una entrevista a los trabajadores del departamento de ventas de la empresa para conocer las brechas en la internacionalización de productos tecnológicos y una entrevista. La investigación utilizó técnicas de análisis cualitativo para procesar y presentar los resultados, lo que lo convierte en un estudio de naturaleza o enfoque cualitativo.

El enfoque cualitativo según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) se refiere a una forma de investigación que busca comprender los fenómenos sociales desde la perspectiva de los participantes, en su contexto natural y en relación con el ambiente, por ser holístico, inducible, interpretativo y flexible sin buscar el control de los fenómenos, si no que más bien se busca comprender los sucesos. En cuanto al tipo y alcance de la investigación, es descriptivo que según los autores anteriores se refiere a la caracterización y explicación de las variables o dimensiones que conforman el problema de investigación.

En este caso, la investigación describió las características del mercado de importación de artículos tecnológicos, tales como: mano de obra, infraestructura industrial, políticas gubernamentales, precios competitivos y acuerdos comerciales. Asimismo, buscó describir las características de la empresa JL Business and Service, tales como su misión, visión, valores, objetivos, estrategias, recursos, capacidades, fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Estas descripciones permitieron analizar las brechas entre lo que ofrece la empresa y lo que demanda el mercado, para su mejora y crecimiento.

2.2. Participantes, Informantes clave y escena

Los participantes son el conjunto de personas componen el universo y quienes aportan la información requerida para dar respuesta a los objetivos, mientras los informantes clave, son los participantes seleccionados para otorgar la información fidedigna y

verificable, que aporta rigor al estudio, según lo que explican Hernández-Sampieri y Mendoza (2018). En este estudio, se plantea como escenario al área de ventas de la empresa, que es la encargada de gestionar las relaciones con los proveedores internacionales, los clientes locales y los procesos aduaneros. La población estuvo representada por 16 empleados. Se seleccionó como informantes clave dos de los empleados de la empresa; al gerente de administración comercial y un ejecutivo comercial a quienes se le aplicó una guía de entrevistas sobre los aspectos relevantes de la importación de artículos tecnológicos.

2.3. Operacionalización de las Categorías

Tabla 1

Cuadro Técnico Metodológico

Categorías	Subcategorías	Indicadores	Metodología
Brechas y en la internacionalización de artículos tecnológicos	– Protección de mercados.	– Barreras arancelarias y no arancelarias.	<ul style="list-style-type: none"> – Enfoque cualitativo – Tipología descriptiva. – Alcance descriptivo. – Diseño no experimental – 16 participantes, 3 informantes clave y escenario área de ventas de la Empresa JL Business And Service S.A.C. durante el periodo 2019 – 2023 – Técnica observación, encuesta y revisión documental. – Instrumentos bitácora de campo cualitativa, lista de verificación y guía de entrevistas – Análisis y procesamiento de los datos estadística descriptiva mediante Atlas Ti.
	– Volatilidad de las divisas.	– Cobertura cambiaria.	
	– Entorno competitivo y regulatorio.	<ul style="list-style-type: none"> – Alianzas estratégicas. – Particularidades del mercado objetivo. – Globalización y expansión de negocios. 	
	– Acuerdos comerciales y las alianzas estratégicas	<ul style="list-style-type: none"> – Eficiencia, costo y calidad – Mano de obra. – Infraestructura industrial. – Políticas gubernamentales. – Precios competitivos – Acuerdos comerciales. 	

2.4. Técnicas e Instrumentos

Para alcanzar los objetivos de la investigación se utilizó un enfoque cualitativo, que combinó las técnicas de la revisión documental, que consiste en el análisis de fuentes secundarias relacionadas con el tema de estudio, tales como informes, estadísticas, normativas, estudios previos (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). Esta técnica permitió obtener información sobre el contexto general del sector, la protección del mercado, la volatilidad de las divisas, el entorno competitivo y regulatorio, así como los acuerdos comerciales y las alianzas estratégicas que intervienen en el proceso de importación. Se aplicó a través de una bitácora de campo cualitativa.

Otra de las técnicas usadas fue la observación, que consiste en el registro sistemático de los hechos y fenómenos que ocurren en el proceso de importación de la empresa, mediante la visita a sus instalaciones y el seguimiento de sus actividades (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). Esta técnica permitió obtener información sobre la infraestructura industrial, la mano de obra, los procedimientos, los tiempos, los costos y los problemas que se presentan en el proceso.

También se utilizó la entrevista, que consiste en la aplicación de una guía de entrevistas a la muestra representativa de empleados del área de ventas de la empresa. Esta técnica permitió obtener información sobre las preferencias, las necesidades, las percepciones y las sugerencias de los actores involucrados en el proceso de importación. Esta técnica se aplicó mediante una guía, que es un conjunto de preguntas abiertas que se formulan a los entrevistados (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). La guía de entrevistas para este estudio se diseñó teniendo en cuenta las variables que se querían medir.

Antes de aplicar los instrumentos, fueron validados por especialistas en negocios internacionales, comercio internacional y administración de empresas, quienes leyeron, analizaron y presentaron los ajustes necesarios para poder aplicarlos. La validación y estructura de las 30 preguntas abiertas de la guía de entrevistas se basó en que las preguntas fueran claras, precisas y pertinentes al objetivo de la investigación, que estuvieran ordenadas de forma lógica y secuencial, siguiendo un hilo conductor que facilitara el desarrollo de la entrevista, que además fueran abiertas, es decir, permitir al entrevistado expresar libremente sus opiniones, experiencias y percepciones sobre el tema.

De igual manera, las preguntas debían ser neutrales, evitando inducir o sesgar las respuestas del entrevistado, ser flexibles, adaptándose a las características y necesidades de cada entrevistado. De acuerdo con lo descrito por Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) una vez definida la validación y estructura de las preguntas, se procedió a realizar una prueba piloto con un grupo de expertos en el campo de estudio, para verificar la comprensión, relevancia y adecuación de las mismas. Se recogieron las observaciones y sugerencias de los expertos y se realizaron los ajustes correspondientes para mejorar la calidad del instrumento.

2.5. Materiales

Por ser una investigación cualitativa y descriptiva, los materiales utilizados incluyeron documentos relevantes para la importación de artículos tecnológicos, una bitácora de campo, y un guion de entrevista. Cabe mencionar que la búsqueda de información documental abarcó los motores de búsqueda Mendeley y Google Académico, así como las bases de datos Web of Science y Scopus, como también en las redes sociales y científicas Academia y Researchgate, tal información se encuentra desplegada en el capítulo uno del estudio

2.6. Procedimientos de Tratamiento

Los procedimientos de tratamiento incluyeron la revisión documental mediante la bitácora de campo, y la entrevista utilizando el guion de entrevista. Además, se utilizó la triangulación de la información para el análisis de datos de las entrevistas. En primer lugar, se visitó la empresa con la finalidad de observar los documentos relacionados con las importaciones y las políticas internas de gestión comercial, con el propósito de apuntar en la bitácora de campo ubicada en el anexo 1 de esta investigación los aspectos relevantes de las brechas que intervienen en la importación de artículos tecnológicos, a razón de analizar el impacto potencial para la empresa y recomendar acciones favorables a ser aplicadas en el tiempo. Su análisis se realizó gracias al conocimiento previo, resultado de la búsqueda de información documental en los motores de búsqueda, bases de datos y redes sociales científicas mencionadas anteriormente, ya que esto incrementó la facilidad para procesar y comprender la información recabada.

En segundo lugar, se diseñó un guion de entrevistas con 30 preguntas, el cual se aplicó a dos personas, quienes respondieron de acuerdo a su conocimiento y manejo de la información, posteriormente se realizó el análisis de la información recabada por medio de la categorización y triangulación de la información, con la finalidad de dar respuesta a cada uno de los objetivos específicos planteados y establecer conclusiones y recomendaciones para cada uno de estos.

2.7. Análisis de Datos

El análisis de datos de la investigación se llevó a cabo la categorización y triangulación del análisis cualitativo de datos. Este procedimiento permitió identificar patrones, temas y tendencias en las respuestas de las entrevistas, así como facilitar la interpretación de los datos recopilados. El procedimiento para el análisis de datos mediante categorización y triangulación implica los siguientes pasos:

Para analizar la información relacionada con los objetivos del estudio, se puede comenzar por desglosar cada objetivo en componentes más pequeños y manejables. De allí que, al examinar la protección de mercados, se agruparon los datos según las políticas de importación, las barreras comerciales existentes y las medidas de protección aplicadas por JL Business and Service. Esta categorización permitió un análisis más detallado de cómo estas políticas afectan la importación de artículos tecnológicos. En cuanto a la volatilidad de las divisas, se identificarían patrones en las fluctuaciones cambiarias y se compararon con los márgenes de ganancia de la empresa, permitiendo así evaluar su impacto directo en la rentabilidad de manera descriptiva.

