



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

“IMPORTACIÓN DE MONTURAS OFTÁLMICAS PARA
INCREMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA ÓPTICA
VISUAL PERFECT, LIMA 2017.”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autoras:

Bach. Prada Oliva Tatyana Carolina

Bach. Román Calle Claudia Luz

Asesora:

Lic. Mónica Zavala Soto

Lima – Perú

2018

APROBACIÓN DE LA TESIS

La asesora Mónica Ivonne Zavala Soto y los miembros del jurado evaluador asignados,
APRUEBAN la tesis desarrollada por la Bachiller **Tatyana Carolina Prada Oliva y
Claudia Luz Román Calle**, denominada:

**“IMPORTACIÓN DE MONTURAS OFTÁLMICAS PARA INCREMENTAR LA
RENTABILIDAD DE LA ÓPTICA VISUAL PERFECT, LIMA 2017.”**

Lic. Mónica Zavala Soto

ASESOR

Mg. Berenice Cajavilca Gonzales

JURADO

PRESIDENTE

Mg. Willy Aguilar Morante

JURADO

Mg. Alberto Rojas Balletta

JURADO

DEDICATORIA

Dedicamos esta Tesis a nuestros padres por su apoyo incondicional en todo momento, por inculcarnos sus valores, motivación y consejo constantemente que ha permitido desarrollarnos como personas de bien, así mismo a nuestra familia, amigos y profesores que nos ayudaron mostrándonos su apoyo y ánimo hasta el final, para hacer posible este trabajo.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por su apoyo espiritual y por darnos sabiduría. Agradecemos a nuestra familia que nos apoyaron de forma incondicional. A nuestra asesora Lic. Mónica Zavala, por su apoyo académico en el desarrollo de este trabajo de tesis. A nuestra querida Universidad Privada del Norte de Comas, Por ser nuestra Alma Máter, el lugar donde pasamos estos años de nuestra vida aprendiendo y formándonos para el hoy y el mañana.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1.INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad problemática	11
1.2. Formulación del problema	13
1.2.1 Problema General	13
1.2.2 Problemas específicos	13
1.3. Justificación	13
1.4. Limitaciones.....	14
1.5. Objetivos.....	14
1.5.1. Objetivo general	14
1.5.2. Objetivos específicos.....	14
CAPÍTULO 2.MARCO TEÓRICO	15
2.1. Antecedentes	15
2.1.1. Variable: Importación	15
2.1.2. Variable: Rentabilidad.....	18
2.2. Bases teóricas.....	22
2.2.1. Variable independiente: Importación	22
2.2.2. Proceso logístico internacional de importación/exportación	23
2.2.2.1. Proveedor	23
2.2.2.2. Distribución	25
2.2.2.3. Comprador.....	25
2.2.3. Sistema Importa Fácil.....	26
2.2.4. Régimen de Importación definitiva.....	28
2.2.4.1. Importación para el consumo	28
2.2.4.2. Condiciones para el Importador	29
2.2.4.3. Mercancías restringidas y prohibidas	30
2.2.4.4. Plazos para Destinar las Mercancías	30
2.2.4.5. En el Caso de Mercancías Destinadas Previamente:.....	31
2.2.5. Variable dependiente: Rentabilidad	33
2.2.5.1. Tipos de rentabilidad.....	34