Además, evaluar el entorno competitivo y regulatorio implicó comparar las normativas y condiciones del mercado tanto nacional como internacional, lo que ayudó a identificar oportunidades y amenazas para la empresa en el proceso de importación. Por último, al describir los acuerdos comerciales y alianzas estratégicas, se recopiló información sobre los tratados existentes y se analizó cómo facilitan o restringen el acceso a productos tecnológicos. La triangulación de la información jugó un papel crucial en este proceso, ya que se utilizaron diferentes fuentes y métodos para validar la información. Para eso, se compararon los datos de importación de la empresa con informes de mercado y estudios

económicos para asegurar la precisión de los análisis. Este enfoque multidimensional no solo aumentó la fiabilidad de los resultados, sino que también proporcionó una perspectiva más rica y diversa, crucial para la toma de decisiones estratégicas en un contexto empresarial globalizado. En conjunto, estas técnicas de análisis de datos permiten a JL Business and Service navegar con mayor seguridad en el complejo entorno de los negocios internacionales.

2.8. Aspectos Éticos

En el contexto de la investigación cualitativa, es fundamental considerar aspectos éticos relacionados con la confidencialidad, el consentimiento informado de los participantes, y la integridad en el manejo de los datos recopilados. Estos aspectos éticos fueron cuidadosamente abordados durante la revisión documental, la observación y la realización de entrevistas.

2.9. Aplicación de Herramientas

La aplicación de herramientas como la bitácora de campo, y el guion de entrevista y la categorización y triangulación permitirá recopilar, organizar y analizar la información necesaria para el estudio de las brechas en la importación de artículos tecnológicos de la empresa JL Business and Service.

2.10. Métodos

Los métodos aplicados responden al enfoque cualitativo como lo es la estructuración, categorización, codificación y triangulación de la información, lo cual permitió la interpretación objetiva de la información, tanto documental como de campo.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

En este acápite se presenta de manera detallada los resultados obtenidos de la investigación. Para su desarrollo se realizó una revisión documental que permitió analizar mediante una bitácora cualitativa el contexto general del sector, la protección del mercado, la volatilidad de las divisas, el entorno competitivo y regulatorio, así como los acuerdos comerciales y las alianzas estratégicas que intervienen en el proceso de importación.

La misma procedió de los registros de la empresa de artículos tecnológicos JL Business Service y se procesó gracias a la revisión documental previa que otorgó conocimiento suficiente para entender tal documentación. En otro sentido, se realizó la categorización y triangulación de la información recabada mediante las entrevistas realizadas a dos de los trabajadores de la empresa, lo cual aportó información de relevancia para responder a los objetivos.

Para examinar la protección de mercados en el proceso de importación de artículos tecnológicos por parte de JL Business and Service, fue crucial considerar varios aspectos clave basados en la información proporcionada por la bitácora cualitativa:

1. Protección de Mercados en la Importación de Artículos Tecnológicos:

- La empresa JL Business and Service enfrenta desafíos al importar productos tecnológicos debido a la necesidad de comprar a distribuidores autorizados, lo que genera costos elevados y barreras comerciales.
- La falta de certificados para distribuidores autorizados de marcas reconocidas representa una barrera comercial que afecta la diferenciación de precios y la rotación de inventario.
- Se recomienda estudiar más el mercado internacional para establecer alianzas estratégicas con proveedores directos y reducir costos.

2. Impacto de la Volatilidad de las Divisas en la Rentabilidad:

- JL Business and Service registra fluctuaciones en los tipos de cambio de divisas relevantes.

- La empresa cuenta con un asesor bancario que les permite tener una tasa anual fija sobre el dólar, lo que les protege de las alteraciones diarias y beneficia en el momento de la compra de productos.
- Mantener una tasa fija anual sobre el dólar les ayuda a estabilizar costos de importación y mantener la rentabilidad de los negocios internacionales.

3. Entorno Competitivo y Regulatorio en Importación de Artículos Tecnológicos:

- JL Business and Service registra acuerdos comerciales con entidades estatales y empresas mayoristas a nivel nacional para la venta al por mayor de aparatos tecnológicos.
- Estos acuerdos comerciales generan ventas en gran cantidad, una rotación continua del inventario y prestigio para la empresa.
- Se sugiere estudiar más el mercado internacional para buscar alianzas estratégicas con proveedores directos y reducir costos.

En resumen, JL Business and Service se enfrenta a desafíos en la importación de artículos tecnológicos debido a barreras comerciales, fluctuaciones en los tipos de cambio y regulaciones gubernamentales. Sin embargo, la empresa ha implementado estrategias como mantener una tasa fija anual sobre el dólar y establecer acuerdos comerciales para mantener su competitividad y rentabilidad en el mercado nacional e internacional.

Al respecto la tabla 2 muestra los resultados derivados de la aplicación de la bitácora de referencias:

Tabla 2

Resultados de la bitácora de campo

Aspecto	Descripción
Desafíos en la importación	JL Business and Service enfrenta desafíos al importar productos tecnológicos debido a la necesidad de comprar a distribuidores autorizados, lo que genera costos elevados y barreras comerciales.

Aspecto	Descripción
Barreras comerciales	La falta de certificados para distribuidores autorizados de marcas reconocidas representa una barrera comercial que afecta la diferenciación de precios y la rotación de inventario.
Estudio del mercado internacional	Se recomienda estudiar más el mercado internacional para establecer alianzas estratégicas con proveedores directos y reducir costos.
Fluctuaciones en los tipos de cambio	JL Business and Service registra fluctuaciones en los tipos de cambio de divisas relevantes.
Tasa fija anual sobre el dólar	La empresa cuenta con un asesor bancario que les permite tener una tasa anual fija sobre el dólar, lo que les protege de las alteraciones diarias y beneficia en el momento de la compra de productos.
Estabilización de costos de importación	Mantener una tasa fija anual sobre el dólar les ayuda a estabilizar costos de importación y mantener la rentabilidad de los negocios internacionales.
Acuerdos comerciales	JL Business and Service registra acuerdos comerciales con entidades estatales y empresas mayoristas a nivel nacional para la venta al por mayor de aparatos tecnológicos
Ventas en gran cantidad	Estos acuerdos comerciales generan ventas en gran cantidad, una rotación continua del inventario y prestigio para la empresa.
Estudio del mercado internacional	Se sugiere estudiar más el mercado internacional para buscar alianzas estratégicas con proveedores directos y reducir costos.

Análisis descriptivo de los resultados de las entrevistas:

En el análisis de las respuestas proporcionadas en la entrevista con Jorge Alarcón Machado, Gerente administrativo comercial, se pueden identificar varios aspectos relevantes relacionados con la estrategia de la empresa en cuanto a investigación de mercado, capacitación, retroalimentación de experiencias, satisfacción del cliente, objetivos a corto,

mediano y largo plazo, barreras arancelarias y no arancelarias, impacto ambiental y social, comunicación con diferentes grupos de interés, entre otros.

1. Investigación de mercado:

La empresa realiza investigaciones de mercado tanto en el sector privado como en el sector estatal, participando en estudios de mercado cuando se identifican oportunidades en proyectos a realizarse. Utilizan fuentes de información como los brochures de las marcas y actualizan la información mensualmente, con mayor actividad en julio y agosto.

2. Capacitación:

La empresa prioriza la capacitación de su personal, comenzando por la gerencia y luego extendiéndola al resto del equipo. Utilizan presentaciones, eventos como Coffe break o full Day, recursos de la marca y en algunos casos contratan personal externo especializado. Las capacitaciones de marcas son constantes, aproximadamente una vez a la semana, mientras que las capacitaciones internas son anuales en los meses de baja demanda.

3. Retroalimentación de experiencias:

La empresa ha aprendido de sus experiencias en operaciones internacionales, especialmente en la elección de incoterms correctos para evitar costos adicionales. Han mejorado la eficiencia, costos y calidad a través de acuerdos comerciales y alianzas estratégicas, evaluando indicadores como eficiencia, costo y calidad en comparación con competidores locales e internacionales.

4. Satisfacción del cliente:

La empresa mide la satisfacción y fidelidad de sus clientes a través de encuestas de satisfacción, implementando estrategias para mejorar la atención al cliente y ofreciendo beneficios adicionales o atención preferencial a quienes participan en las encuestas. Además, destacan la importancia de la post venta como factor diferenciador y buscan incrementar la satisfacción del cliente.

5. Objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo:

La empresa tiene como objetivos brindar atención personalizada, mejorar la atención post venta y ofrecer precios competitivos. Buscan incrementar el volumen de ventas tanto en el sector estatal como privado, posicionarse en el mercado nacional y utilizar recursos en plataformas digitales y marketing para alcanzar sus metas.

6. Barreras arancelarias y no arancelarias:

La empresa no enfrenta barreras arancelarias, pero sí enfrenta desafíos relacionados con los permisos necesarios al trabajar con distribuidores autorizados de marcas específicas, lo que puede considerarse como una barrera no arancelaria.

7. Impacto ambiental y social:

La empresa reconoce el impacto ambiental de sus operaciones, especialmente en la contaminación generada por insumos tecnológicos. Han implementado medidas como la recolección de cartuchos para su reutilización, en colaboración con las marcas, para minimizar el impacto ambiental.

8. Comunicación con diferentes grupos de interés:

La empresa se comunica con empleados, clientes, proveedores y socios a través de estrategias de capacitación, retroalimentación, satisfacción del cliente y atención post venta. Destacan la importancia de la comunicación constante y la rápida respuesta a las necesidades de los clientes como atributos diferenciadores.

Interpretación: muestra un enfoque integral en su estrategia de mercado, abordando aspectos clave como investigación, capacitación, retroalimentación, satisfacción del cliente, objetivos a corto y largo plazo, barreras comerciales, impacto ambiental y social, y comunicación efectiva con diferentes grupos de interés. Estas prácticas reflejan un compromiso con la excelencia operativa y la satisfacción del cliente, lo que puede contribuir al éxito y crecimiento sostenible de la empresa.

Por otra parte, en el análisis de las respuestas proporcionadas en la entrevista a Jordan Caballero, Ejecutivo Comercial, se pueden identificar varios aspectos relevantes relacionados con la internacionalización de la empresa, la gestión de operaciones internacionales y la participación en el mercado objetivo. A continuación, se detalla un análisis extenso de las respuestas proporcionadas en el documento:

1. Financiamiento y Precios Competitivos:

Jordan Caballero menciona que no tiene información sobre cómo se financia la empresa para realizar operaciones internacionales ni sobre los acuerdos comerciales para importar. Sin embargo, destaca la importancia de determinar precios competitivos mediante un estudio con proveedores y mayoristas, considerando ser el más económico sin incurrir en pérdidas.

2. Protección de Propiedad Intelectual e Industrial:

En cuanto a la protección de derechos de propiedad intelectual e industrial, se destaca el registro de los derechos de la empresa y la implementación de acuerdos de confidencialidad entre los integrantes de la empresa como medidas preventivas contra la piratería y la competencia desleal.

3. Logros y Ventajas en el Mercado Objetivo:

La empresa de Jordan Caballero ha logrado alcanzar ventas por encima del promedio, atribuyendo este éxito a la capacitación de las marcas, lo que destaca como una fortaleza en el mercado objetivo.

4. Gestión Interna y Estructura Organizativa:

Respecto a la organización interna para gestionar operaciones internacionales, se menciona que Jordan Caballero pertenece al área comercial y desconoce la estructura, funciones y roles asignados para este fin.

5. Mano de Obra y Conflictos:

No se proporciona información sobre el tipo de mano de obra requerida para operar en el mercado objetivo ni sobre la gestión de conflictos con clientes, proveedores, socios o autoridades.

6. Infraestructura Industrial y Diferenciación Competitiva:

Se destaca la necesidad de contar con una infraestructura industrial adecuada para producir y distribuir productos en el mercado objetivo, así como la diferenciación a través de la atención personalizada y la escucha activa a los clientes.

7. Dificultades y Riesgos en el Mercado Objetivo:

Se mencionan posibles dificultades como productos dañados y falta de stock, para los cuales se deben implementar medidas, alternativas o soluciones para superarlos.

8. Políticas Gubernamentales y Adaptación:

Se hace referencia a la burocracia gubernamental como una dificultad que afecta a la empresa en el mercado objetivo, lo que requiere acciones para aprovechar oportunidades y superar obstáculos generados por estas políticas.

9. Impacto Ambiental y Satisfacción del Cliente:

No se proporciona información sobre cómo evalúa la empresa de Jordan Caballero el impacto de sus operaciones internacionales en el medio ambiente ni sobre cómo mide la satisfacción y fidelidad de sus clientes en el mercado objetivo.

En resumen, las respuestas de Jordan Caballero abordan aspectos clave como la determinación de precios competitivos, la protección de la propiedad intelectual, los logros en el mercado objetivo y las dificultades a enfrentar. Sin embargo, se observa una falta de información en áreas como la gestión de conflictos, la adaptación a diferencias culturales y normativas, y la evaluación del impacto ambiental y la satisfacción del cliente. Estos

aspectos podrían ser áreas de mejora para la empresa en su estrategia de internacionalización y gestión de operaciones internacionales.

Resultados de los objetivos

Examinar la protección de mercados en el proceso de importación de artículos tecnológicos por parte de JL Business and Service:

En la entrevista con Jorge Alarcón Machado, Gerente administrativo comercial de JL Business and Service, se aborda el tema de las barreras arancelarias y no arancelarias que enfrenta la empresa al importar artículos tecnológicos a su mercado objetivo. A continuación, se examina la protección de mercados en este proceso de importación:

1. Barreras arancelarias y no arancelarias:

- Según la respuesta proporcionada, la empresa no enfrenta barreras arancelarias al importar artículos tecnológicos. Esto puede ser un aspecto favorable para la empresa, ya que la ausencia de aranceles puede facilitar el proceso de importación y reducir los costos asociados.

2. Barreras no arancelarias:

- En cuanto a las barreras no arancelarias, se menciona que la empresa enfrenta desafíos relacionados con los permisos necesarios al trabajar con distribuidores autorizados de marcas específicas. Estos permisos pueden considerarse como barreras no arancelarias que pueden afectar el proceso de importación y distribución de los artículos tecnológicos.

3. Impacto en la protección de mercados:

- La ausencia de barreras arancelarias puede ser beneficiosa para JL Business and Service al importar artículos tecnológicos, ya que les permite acceder a los productos de manera más eficiente y a un menor costo. Sin embargo, las barreras no arancelarias, como los permisos requeridos para trabajar con distribuidores autorizados, pueden

representar obstáculos que afecten la agilidad y eficacia en el proceso de importación.

4. Medidas de protección y mitigación:

- Para minimizar los efectos de las barreras no arancelarias, la empresa podría considerar establecer acuerdos claros con los distribuidores autorizados, anticiparse a los requisitos de permisos necesarios y mantener una comunicación fluida con las autoridades pertinentes para agilizar los procesos de importación. Además, la empresa podría buscar asesoramiento especializado en normativas y regulaciones para garantizar el cumplimiento de los requisitos necesarios.

En conclusión, JL Business and Service enfrenta desafíos relacionados con las barreras no arancelarias al importar artículos tecnológicos, lo que puede influir en el proceso de importación y distribución de sus productos. Es fundamental que la empresa implemente medidas de protección y mitigación para superar estas barreras y garantizar un flujo eficiente de importación, asegurando así la competitividad y el cumplimiento de los requisitos del mercado objetivo.

En el contexto de importación de artículos tecnológicos por parte de JL Business and Service, y de acuerdo a la entrevista de Jordán Caballero es fundamental examinar la protección de mercados, especialmente en lo que respecta a las barreras arancelarias y no arancelarias que la empresa pueda enfrentar. A continuación, se detalla un análisis considerando este aspecto:

1. Barreras Arancelarias y No Arancelarias:

- Es importante que JL Business and Service identifique y evalúe las posibles barreras arancelarias y no arancelarias que puedan afectar la importación de artículos tecnológicos. Las barreras arancelarias incluyen aranceles, impuestos y tasas que se aplican a la importación de productos. Por otro lado, las barreras no arancelarias abarcan regulaciones, normativas técnicas, requisitos de certificación, cuotas de importación, entre otros aspectos que pueden dificultar el acceso al mercado objetivo.

2. Impacto en las Operaciones Internacionales:

- Las barreras arancelarias y no arancelarias pueden tener un impacto significativo en las operaciones internacionales de JL Business and Service. Estas barreras pueden aumentar los costos de importación, retrasar los tiempos de entrega, limitar la variedad de productos disponibles o incluso impedir la entrada al mercado objetivo. Por lo tanto, es crucial que la empresa evalúe y comprenda estas barreras para desarrollar estrategias efectivas de mitigación.

3. Medidas de Mitigación:

- Para minimizar el impacto de las barreras arancelarias y no arancelarias, JL Business and Service puede considerar diversas medidas de mitigación. Esto incluye la búsqueda de acuerdos comerciales favorables, la obtención de certificaciones y cumplimiento de normativas específicas del mercado objetivo, la diversificación de proveedores para reducir la dependencia de un solo mercado, y la implementación de estrategias logísticas eficientes para optimizar los procesos de importación.

4. Evaluación Continua:

- Es fundamental que JL Business and Service realice una evaluación continua de las barreras arancelarias y no arancelarias en el mercado objetivo. Los cambios en las políticas comerciales, regulaciones gubernamentales o acuerdos internacionales pueden impactar directamente en las operaciones de importación de la empresa. Por lo tanto, mantenerse actualizado y adaptar las estrategias según sea necesario es esencial para garantizar el éxito en el proceso de importación de artículos tecnológicos.

En conclusión, para garantizar el éxito en el proceso de importación de artículos tecnológicos, JL Business and Service debe prestar especial atención a la protección de mercados, identificando y abordando de manera proactiva las barreras arancelarias y no arancelarias que puedan surgir en el mercado objetivo. Al desarrollar estrategias de mitigación efectivas y mantener una evaluación continua de las condiciones del mercado, la

empresa podrá optimizar sus operaciones internacionales y asegurar su competitividad en el sector tecnológico.