2.2.5.2. Rentabilidad sobre los activos (Return On Assets: ROA)	34
2.2.5.3. Rentabilidad sobre la inversión (Return On Investment: ROI):...	35
2.2.5.4. Rentabilidad sobre el patrimonio (Return On Equity: ROE):	35
2.2.5.5. Otros indicadores.....	35
2.2.5.6. Ingresos	37
2.2.5.7. Gasto	39
CAPÍTULO 3.METODOLOGÍA	42
3.1. Operacionalización de variables	42
3.2. Diseño de investigación	43
3.3. Unidad de estudio	43
3.4. Población	43
3.5. Muestra (muestreo o selección)	43
3.6. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos	43
3.7. Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos	44
CAPÍTULO 4.RESULTADOS.....	45
4.1. Análisis descriptivo.....	45
4.2. Análisis Inferencial	53
4.2.1. Normalidad.....	53
4.2.2. Prueba para definir la Hipótesis General.....	55
4.2.3. Prueba para definir la Hipótesis Específica 1	58
4.2.4. Prueba para definir la Hipótesis Específica 2.....	60
4.2.5. Prueba para definir la Hipótesis Específica 3.....	63
CAPÍTULO 5.DISCUSIÓN	66
CONCLUSIONES	70
RECOMENDACIONES	72
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	73
ANEXOS	73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla n.º1.4 : Facturas comerciales de la empresa Óptica Visual Perfect, 2017	45
Tabla n.º2.4 : Estado financiero de la empresa Óptica Visual Perfect, 2010 – 2017	48
Tabla n.º3.4: Utilidad neta de la empresa Óptica Visual Perfect, según tipo de proveedor, 2010 – 2017	52
Tabla n.º4.4 : Prueba de normalidad de las variables Ventas, Ingresos, Gastos y Costos	54
Tabla n.º5.4 : Estadísticas de la variable Costos	55
Tabla n.º6.4 : Prueba T para muestras independientes en la variable Costo.....	56
Tabla n.º7.4 : Estadísticas de la variable Ventas	58
Tabla n.º8.4 : Prueba T para muestras independientes en la variable Ventas	59
Tabla n.º9.4 : Estadísticas de la variable Ingresos	61
Tabla n.º10.4 : Prueba T para muestras independientes en la variable Ingresos.....	61
Tabla n.º11.4: Estadísticas de la variable Gastos	63
Tabla n.º12.4 : Prueba T para muestras independientes en la variable Gastos	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración n.º1.4 : Cantidad de ventas de lentes (monturas + par de lunas) de la Óptica Visual Perfect, según proveedor, 2010 – 2017	49
Ilustración n.º2.4 : Ingresos de la Óptica Visual Perfect, según proveedor, 2010 – 2017	50
Ilustración n.º3.4 : Gastos de la Óptica Visual Perfect, según proveedor, 2010 – 2017	50
Ilustración n.º4.4 : Gastos de la Óptica Visual Perfect, según proveedor, 2010 – 2017	51
Ilustración n.º5.4 : Utilidad neta de la empresa Óptica Visual Perfect, según tipo de proveedor, 2010 – 2017	52

RESUMEN

La presente investigación tiene por objeto determinar de qué manera la importación de monturas oftálmicas influye en la rentabilidad de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017. El estudio se realizó bajo un enfoque cuantitativo, descriptivo, no experimental, longitudinal y de tendencia, utilizando como población los Estados Financieros y Facturas Comerciales de la empresa Óptica Visual Perfect, correspondiente al periodo 2010 – 2017. No se definió tamaño de muestra dado que se trabajó con toda la población.

Los resultados de la investigación concluyeron que el costo promedio del proveedor internacional (S/. 36950.00 soles) fue menor que el costo promedio del proveedor nacional (S/. 42300.00 soles), las ventas promedio del proveedor internacional (S/. 1165.00 soles), fue mayor que las ventas promedio del proveedor nacional (S/. 979 soles), el ingreso promedio por ventas de montura teniendo un proveedor internacional (S/. 43 045.00 soles) fue mayor que el ingreso promedio por ventas de montura teniendo un proveedor nacional (S/. 41 41275.00 soles) y el gasto promedio por compras de montura teniendo un proveedor internacional (S/. 43045.00 soles) fue mayor con respecto al gasto promedio por compras de montura teniendo un proveedor nacional (S/. 41 412.75.00 soles), aunque esto se debe a una mayor importación de monturas oftálmicas que permitió generar mayores ganancias a la empresa.

Palabras Claves: Importación; Rentabilidad; Monturas oftálmicas.

ABSTRACT

The present investigation is aimed at determine how the importation of ophthalmic frames influences the profitability of Visual Perfect Optics, Lima 2017. The study was conducted under a quantitative, descriptive, non-experimental, and longitudinal and trend approach, using as a population the Financial Statements and Commercial Invoices of the Optical Visual Perfect Company, corresponding to the period 2010 - 2017. No sample size was defined since worked with the whole population.