Identificar como afecta la volatilidad de las divisas la rentabilidad de los negocios internacionales en la empresa JL Business and Service

En la entrevista con Jorge Alarcón Machado, Gerente administrativo comercial de JL Business and Service, no se aborda específicamente el tema de la volatilidad de las divisas y su impacto en la rentabilidad de los negocios internacionales de la empresa. Sin embargo, es importante considerar cómo la volatilidad de las divisas puede afectar la rentabilidad de los negocios internacionales en general:

1. Impacto de la volatilidad de las divisas:

- La volatilidad de las divisas puede influir en los costos de importación de productos, ya que los cambios en los tipos de cambio pueden afectar el precio de compra de los artículos tecnológicos que JL Business and Service importa. Si la moneda local se devalúa frente a la moneda extranjera, los costos de importación pueden aumentar, lo que afectaría la rentabilidad de la empresa.

2. Gestión del riesgo cambiario:

- Para mitigar el impacto de la volatilidad de las divisas en la rentabilidad de los negocios internacionales, JL Business and Service podría considerar estrategias de gestión del riesgo cambiario, como el uso de contratos de futuros, opciones de divisas o coberturas cambiarias. Estas herramientas financieras pueden ayudar a proteger a la empresa contra fluctuaciones desfavorables en los tipos de cambio y garantizar una mayor estabilidad en los costos de importación.

3. Análisis de sensibilidad y planificación financiera:

- Es fundamental que la empresa realice un análisis de sensibilidad para evaluar cómo diferentes escenarios de fluctuación cambiaria podrían impactar en la rentabilidad de sus operaciones internacionales. Asimismo, es importante incorporar la gestión del riesgo cambiario

en la planificación financiera de la empresa, considerando los posibles efectos de la volatilidad de las divisas en los márgenes de beneficio y en la competitividad en el mercado objetivo.

En resumen, aunque no se proporciona información específica sobre cómo la volatilidad de las divisas afecta la rentabilidad de los negocios internacionales de JL Business and Service en la entrevista, es crucial que la empresa esté consciente de este factor y adopte medidas proactivas para gestionar el riesgo cambiario y proteger su rentabilidad en un entorno de fluctuaciones cambiarias.

Al analizar la entrevista de Jordán Caballero, la volatilidad de las divisas puede afectar significativamente la rentabilidad de los negocios internacionales en empresas como JL Business and Service. A continuación, se detallan algunos puntos clave sobre cómo esta volatilidad puede impactar en la rentabilidad de la empresa:

1. Costos de Importación y Exportación:

- La volatilidad de las divisas puede influir en los costos de importación de productos tecnológicos para JL Business and Service. Fluctuaciones repentinas en los tipos de cambio pueden hacer que los costos de adquisición de productos en moneda extranjera aumenten, lo que afecta directamente la rentabilidad de la empresa. Del mismo modo, las exportaciones de la empresa también pueden ser afectadas, ya que los precios de venta en moneda extranjera pueden volverse menos competitivos debido a cambios en los tipos de cambio.

2. Riesgo Cambiario.

- La volatilidad de las divisas introduce un riesgo cambiario para JL Business and Service. Las variaciones en los tipos de cambio pueden resultar en pérdidas financieras si la empresa no cuenta con estrategias de cobertura adecuadas para protegerse contra estos movimientos. La falta de medidas para mitigar el riesgo cambiario puede impactar negativamente en la rentabilidad de la empresa,

especialmente en operaciones internacionales donde se manejan múltiples monedas.

3. Competitividad en el Mercado.

- La volatilidad de las divisas puede afectar la competitividad de JL Business and Service en el mercado internacional. Si los tipos de cambio fluctúan de manera significativa, la empresa puede enfrentar dificultades para mantener precios competitivos en comparación con sus competidores que operan en mercados con mayor estabilidad cambiaria. Esto puede resultar en una pérdida de cuota de mercado y, en última instancia, en una disminución de la rentabilidad.

4. Planificación Financiera.

- La volatilidad de las divisas también puede dificultar la planificación financiera a largo plazo de JL Business and Service. Las fluctuaciones imprevistas en los tipos de cambio pueden impactar en la rentabilidad esperada de la empresa, lo que dificulta la toma de decisiones estratégicas y la elaboración de presupuestos precisos. La incertidumbre asociada con la volatilidad cambiaria puede requerir que la empresa adopte un enfoque más flexible en su gestión financiera.

En resumen, la volatilidad de las divisas representa un desafío importante para la rentabilidad de los negocios internacionales de JL Business and Service. Para mitigar los efectos negativos de esta volatilidad, la empresa debe implementar estrategias de gestión de riesgos cambiarios, como la cobertura de divisas, diversificación de proveedores en diferentes monedas, y un monitoreo constante de los mercados financieros para anticipar y responder a los cambios en los tipos de cambio. Al gestionar de manera efectiva el riesgo cambiario, JL Business and Service puede proteger su rentabilidad y mantener su competitividad en el mercado internacional.

Evaluar el entorno competitivo y regulatorio en el mercado nacional e internacional en el proceso de importación de artículos tecnológicos

En la entrevista con Jorge Alarcón Machado, Gerente administrativo comercial de JL Business and Service, se abordan aspectos relacionados con el entorno competitivo y regulatorio en el mercado nacional e internacional en el proceso de importación de artículos tecnológicos. A continuación, se evalúa este entorno desde ambas perspectivas:

1. Entorno competitivo:

- **Mercado nacional:** En el mercado nacional, JL Business and Service enfrenta competencia en el sector de importación y distribución de artículos tecnológicos. Es importante considerar la presencia de competidores locales que ofrecen productos similares y la necesidad de diferenciarse a través de la calidad, el servicio al cliente y la eficiencia en las operaciones.
- **Mercado internacional:** En el mercado internacional, la empresa se enfrenta a una competencia global en la importación de artículos tecnológicos. Es crucial evaluar la posición de la empresa frente a competidores internacionales, así como identificar oportunidades para mejorar la eficiencia, reducir costos y diferenciarse en términos de calidad y servicio.

2. Entorno regulatorio:

- **Mercado nacional:** En el mercado nacional, JL Business and Service debe cumplir con las regulaciones locales relacionadas con la importación de artículos tecnológicos, como los permisos de importación, normativas de seguridad y requisitos aduaneros. Es fundamental mantenerse actualizado sobre los cambios en la legislación y asegurar el cumplimiento de todas las normativas vigentes.
- **Mercado internacional:** Al operar en el mercado internacional, la empresa debe cumplir con las regulaciones aduaneras y comerciales de los países de origen de los productos tecnológicos. Es importante estar al tanto de los acuerdos comerciales, aranceles y restricciones

específicas de cada país para garantizar un proceso de importación sin contratiempos y cumplir con las normativas locales.

3. Estrategias competitivas y cumplimiento regulatorio:

- Para enfrentar la competencia en ambos mercados, JL Business and Service puede implementar estrategias que le permitan diferenciarse, como ofrecer un servicio personalizado, mantener altos estándares de calidad y optimizar los procesos logísticos. Además, es fundamental establecer un sistema de gestión que garantice el cumplimiento de todas las regulaciones tanto a nivel nacional como internacional.

En conclusión, para tener éxito en el proceso de importación de artículos tecnológicos, JL Business and Service debe evaluar y adaptarse al entorno competitivo y regulatorio tanto a nivel nacional como internacional, identificando oportunidades para mejorar la competitividad, cumplir con las normativas vigentes y mantenerse a la vanguardia en un mercado dinámico y globalizado.

Al evaluar el entorno competitivo y regulatorio según la información aportada por Jordán Caballero en el mercado nacional e internacional en el proceso de importación de artículos tecnológicos, es crucial considerar diversos aspectos que pueden influir en la operación de la empresa. A continuación, se detallan algunos puntos relevantes a tener en cuenta:

1. Competitividad en el Mercado Nacional e Internacional:

- En el mercado nacional, JL Business and Service enfrentará la competencia de otras empresas locales que ofrecen productos tecnológicos similares. Es importante analizar la posición competitiva de la empresa en términos de precios, calidad, servicio al cliente y diferenciación de productos.
- En el mercado internacional, la competencia puede provenir de empresas extranjeras que operan en el mismo sector tecnológico. JL Business and Service debe evaluar las estrategias de sus competidores internacionales, así como las tendencias del mercado global para identificar oportunidades y amenazas.

2. Regulaciones y Normativas:

- En el mercado nacional, la empresa debe cumplir con las regulaciones locales en cuanto a importación de productos tecnológicos, normativas de calidad, seguridad y protección al consumidor, entre otros aspectos. Es fundamental asegurarse de que todos los requisitos legales y regulatorios sean cumplidos para evitar posibles sanciones o restricciones.
- En el mercado internacional, JL Business and Service debe familiarizarse con las regulaciones aduaneras, arancelarias y normativas específicas de cada país al que importa sus productos. Esto incluye aspectos como certificaciones de calidad, etiquetado, restricciones de importación, entre otros, que pueden variar de un país a otro y afectar la operación de la empresa.

3. Globalización y Expansión de Negocios:

- La globalización y la expansión de negocios pueden ofrecer oportunidades para JL Business and Service en términos de acceso a nuevos mercados internacionales y diversificación de clientes. Sin embargo, también implican desafíos en cuanto a la adaptación a diferentes entornos culturales, legales y comerciales, así como la gestión de la cadena de suministro a nivel global.
- Es importante que la empresa evalúe las ventajas competitivas que puede obtener al expandirse internacionalmente, así como los riesgos asociados a la operación en mercados extranjeros, como la volatilidad cambiaria, barreras comerciales y diferencias en las prácticas comerciales.

En conclusión, al evaluar el entorno competitivo y regulatorio en el mercado nacional e internacional en el proceso de importación de artículos tecnológicos, JL Business and Service debe considerar tanto los factores internos como externos que pueden influir en su operación. La empresa debe estar preparada para enfrentar la competencia, cumplir con las

regulaciones vigentes y aprovechar las oportunidades que ofrece la globalización para expandir sus operaciones de manera exitosa y sostenible.

Describir los acuerdos comerciales y las alianzas estratégicas entre países latinoamericanos para el acceso a productos tecnológicos.

En el contexto de los acuerdos comerciales y las alianzas estratégicas entre países latinoamericanos para el acceso a productos tecnológicos, se pueden destacar de la entrevista con Jorge Alarcón Machado varios aspectos relevantes:

1. Acuerdos comerciales regionales:

- En América Latina, existen diversos acuerdos comerciales regionales que facilitan el intercambio de productos tecnológicos entre países. Por ejemplo, el Mercosur (Mercado Común del Sur) promueve la integración económica y comercial entre Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay y Venezuela, lo que facilita el acceso a productos tecnológicos dentro de la región.

2. Alianzas estratégicas en el sector tecnológico:

- Los países latinoamericanos también establecen alianzas estratégicas en el sector tecnológico para fomentar la colaboración en investigación, desarrollo e innovación. Estas alianzas pueden incluir la creación de clusters tecnológicos, parques industriales especializados en tecnología y programas de cooperación en educación y capacitación en el ámbito tecnológico.

3. Participación en organismos internacionales:

- Los países latinoamericanos suelen participar en organismos internacionales relacionados con el comercio y la tecnología, como la Organización Mundial del Comercio (OMC) y la Organización de los Estados Americanos (OEA). A través de estas instancias, se promueve la cooperación en temas comerciales y tecnológicos a nivel regional e internacional.

4. Iniciativas de integración digital:

- En la era digital, algunos países latinoamericanos han impulsado iniciativas de integración digital para facilitar el acceso a productos tecnológicos y promover la transformación digital en la región. Estas iniciativas incluyen la creación de plataformas de comercio electrónico regionales, políticas de

inclusión digital y programas de capacitación en tecnologías de la información y comunicación (TIC).

En resumen, los acuerdos comerciales y las alianzas estratégicas entre países latinoamericanos en el acceso a productos tecnológicos se enmarcan en un contexto de integración regional, colaboración en el sector tecnológico y participación en organismos internacionales. Estas iniciativas buscan fomentar el desarrollo tecnológico, mejorar la competitividad de la región y promover la innovación en un entorno cada vez más digitalizado y globalizado.

En el contexto de América Latina, según Jordán Caballer existen varios acuerdos comerciales y alianzas estratégicas entre países de la región que buscan facilitar el acceso a productos tecnológicos y promover el desarrollo tecnológico. A continuación, se describen algunos de los acuerdos más relevantes:

1. Mercosur (Mercado Común del Sur):

- Mercosur es un acuerdo de integración regional que incluye a Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay como miembros plenos, y a Venezuela como miembro suspendido. Este bloque busca promover el comercio y la cooperación entre los países miembros, lo que incluye la facilitación del acceso a productos tecnológicos a través de la eliminación de aranceles y la armonización de normativas.

2. Alianza del Pacífico:

- La Alianza del Pacífico es un bloque de integración conformado por Chile, Colombia, México y Perú. Este acuerdo busca promover la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas entre los países miembros, lo que facilita el acceso a productos tecnológicos y fomenta la colaboración en materia de innovación y desarrollo tecnológico.

3. Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI):

- ALADI es un organismo regional que promueve la integración económica y comercial entre los países de América Latina y el Caribe. A través de acuerdos y programas de cooperación, ALADI busca

facilitar el acceso a productos tecnológicos y promover la transferencia de tecnología entre los países miembros.

4. **Acuerdos Bilaterales y Tratados de Libre Comercio (TLC):**

- Además de los bloques regionales, varios países de América Latina han firmado acuerdos bilaterales y tratados de libre comercio con otras naciones, tanto dentro de la región como con países fuera de ella. Estos acuerdos buscan facilitar el acceso a productos tecnológicos mediante la reducción de aranceles, la eliminación de barreras comerciales y la promoción de la cooperación en materia de tecnología e innovación.

En general, estos acuerdos comerciales y alianzas estratégicas entre países latinoamericanos tienen como objetivo principal fomentar el comercio, la inversión y la cooperación en el ámbito tecnológico, facilitando así el acceso a productos tecnológicos y promoviendo el desarrollo de la industria tecnológica en la región. Estas iniciativas buscan fortalecer la competitividad de los países latinoamericanos en el mercado global y promover la integración económica y tecnológica en la región.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El capítulo de discusión y conclusiones es fundamental en cualquier investigación, ya que permite analizar los resultados obtenidos, compararlos con la literatura existente y extraer conclusiones significativas. En el estudio sobre las brechas en la importación de artículos tecnológicos de la empresa JL Business and Service en Lima, realizado por Infante Uculmana y Rojas Pimentel en el año 2024, se identificaron diversas problemáticas y se propusieron recomendaciones para abordarlas de manera efectiva.

La discusión de los resultados obtenidos revela que la empresa JL Business and Service enfrenta desafíos significativos en su proceso de importación de artículos tecnológicos. Entre las principales brechas identificadas se encuentran la protección de mercados, las barreras arancelarias y no arancelarias, la volatilidad de las divisas, el entorno competitivo y regulatorio, así como la necesidad de establecer alianzas estratégicas con proveedores directos para reducir costos y mejorar la eficiencia en sus operaciones.

En cuanto a la protección de mercados, se observó que la empresa enfrenta dificultades al importar productos tecnológicos debido a la necesidad de adquirirlos a distribuidores autorizados, lo que genera costos elevados y barreras comerciales. La falta de certificados para distribuidores autorizados de marcas reconocidas también representa un obstáculo que afecta la diferenciación de precios y la rotación de inventario. En este sentido, se recomienda a JL Business and Service estudiar más a fondo el mercado internacional para establecer alianzas estratégicas con proveedores directos y así reducir costos y mejorar su competitividad.

Por otro lado, el impacto de la volatilidad de las divisas en la rentabilidad de la empresa también fue un aspecto relevante identificado en el estudio. Se registraron fluctuaciones en los tipos de cambio de divisas relevantes para JL Business and Service, lo que puede afectar su rentabilidad y estabilidad financiera. Es crucial que la empresa implemente estrategias de cobertura cambiaria y monitoreo constante de los tipos de cambio para mitigar los riesgos asociados a la volatilidad de las divisas.

Además, se destacó la importancia de considerar el entorno competitivo y regulatorio en el proceso de importación de artículos tecnológicos. Las políticas gubernamentales, los precios competitivos, la mano de obra disponible y la infraestructura industrial son factores

que influyen en la eficiencia y rentabilidad de las operaciones de importación de la empresa. JL Business and Service debe estar atenta a estos aspectos y adaptar su estrategia empresarial en consecuencia.

En términos de conclusiones, se puede afirmar que la empresa JL Business and Service enfrenta desafíos significativos en su proceso de importación de artículos tecnológicos, especialmente en lo que respecta a la protección de mercados, la volatilidad de las divisas y el entorno competitivo y regulatorio. Para superar estas brechas, se recomienda a la empresa implementar medidas como el estudio detallado del mercado internacional, el establecimiento de alianzas estratégicas con proveedores directos, la implementación de estrategias de cobertura cambiaria y el monitoreo constante del entorno competitivo y regulatorio.

En definitiva, el estudio realizado por Infante Uculmana y Rojas Pimentel proporciona una visión detallada de las brechas en la importación de artículos tecnológicos de JL Business and Service en Lima en el año 2024. Las recomendaciones propuestas en este estudio pueden ser de gran utilidad para la empresa a la hora de mejorar su eficiencia, reducir costos y fortalecer su posición en el mercado de importación de artículos tecnológicos.