The results of the investigation concluded that the average cost of the international provider

(S / . 2650.00 soles) was lower than the average cost of the national provider (S / . 42300.00 soles), the average sales of the international provider (S / .1665.00 soles) was higher than the average sales of the national supplier (S / .979 soles), the average income from sales of frames having an international supplier (S / .4345.00 soles) was higher than the average income from sales of frames having a national supplier (S / .41412.75.00 soles) and the average expense for mounting purchases with an international supplier (S / .4345.00 soles) was higher with respect to the average expense for mounting purchases with a national supplier (S / .41.41275.00 soles). Although this is due to a greater importation of ophthalmic frames that allowed generating greater profits to the company.

Keywords: Import; Profitability; Ophthalmic frames.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

El contexto global se encuentra constantemente de nuevas y mayores tendencias, producto de las condiciones del mercado, y las exigencias del consumidor. Esta coyuntura conlleva a las empresas a generar estratégicamente alternativas a los clientes, a través de la innovación y creatividad en el desarrollo de productos y servicios. Por ello, a fin de consolidarse en el mundo de los negocios, las empresas deben aprovechar estas necesidades y transformarlas en oportunidades de inversión con impacto positivo, tanto para el consumidor como para su rentabilidad. En efecto, toda decisión de inversión involucra un nivel de riesgo, el cual debe evaluarse exhaustivamente, antes de introducirse a un mercado cautivo; al igual que proyectar los beneficios a largo plazo. Para lograrlo, es necesario contar con asesoramientos en la conformación de planes estratégicos así estudios de mercado que brinden información confiable para una toma de decisiones acertada.

En efecto, según una investigación de la Universidad Pontificia Universidad Javeriana (2016), una oportunidad de negocio es la importación de productos desde que el productor incide directamente en la reducción de costos en materias primas, permitiendo bajo una buena gestión y responsabilidad empresarial, se disponga de un mayor capital de inversión y de mejores perspectivas económicas del negocio.

El mercado local cuenta con la presencia de una gama amplia de marcas reconocidas a nivel mundial, así como marcas nuevas en búsqueda de un posicionamiento acelerado. En esa línea, se constituyen también como ejes transversales en la cadena de distribución, siendo a su vez importadores y distribuidores hacia otros intermediarios, en su mayoría cadenas mayoristas,

empresas del sector comercial y público en general. Esta acción impulsa a generar precios cada vez más competitivos en el mercado, mejorando el margen de utilidad, y a su vez reduciendo los costos de importación, el cual se ve favorecido por tratados internacionales a través de la exoneración de aranceles.

Visual Perfect, es una empresa dedicada al rubro óptico en la importación y comercialización de productos ópticos. Cuenta con 20 años de servicios en el mercado de distribución de monturas, gafas y accesorios ópticos. En un primer momento Visual Perfect adquiría sus monturas a un proveedor nacional a precios elevados, en cuanto al envío de la mercadería se demoraban muchos días, aparte de ello la mercadería venía fallada y no contaban con un stock suficiente para vender.

Todos estos inconvenientes llevaron a la empresa a contactarse con un proveedor extranjero para importar y distribuir sus propias monturas oftálmicas. Frente a ello, el proceso de importación se convierte en una herramienta positiva para la empresa Visual Perfect, produciendo cambios positivos, y que, efectuado correctamente, son beneficiosos y repercuten positivamente a la empresa, logrando mejorar su distribución, diversificación y rentabilidad frente a un mundo empresarial dinámico para tomar decisiones oportunas y contribuir a la solidez de la empresa.

Son pocas las empresas que importan monturas oftálmicas, de modo que la empresa ve como gran oportunidad de realizar el tema de estudio de la presente investigación, habiendo bajo tal contexto un gran potencial de poder mantenerse en ese rubro, generando ganancias importantes cuando los productos son directamente adquiridos desde el proveedor extranjero y no a través del proveedor nacional.

1.2. Formulación del problema

1.2.1 Problema General

- ¿De qué manera la importación de monturas oftálmicas influye en la rentabilidad de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿De qué manera la importación de monturas oftálmicas influye en las ventas de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017?
- ¿De qué manera la importación de monturas oftálmicas influye en los ingresos de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017?
- ¿De qué manera la importación de monturas oftálmicas influye en los gastos de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017?