REFERENCIAS

- Acosta Soler, S. I. (2021). *Cambio tecnológico en China-Desempeño y oportunidades de la industria de los semiconductores, 2008 y 2018 (Bachelor's thesis)*. [Licenciatura en Economía. Benemerita Universidad Autónoma de Puebla.]. <https://repositorioinstitucional.buap.mx/items/cc21961f-de47-41f4-80b8-1da9f1c5a02e>
- Agosin, M. R., Urzúa, S., Wagner, R., Trejos, A., De Olloqui, F., Pietrobelli, C., ... & Panizza, U. (2014). *¿Cómo repensar el desarrollo productivo?: políticas e instituciones sólidas para la transformación económica* (I.-A. D. Bank. (ed.)). <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=0CiGDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=En+los+países+desarrollados,+la+importación+de+artículos+tecnológicos+presenta+diversas+brechas+y+oportunidades+que+deben+ser+consideradas+por+las+empresas+que+desean+incursio>
- Aldava Palomino, J. L., & Lazaro Moreno, J. J. (2020). *Factores que dificultan la logística internacional, caso All Services Solution SAC-2020*. [Negocios internacionales. Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/60945>
- Arriazu, R. (2015). La incidencia de la brecha digital y la exclusión social tecnológica: el impacto de las competencias digitales en los colectivos vulnerables. *Praxis sociológica*, 19, 225-240. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5383986>
- Caldaz Velasquez, J. D. (2023). *Desafíos al Estado, enforcement y legitimidad. El caso del contrabando en el departamento de Puno* [Licenciado en Ciencia Política y Gobierno. Pontificia Universidad Católica del Perú]. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/26754>
- Cárdenas-Pérez, A., Lascano-Pérez, L., Proaño-Altamirano, G., Mácas-Sánchez, G., & Chango-Galarza, S. (2022). El mundo de las criptomonedas y su importancia en el comercio virtual. *Revista Publicando*, 9(36), 44-58. <https://doi.org/https://doi.org/10.51528/rp.vol9.id2351>
- Dini, M., Aggio, C., Gatto, F., Cetrángolo, F., Katz, J., Zamorano, F., ... & García Castro,

- B. (2016). *Políticas para la innovación en las pequeñas y medianas empresas en América Latina*.
- Estebán, M. (2015). China en América Latina: repercusiones para España. En *Documento de Trabajo* (Vol. 3). https://eulacfoundation.org/system/files/digital_library/2023-07/esteban_2015_china_en_america_latina.pdf
- García, I. J., & Lavarello, J. P. (2022). Trayectoria y reposicionamientos de la industria electrónica en Tierra del Fuego: oportunidades de ascenso industrial frente a las transformaciones en las cadenas globales de valor. *H-Industria: Revista de Historia de la Industria Argentina y Latinoamericana*, 16(30). <https://openurl.ebsco.com/EPDB%3Agcd%3A1%3A1012353/detailv2?sid=ebsco%3Aplink%3Ascholar&id=ebsco%3Agcd%3A159181561&crl=c>
- García Jimenez, G. A. y Irigoín Fernández, D. K. (2021). *Proceso de importación de equipos médicos para las empresas de la región Lambayeque, 2021* [Negocios internacionales. Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/90241>
- Guerrero, L. y Sifontes, D. (2023). *Manual de buenas prácticas para la internacionalización y digitalización de PYMES Venezolanas* (CEDICE Libertad (ed.)). <https://libriaciadice.org.ve/wp-content/uploads/2023/10/manualpymescedice.pdf>
- Guerrero Romero, N.; Jiménez Retana R. y Lezcano Calderón, Y. (2021). Logística y globalización: Oportunidades para el desarrollo económico de Costa Rica. En *Revista Estudios*. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/estudios/article/view/46038>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativas, cualitativa y mixta* (Mc Graw Hill (ed.)).
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta). McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Jiménez Mora, L. D. (2016). *La calidad como factor de competitividad de los productos en el comercio exterior entre China y Colombia*. [Relaciones Internacionales y Estudios Políticos. Universidad Militar Nueva Granada]. <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/14156>

- Laufer, R. (2017). *Las alianzas estratégicas con China y los rumbos de la integración sudamericana*. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53265408/LAUFER_-_Las_alianzas_estrategicas_c_China_y_la_integracion_sudamericana-libre.pdf?1495653284=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLas_alianzas_estrategicas_con_China_y_lo.pdf&Expires=1708620697
- Moncaut, N. C., & Vazquez, D. (2017). El sendero de desarrollo chino y sus particularidades: incidencia e implicancias para los países sudamericanos. *Instituto Argentino para el Desarrollo Económico; Realidad Económica*, 305(2), 133-167. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/77667>
- Noguera Gómez, A. (2023). *Plan de negocios para la diferenciación e internacionalización de Púa Colombia*. [Ingeniería Industrial. Universidad de los Andes]. <https://repositorio.uniandes.edu.co/server/api/core/bitstreams/90b06507-4fab-4aea-93ee-55d45d31a926/content>
- Pihuave Parrales, A. A. (2022). *Importación de productos tecnológicos para reactivar el sector gastronómico del Ecuador* [Economía. Universidad de Guayaquil]. <https://repositorio.ug.edu.ec/items/170c6a99-4510-4731-a93a-7be4c6450ff0>
- Pirzkall, H. C. P. (2017). La nueva configuración geopolítica de la cooperación al desarrollo en el continente latinoamericano: el impacto de china como nuevo donante-inversor en la región. *Revista Brasileira de Planejamento e Desenvolvimento*, 6(1), 62-83. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5756101>
- Ramírez, I. T. (2020). *La rivalidad estratégica entre China y EE. UU. en el área de la energía*. In *Energía y Geoestrategia* 2020. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7586550>
- Sarmiento del Va, S. (2014). Estrategias de internacionalización y globales para países en desarrollo y emergentes. *Dimensión empresarial*, 12(1), 111-138. <http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v12n1/v12n1a10.pdf>
- Serva Delzo, A. N. y Ripas Huamani, S. (2023). *Empresas exportadoras peruanas que se adecuaron a la transformación digital logrando la competitividad de su cadena logística en Lima-Callao en el 2019-2021* [Licenciado en negocios internacionales.

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas].

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/671662>

Silva, G. D., Gomes, M. F. M., & Teixeira, E. C. (2018). *Efecto derrame del crecimiento de China en América del Sur: un análisis basado en el comercio internacional*. (CEPAL (ed.)).

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=IpUAEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA47&dq=importación+de+tecnología+desde+China+para+america+del+sur&ots=bSs_FC1nU-&sig=Ffvx6IBKCvw6jp9mpeJ-_T5FZKk#v=onepage&q&f=false

Toro, D. (2023). *Modelo de optimización de tiempos en los procesos de despacho de importaciones de una de las empresas de logística y transporte en el país de España* [Negocios Internacionales. Tecnológico de Antioquia. Institución Universitaria].

<https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/3236>

Veiga, L. (2021). *Hacia una infraestructura digital para la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas*. 15 de abril de 2021.

<https://repositorio.cepal.org/items/715fb289-b910-4ea2-9590-f01559a4dad3>

ANEXOS

Anexo 1. Bitácora de campo cualitativa

Fecha de Observación	Ítems	Descripción Detallada de la Observación	Impacto Potencial en la Empresa	Acciones Recomendadas
22/03/2024	Observación de cambios en los precios de productos/servicios en comparación con la competencia.	A la empresa JL Business and service se le complica competir con los precios de la competencia porque ellos priorizan la calidad del servicio que pueden llegar a ofrecer, más allá del producto o marca	Fidelización en los clientes, y recomendación por los mismos.	El área de marketing puede optar por realizar una publicidad con los comentarios de sus clientes o la experiencia que viven en una postventa. Lo cual recalca el gerente de administración comercial que eso los destaca.
25/03/2024	Registro de fluctuaciones en los tipos de cambio de divisas relevantes.	En este aspecto, la empresa JL Business and Service cuenta con un asesor del banco, lo cual le permite tener una tasa anual sobre el dólar, permitiéndoles no tener estas alteraciones diarias.	La empresa se beneficia en el momento de la compra de sus productos, ya que tienen una tasa fija anual y no les afecta las variaciones de las mismas.	Continuar con esta gestión con su banco de confianza.

Fecha de Observación	Ítems	Descripción Detallada de la Observación	Impacto Potencial en la Empresa	Acciones Recomendadas
25/03/2024	Observación de cambios en regulaciones gubernamentales o barreras comerciales.	El no contar con los certificados para distribuidores autorizados de marcas reconocidas, resulta una barrera comercial para la importación de dichos productos hacia el mercado objetivo, ya que, implica realizar la compra hacia distribuidores que si tienen dicha autorización y genera costos elevados.	Genera mejor rotación de inventario y diferenciación de precios respecto a la competencia.	Fidelizar a los clientes con los reconocimientos obtenidos con alianzas comerciales realizadas anteriormente, para que conozcan la garantía que le brindan con sus productos dándole un valor añadido
27/03/2024	Registro de nuevos acuerdos comerciales o alianzas estratégicas	La empresa registra acuerdos comerciales con entidades del estado para la venta al por mayor de aparatos tecnológicos, así mismo, registra acuerdos comerciales con empresas mayoristas a nivel nacional.	Ayuda a generar ventas en gran cantidad teniendo una rotación continua del inventario, así mismo, ayuda a generar prestigio para la empresa, ya que los acuerdos comerciales que realiza influyen directamente en su cartera de clientes.	Estudiar más el mercado internacional para realizar alianzas estratégicas con proveedores directos, ayudando así a reducir costos y genere mayor utilidad. Asistir a Ferias internacionales para la búsqueda de

Fecha de Observación	Ítems	Descripción Detallada de la Observación	Impacto Potencial en la Empresa	Acciones Recomendadas
				alianzas estratégicas.

Anexo 2. Guía de Entrevistas

Instrucciones: Responda de manera objetiva a cada una de las preguntas siguientes.