1.3. Justificación

Justificación académica

El presente trabajo de investigación nos servirá para aplicar los conocimientos aprendidos a lo largo de nuestra carrera y de igual manera también será válida como aporte a la sociedad para los tesistas, consultores, académicos y en general investigadores del sector que deseen reforzar, complementar y proponer nuevos conocimientos de la materia de estudio.

1.4. Limitaciones

- El tiempo disponible para la recolección de la información ha sido muy limitante dado los compromisos personales como laborales. Superando esa dificultad, la investigación se desarrolló con eficiencia.
- En el factor económico, tuvimos inconvenientes ya que dejamos de laborar en un determinado momento en que hacíamos la tesis, sin embargo, con ayuda de nuestras familias pudimos culminar con nuestro trabajo de investigación.
- Otra dificultad fue encontrar la información sobre nuestra investigación, sin embargo, encontramos respuestas concretas garantizando la calidad de nuestra tesis.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

- Determinar de qué manera la importación de monturas oftálmicas influye en la rentabilidad de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017.

1.5.2. Objetivos específicos

- Explicar de qué manera la importación de monturas oftálmicas influye en las ventas de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017.
- Describir de qué manera la importación de monturas oftálmicas influye en los ingresos de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017.
- Definir de qué manera la importación de monturas oftálmicas influye en los gastos de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Variable: Importación

Internacional

En la ciudad de Bogotá, Colombia 2015, el Sr. Alejandro Alfaro presentó la tesis titulada “Análisis de factibilidad de una red de abastecimiento para la importación de monturas y lentes oftálmicos estándares, con el fin de reducir los costos; el autor realizará un estudio de factibilidad que es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones de una red de abastecimiento para la importación de monturas y de lentes de proveedores internacionales para Arte Óptico, que permita reducir sus costos de adquisición. De acuerdo al método de investigación, se realizó las siguientes actividades: Conversar con los propietarios de la óptica con el fin de obtener información clave y necesaria para el diagnóstico. Investigar la situación actual del mercado óptico en Colombia. Contactar y evaluar proveedores de monturas y lentes en otros países para conseguir precios e información relacionada con las características de los productos, promociones y facilidades que ofrecen. Definir el Incoterm y el tipo de transporte a utilizar para la importación. Diseñar la forma de medir los resultados de cada indicador. Registrar los ingresos y los egresos obtenidos por arte óptico dentro de un periodo específico. Con las actividades ya sugeridas se ha llegado a las siguientes conclusiones: Es factible el diseño de una nueva red de abastecimiento para la importación de monturas y lentes oftálmicos, los precios internacionales de los productos analizados en este trabajo de grado, son para monturas y lentes en promedio respectivamente 46% y 54% menores a los que ofrecen los proveedores nacionales, los costos logísticos que implica el proceso mismo de importación hacen que este porcentaje disminuya, por ende, éstos se deben optimizar con el fin de obtener mayores beneficios en la ejecución del proceso.

Gracias a la globalización y a las redes de comunicación se ha convertido en una tarea más fácil, pues a través de correos, herramientas como Skype y páginas web como Alibaba. Se pueden contactar de forma rápida y segura proveedores internacionales con el fin de establecer negociaciones. Fue de vital importancia para la evaluación de los proveedores haber manejar criterios que permitieran escoger aquel que no sólo cumpliera el requerimiento de precio competitivo, se determina que se empleará para la importación el Incoterm FCA.

En la ciudad de Quito, Ecuador, la Srta. Paulina Ruiz, presentó la tesis titulada “Proyecto de pre-factibilidad para la importación de lentes oftálmicas desde Barcelona - España”, para la presente investigación se realizará un estudio exploratorio porque se requiere investigar la maquinaria y los procesos de tallado y pulimiento de las lentes oftálmicas para así obtener un producto final de alta calidad y sea este utilizado por pacientes satisfaciendo las necesidades de los mismos y a la vez mejorando así su estilo de vida. También se utilizaron las siguientes técnicas de investigación: Revisión bibliográfica, la observación y la encuesta, siendo ésta última donde se aplicaron a personas que nos proporcionen información relevante de los aspectos presentes en todos los componentes del proyecto. En síntesis, se ha llegado que siendo Ecuador un país el cual no posee la maquinaria necesaria para la fabricación de lentes oftálmicas se ve en la necesidad de ser un importador al 100% lo cual le da factibilidad a nuestro proyecto. Se determina que hay una demanda insatisfecha de lentes oftálmicas de acuerdo a nuestro estudio de mercado ya que el incremento de la población junto con los problemas ambientales y el uso continuo del computador, crece mesuradamente la demanda. El Incoterm que se escogió es el término FCA (Free Carrier) “Libre transportista (lugar convenido)” significa que el vendedor entrega la mercadería con toda la documentación legalizada, al transportista propuesto por el comprador, en el lugar o punto acordado.

El comprador es el que contrata el medio de transporte, paga el flete y seguro. La vía que se utilizará es la aérea en razón de la distancia que se encuentra España

para la llegada de la mercadería al país y al bajo volumen de la misma. Con la puesta en marcha de este proyecto se brinda una oportunidad de negocio generando utilidades para los socios y también creando nuevas fuentes de trabajo para los ecuatorianos.

Nacional

En la ciudad de Lima, Perú 2017, la Srta. Fiorella Pisano, presento la tesis titulada “Sistema de costeo para incrementar el margen de contribución de una empresa importadora de equipos médicos, Lima 2017, para lograr el título de grado, teniendo como objetivo general “Proponer un plan de costos de importación para incrementar el margen de contribución de una empresa importadora de equipos médicos Lima, 2017”, y evidenciar el incremento del margen de contribución por medio de un plan de costos de importación de equipos médicos. Asimismo, se realiza con un método mixto, porque requiere de la recopilación de información cualitativa y cuantitativa, una triangulación y luego una discusión de los datos obtenidos para la investigación. El diseño es del tipo no experimental, transversal – longitudinal porque se desarrolla una investigación precisa por medio de un modelo en un tiempo definido en la aplicación de los instrumentos cuantitativos y cualitativos. En síntesis, se ha llegado que la empresa importadora de equipamiento médico necesita en la actualidad un sistema de control de costos de importación para mercadería en régimen de depósito aduanero para licitaciones con el estado, que permita incrementar el margen de contribución en la empresa importadora de equipos médicos, esto con el propósito de una reducción en los costos de importación y obtener mayor rentabilidad para la empresa importadora de equipos médicos, llevado a cabo con el planeamiento elaborado por el contador, analista de costos y el ingeniero de sistema de la empresa con los casos encontrados de altos costos de la gama de equipos médicos de mayor costo en el mercado, para alcanzar una deseable colocación en el mercado y precios competitivos en el rubro de empresas de equipamiento médico. El importe de las

mercaderías importadas está conformado por el monto facturado por el distribuidor del exterior, según acuerdo de transacción anticipadamente coordinado (FOB, CIF, C&F, etc.), incluyendo desembolsos incididos para colocar el equipo en el almacén de la entidad, en los que están flete, seguro, derechos e impuestos de importación, transporte interno, gastos de aduana, etc. Se descartan los impuestos que poseen la posición de crédito tributario, y los gastos de intereses por financiación de la compra. Se diagnosticó como problema que debido a costeos erróneos en las importaciones de equipos médicos en régimen de depósito aduanero en Lima 2017 para proyectos hospitalarios, se pagan mayores costos en almacenaje en el período de doce meses.

2.1.2. Variable: Rentabilidad

Internacional

En la ciudad de Ambato, Ecuador 2015, la Srta. Andrea Santa María, presento la tesis titulada “Importación directa y la incidencia en la rentabilidad del centro Ortopédico Freire (COFA)”, para lograr el título de grado, teniendo como objetivo examinar la incidencia que tiene una importación directa para aumentar la rentabilidad del Centro Ortopédico Freire” e identificar la situación actual del Centro Ortopédico, analizando la rentabilidad que posee actualmente el Centro Ortopédico Freire al adquirir sus productos, y proponer un plan de Importación para mejorar la rentabilidad del Centro ortopédico Freire. También se manifiesta si la importación directa afecta a la rentabilidad del Centro Ortopédico Freire.