Subcategoría: Protección de Mercados		
Indicador: Barreras arancelarias y no arancelarias		
No.	Pregunta	Respuesta
01	¿Qué tipo de barreras arancelarias y no arancelarias enfrenta su empresa al importar a su mercado objetivo?	
02	¿Cómo evalúa su empresa el impacto de sus operaciones internacionales en el medio ambiente, la sociedad y la cultura del mercado objetivo? ¿Qué medidas ha adoptado o planea adoptar para minimizar los efectos negativos y maximizar los positivos?	
03	¿Cómo se comunica su empresa con sus empleados, clientes, proveedores y socios en el mercado objetivo? ¿Qué herramientas, medios y lenguajes utiliza y por qué?	
Subcategoría: Volatilidad de divisas		
Indicador: Cobertura cambiaria		
04	¿Qué medidas ha tomado su empresa para mitigar el riesgo cambiario en sus operaciones internacionales?	
05	¿Qué tipo de investigación de mercado realiza su empresa para conocer las necesidades, preferencias y	

	comportamientos de los consumidores del mercado objetivo? ¿Qué fuentes de información utiliza y con qué frecuencia las actualiza?	
06	¿Cómo se capacita su empresa para mantenerse al día con las tendencias, innovaciones y cambios que ocurren en el mercado objetivo? ¿Qué recursos, métodos y frecuencia utiliza para este fin?	
Subcategoría: Entorno competitivo y regulatorio. Indicador: Alianzas estratégicas		
07	¿Con qué socios estratégicos cuenta su empresa para facilitar su acceso al mercado objetivo? ¿Qué beneficios y desafíos le han aportado estas alianzas?	
08	¿Cómo promociona su empresa sus productos o servicios en el mercado objetivo? ¿Qué canales de comunicación y distribución utiliza y por qué?	
09	¿Cómo se integra su empresa con la comunidad local del mercado objetivo? ¿Qué acciones de responsabilidad social, filantropía o patrocinio realiza o planea realizar?	
Subcategoría: Entorno competitivo y regulatorio. Indicador: Particularidades del mercado objetivo. Globalización y expansión de negocios.		
10	¿Qué características o particularidades tiene el mercado objetivo que lo hacen atractivo para su empresa? ¿Qué oportunidades y amenazas ha identificado en ese mercado?	
11	¿Cómo ha influido la globalización y la expansión de negocios en la estrategia de su empresa? ¿Qué ventajas competitivas ha logrado o busca lograr con su internacionalización?	
12	¿Cómo gestiona su empresa las relaciones con sus proveedores, intermediarios y otros actores relevantes en el mercado objetivo? ¿Qué criterios utiliza para seleccionarlos y evaluarlos?	
13	¿Cómo se adapta su empresa a las diferencias culturales, legales, éticas y	

	normativas que existen entre su país de origen y el mercado objetivo? ¿Qué desafíos o beneficios le ha traído esta adaptación?	
14	¿Cómo se prepara su empresa para enfrentar posibles crisis o contingencias que puedan afectar sus operaciones internacionales? ¿Qué planes, protocolos y recursos tiene disponibles para este fin?	
15	¿Cómo se retroalimenta su empresa de las experiencias, aprendizajes y buenas prácticas que obtiene de sus operaciones internacionales? ¿Qué mecanismos, indicadores y procesos utiliza para este fin?	
Subcategoría: Acuerdos comerciales y las alianzas estratégicas		
Indicador: Eficiencia, costo y calidad		
16	¿Qué nivel de eficiencia, costo y calidad tiene su empresa en comparación con sus competidores locales e internacionales? ¿Qué acciones ha implementado o planea implementar para mejorar estos aspectos?	
17	¿Cómo mide su empresa la satisfacción y la fidelidad de sus clientes en el mercado objetivo? ¿Qué estrategias ha implementado o planea implementar para incrementar estos indicadores?	
18	¿Qué objetivos, metas y planes tiene su empresa para el corto, mediano y largo plazo en el mercado objetivo? ¿Qué estrategias, acciones y recursos ha definido para alcanzarlos?	
Subcategoría: Acuerdos comerciales y las alianzas estratégicas		
Indicador: Mano de obra		
19	¿Qué tipo de mano de obra requiere su empresa para operar en el mercado objetivo? ¿Qué dificultades o facilidades ha encontrado para contratar, capacitar y retener al personal adecuado?	
20	¿Cómo maneja su empresa los posibles conflictos o reclamos que puedan surgir con sus clientes, proveedores, socios o autoridades en el mercado	

	objetivo? ¿Qué mecanismos de solución utiliza y con qué resultados?	
Subcategoría: Acuerdos comerciales y las alianzas estratégicas		
Indicador: Infraestructura industrial		
21	¿Qué tipo de infraestructura industrial necesita su empresa para producir y distribuir sus productos o servicios en el mercado objetivo? ¿Qué condiciones o limitaciones ha enfrentado o prevé enfrentar en este sentido?	
22	¿Cómo se diferencia su empresa de sus competidores en el mercado objetivo? ¿Qué atributos o valores le agregan valor a sus productos o servicios?	
23	¿Qué dificultades, riesgos o amenazas ha enfrentado o prevé enfrentar su empresa en el mercado objetivo? ¿Qué medidas, alternativas o soluciones ha implementado o planea implementar para superarlos?	
Subcategoría: Acuerdos comerciales y las alianzas estratégicas		
Indicador: Políticas gubernamentales		
24	¿Qué políticas gubernamentales afectan positiva o negativamente a su empresa en el mercado objetivo? ¿Qué acciones ha realizado o planea realizar para aprovechar las oportunidades o superar los obstáculos que le generan estas políticas?	
25	¿Cómo se financia su empresa para realizar sus operaciones internacionales? ¿Qué fuentes de financiamiento utiliza y con qué condiciones?	
Subcategoría: Acuerdos comerciales y las alianzas estratégicas		
Indicador: Precios competitivos		
26	¿Cómo determina su empresa los precios de sus productos o servicios en el mercado objetivo? ¿Qué factores considera para establecer precios competitivos que le permitan maximizar sus beneficios y su participación de mercado?	
27	¿Cómo protege su empresa sus derechos de propiedad intelectual e industrial en el mercado objetivo? ¿Qué medidas ha tomado o planea	

	tomar para evitar la piratería, la falsificación o la competencia desleal?	
28	¿Qué logros, fortalezas o ventajas ha obtenido o espera obtener su empresa en el mercado objetivo? ¿Qué factores, condiciones u oportunidades han contribuido o contribuirán a ello?	
Subcategoría: Acuerdos comerciales y las alianzas estratégicas		
Indicador: Acuerdos comerciales		
29	¿A qué acuerdos comerciales se acoge su empresa para exportar a su mercado objetivo? ¿Qué ventajas y desventajas le han brindado estos acuerdos?	
30	¿Cómo se organiza su empresa internamente para gestionar sus operaciones internacionales? ¿Qué estructura, funciones y roles tiene asignados para este fin?	

Anexo 3. Matriz de Categorización

Ámbito temático	Problema de investigación	Problema general	Objetivo general	Problemas específicos	Objetivos específicos	Categorías	Subcategorías	Instrumentos	Técnicas
Brechas en la importación de artículos tecnológicos	la falta de infraestructura logística adecuada también puede ser un obstáculo para la importación de artículos tecnológicos, ya que puede generar costos adicionales y retrasos en la entrega de los productos. Asimismo, la falta de información sobre los requisitos legales y normativos para importar ciertos productos tecnológicos puede ser una barrera para las empresas que desean ingresar al mercado peruano (Aldava Palomino y Lazaro Moreno, 2020).	¿Cómo afectan las brechas en la importación de artículos tecnológicos de la empresa JL Business and Service, Lima, Año 2024?	Analizar cómo afectan las brechas en la importación de artículos tecnológicos de la empresa JL Business and Service, Lima, Año 2024.	¿Cómo es la protección de mercados en el proceso de importación de artículos tecnológicos por parte de JL Business and Service?	Examinar la protección de mercados en el proceso de importación de artículos tecnológicos por parte de JL Business and Service.	Brechas y en la internacionalización de artículos tecnológicos	Protección de mercados.	Guía de entrevistas Bitácora de campo	Entrevista y análisis documental
							Participantes		
				¿Cómo afecta la volatilidad de las divisas la rentabilidad de los negocios internacionales en la empresa JL Business and Service?	Identificar como afecta la volatilidad de las divisas la rentabilidad de los negocios internacionales en la empresa JL Business and Service		Volatilidad de las divisas.		
				¿Cómo se presenta el entorno competitivo y regulatorio en el mercado nacional e internacional en el proceso de importación de artículos tecnológicos?	Evaluar el entorno competitivo y regulatorio en el mercado nacional e internacional en el proceso de importación de artículos tecnológicos		Entorno competitivo y regulatorio.		
				¿Cuáles son los acuerdos comerciales y las alianzas estratégicas entre países latinoamericanos para el acceso a productos tecnológicos?	Describir los acuerdos comerciales y las alianzas estratégicas entre países latinoamericanos para el acceso a productos tecnológicos.		Acuerdos comerciales y las alianzas estratégicas		


Anexo 4. Matriz de categorización para el procesamiento de la información

Variable		Categorías		Subcategorías		Guía de entrevista estructurada	
Código	Nombre	Código	Nombre	Código	Nombre	Código	
C1	Brechas en la importación de artículos tecnológicos	C1.1	Brechas y en la internacionalización de artículos tecnológicos	C1 1.1	Protección de mercados.	C1 1.1.1	¿Qué tipo de barreras arancelarias y no arancelarias enfrenta su empresa al importar a su mercado objetivo?
						C1 1.1.2	¿Cómo evalúa su empresa el impacto de sus operaciones internacionales en el medio ambiente, la sociedad y la cultura del mercado objetivo? ¿Qué medidas ha adoptado o planea adoptar para minimizar los efectos negativos y maximizar los positivos?
						C1 1.1.3	¿Cómo se comunica su empresa con sus empleados, clientes, proveedores y socios en el mercado objetivo? ¿Qué herramientas, medios y lenguajes utiliza y por qué?
				C1 1.2	Volatilidad de las divisas.	C1 1.2.1	¿Qué medidas ha tomado su empresa para mitigar el riesgo cambiario en sus operaciones internacionales?
						C1 1.2.2	¿Qué tipo de investigación de mercado realiza su empresa para conocer las necesidades, preferencias y comportamientos de los consumidores del mercado objetivo? ¿Qué fuentes de información utiliza y con qué frecuencia las actualiza?
						C1 1.2.3	¿Cómo se capacita su empresa para mantenerse al día con las tendencias, innovaciones y cambios que ocurren en el mercado objetivo? ¿Qué recursos, métodos y frecuencia utiliza para este fin?
				C1 1.3	Entorno competitivo y regulatorio	C1 1.3.1	¿Con qué socios estratégicos cuenta su empresa para facilitar su acceso al mercado objetivo? ¿Qué beneficios y desafíos le han aportado estas alianzas?
						C1 1.3.2	¿Cómo promociona su empresa sus productos o servicios en el mercado objetivo? ¿Qué canales de comunicación y distribución utiliza y por qué?
						C1 1.3.3	¿Cómo se integra su empresa con la comunidad local del mercado objetivo? ¿Qué acciones de responsabilidad social, filantropía o patrocinio realiza o planea realizar?

					C1 1.3.4	¿Qué características o particularidades tiene el mercado objetivo que lo hacen atractivo para su empresa? ¿Qué oportunidades y amenazas ha identificado en ese mercado?
					C1 1.3.5	¿Cómo ha influido la globalización y la expansión de negocios en la estrategia de su empresa? ¿Qué ventajas competitivas ha logrado o busca lograr con su internacionalización?
					C1 1.3.6	¿Cómo gestiona su empresa las relaciones con sus proveedores, intermediarios y otros actores relevantes en el mercado objetivo? ¿Qué criterios utiliza para seleccionarlos y evaluarlos?
					C1 1.3.7	¿Cómo se adapta su empresa a las diferencias culturales, legales, éticas y normativas que existen entre su país de origen y el mercado objetivo? ¿Qué desafíos o beneficios le ha traído esta adaptación?
					C1 1.3.8	¿Cómo se prepara su empresa para enfrentar posibles crisis o contingencias que puedan afectar sus operaciones internacionales? ¿Qué planes, protocolos y recursos tiene disponibles para este fin?
					C1 1.3.9	¿Cómo se retroalimenta su empresa de las experiencias, aprendizajes y buenas prácticas que obtiene de sus operaciones internacionales? ¿Qué mecanismos, indicadores y procesos utiliza para este fin?
			C1 1.4	Acuerdos comerciales y las alianzas estratégicas	C1 1.4.1	¿Qué nivel de eficiencia, costo y calidad tiene su empresa en comparación con sus competidores locales e internacionales? ¿Qué acciones ha implementado o planea implementar para mejorar estos aspectos?
					C1 1.4.2	¿Cómo mide su empresa la satisfacción y la fidelidad de sus clientes en el mercado objetivo? ¿Qué estrategias ha implementado o planea implementar para incrementar estos indicadores?
					C1 1.4.3	¿Qué objetivos, metas y planes tiene su empresa para el corto, mediano y largo plazo en el mercado objetivo? ¿Qué estrategias, acciones y recursos ha definido para alcanzarlos?
					C1 1.4.4	¿Qué tipo de mano de obra requiere su empresa para operar en el mercado objetivo? ¿Qué dificultades o facilidades ha encontrado para contratar, capacitar y retener al personal adecuado?
					C1 1.4.5	¿Cómo maneja su empresa los posibles conflictos o reclamos que puedan surgir con sus clientes, proveedores, socios o autoridades en el mercado objetivo? ¿Qué mecanismos de solución utiliza y con qué resultados?

						C1 1.4.6	¿Qué tipo de infraestructura industrial necesita su empresa para producir y distribuir sus productos o servicios en el mercado objetivo? ¿Qué condiciones o limitaciones ha enfrentado o prevé enfrentar en este sentido?
						C1 1.4.7	¿Cómo se diferencia su empresa de sus competidores en el mercado objetivo? ¿Qué atributos o valores le agregan valor a sus productos o servicios?
						C1 1.4.8	¿Qué dificultades, riesgos o amenazas ha enfrentado o prevé enfrentar su empresa en el mercado objetivo? ¿Qué medidas, alternativas o soluciones ha implementado o planea implementar para superarlos?
						C1 1.4.9	¿Qué políticas gubernamentales afectan positiva o negativamente a su empresa en el mercado objetivo? ¿Qué acciones ha realizado o planea realizar para aprovechar las oportunidades o superar los obstáculos que le generan estas políticas?
						C1 1.4.10	¿Cómo se financia su empresa para realizar sus operaciones internacionales? ¿Qué fuentes de financiamiento utiliza y con qué condiciones?
						C1 1.4.11	¿Cómo determina su empresa los precios de sus productos o servicios en el mercado objetivo? ¿Qué factores considera para establecer precios competitivos que le permitan maximizar sus beneficios y su participación de mercado?
						C1 1.4.12	¿Cómo protege su empresa sus derechos de propiedad intelectual e industrial en el mercado objetivo? ¿Qué medidas ha tomado o planea tomar para evitar la piratería, la falsificación o la competencia desleal?
						C1 1.4.13	¿Qué logros, fortalezas o ventajas ha obtenido o espera obtener su empresa en el mercado objetivo? ¿Qué factores, condiciones u oportunidades han contribuido o contribuirán a ello?
						C1 1.4.14	¿A qué acuerdos comerciales se acoge su empresa para exportar a su mercado objetivo? ¿Qué ventajas y desventajas le han brindado estos acuerdos?
						C1 1.4.15	¿Cómo se organiza su empresa internamente para gestionar sus operaciones internacionales? ¿Qué estructura, funciones y roles tiene asignados para este fin?

Anexo 5. Validación de instrumentos por expertos

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la investigación:	"ANÁLISIS DE BRECHAS EN LA IMPORTACIÓN DE ARTICULOS TECNOLÓGICOS DE LA EMPRESA JL BUSINESS AND SERVICE, LIMA, AÑO 2024"			
Línea de investigación:	Cultura exploradora, comercio internacional y responsabilidad social.			
Apellidos y nombres del experto:	Mg. Ursula Gonzales			
El instrumento de medición pertenece a la variable:		Cualitativa		
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Ítem	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	x		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	x		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	x		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	x		
Sugerencias: Sugiero que especifiquen que brechas van analizar en el título.				
Firma del experto:				
				

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	"ANÁLISIS DE BRECHAS EN LA IMPORTACIÓN DE ARTICULOS TECNOLÓGICOS DE LA EMPRESA JL BUSINESS AND SERVICE, LIMA, AÑO 2024"
Línea de investigación:	Cultura exploradora, comercio internacional y responsabilidad social.
Apellidos y nombres del experto:	Mg. Juan Ramón Méndez Vicuña
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Cualitativa

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

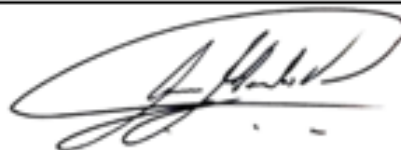
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		Ninguna
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		Ninguna
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		Ninguna
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		Ninguna
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		Ninguna
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		Ninguna
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		Ninguna
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		Ninguna
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		Ninguna
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		Ninguna
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		Ninguna


Sugerencias:

Ninguna

Firma del experto:

Mg. Juan Ramón Méndez Vicuña
DNI. 07314387



MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la investigación:	"ANÁLISIS DE BRECHAS EN LA IMPORTACIÓN DE ARTÍCULOS TECNOLÓGICOS DE LA EMPRESA JL BUSINESS AND SERVICE, LIMA, AÑO 2024"			
Línea de investigación:	Desarrollo sostenible y Gestión empresarial			
Apellidos y nombres del experto:	Mg. Tania Moran Romero			
El instrumento de medición pertenece a la variable:		Cualitativa		
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Ítem	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		Ninguna
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		Ninguna
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		Ninguna
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		Ninguna
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		Ninguna
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están repetidas?	X		Ninguna
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		Ninguna
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		Ninguna
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		Ninguna
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		Ninguna
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		Ninguna
Sugerencias: Ninguna				
Firma del experto <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  Tania Moran Romero 41404707 </div>				