Asimismo, se realiza en base al enfoque cualitativo y exploratorio enmarcado en un paradigma crítico propositivo. La población está compuesta por 108 personas (Gerente General, Contadora y 106 clientes externos), calculándose una muestra de 85 personas, aplicando las encuestas al dueño y a los clientes del Centro Ortopédico Freire. En síntesis, se concluye que el Centro

Ortopédico Freire no realiza un análisis frecuente de rentabilidad ya que sus manejos son empíricos, sin detectar las falencias que han perjudicado con el tiempo a los clientes internos y externos en relaciona aspectos de inversión, costos, precios entre otros. La rentabilidad del Centro Ortopédico Freire se ha visto afectada de manera significativa debido a que adquiere productos de intermediarios, el cual encarece su costo y por ende el precio de venta al público. Los procesos de importación no se tienen con claridad dentro del Centro Ortopédico Freire por lo que existen falencias tales como: Impuestos, Regímenes, documentación, organismos reguladores, ya que anteriormente no se ha realizado importaciones.

Nacional

En la ciudad de Lima, Perú 2017, la Srta. Ana Flores, presento la tesis titulada “Gestión de Inventario para la mejora de la Rentabilidad en la empresa Universo Óptico SAC, 2017”, teniendo como propósito determinar como la gestión de inventario mejora la rentabilidad de la empresa Universo Óptico SAC, el método será el análisis cuantitativo de datos, porque las variables pueden expresarse en valores numéricos. Para demostrar las propuestas y analizar los datos se aplicarán métodos estadísticos, utilizando como técnicas de investigación la observación con el fin de recolectar información conveniente que será utilizado en la investigación. La población en la presente investigación son todos los artículos de los pedidos realizados durante seis meses, representada por 12 semanas antes que se medirá la situación actual y 12 semanas después que se medirá con la mejora implementada. Se ha llegado a las siguientes determinaciones: La gestión de inventario mejora la rentabilidad en la empresa Universo Óptico S.A.C., en donde el antes corresponde a una media de 0.48 de rendimiento sobre la inversión en inventario de los meses de abril, mayo y junio; mejorando a una media de 1.21

de rendimiento sobre la inversión en inventario efectuado en los meses de agosto, setiembre y octubre correspondientes a la implementación. Puesto que, al aplicarse las herramientas y métodos adecuados, como es la clasificación ABC de los productos, la planificación de la demanda con respecto a los pronósticos, y en base a esto, la implementación de un sistema de control de inventario de revisión periódica (P) mejorando la rentabilidad. Por consiguiente, la gestión de inventario reduce los costos finales de inventario en la empresa Universo Óptico S.A.C. en donde el antes corresponde a una media de 0.93 de los meses de abril, mayo y junio; mejorando a una media de 0.972 efectuado en los meses de agosto, setiembre y octubre correspondientes a la implementación. Puesto que, al implementarse un sistema de control de inventario de revisión periódica, la empresa realiza las compras de acuerdo con el nivel objetivo del inventario.

En la ciudad de Trujillo, Perú, el Sr. Paulo Padilla, presentó la tesis titulada “Propuesta de mejora en el área de logística para incrementar la rentabilidad en la empresa Unilap SAC”, para lograr incrementar la rentabilidad a través de la propuesta de mejora en el área logística de la empresa Unilap SAC”, teniendo como hipótesis general “La propuesta de mejora en el área de logística incrementa la rentabilidad de la empresa Unilap SAC”. Para la presente investigación se realizarán las actividades de compra: adquisición de insumos nacionales e importados. De almacenaje: recepción, control, clasificación de los insumos, componentes y de abastecer a las demás áreas. Tiene a su cargo: compras y almacén de repuestos, suministros y materiales generales. También se utilizaron los métodos como el modelo EOQ, análisis ABC y método 5S, para evaluar la gestión en el área, empleándose para ello las siguientes técnicas de ingeniería: Aprovechar la oportunidad de nuevos negocios, reclutar proveedores clasificados, reducir costos, optimizar los procesos de compra-venta, logrando mejorar la rentabilidad de la empresa Unilap SAC. Nuestras propuestas de mejora para la Gestión Logística fueron aplicadas correctamente, debido a que hubo un incremento positivo en los

indicadores de Gestión de la logística de la empresa, consecuentemente se logró aumentar la rentabilidad de la empresa Unilap S.A.C, el impacto no fue de grandes proporciones, debido a que solo se tomó como periodo de estudio un solo año, la propuesta y su mejora se va ver reflejado con el paso de los años, donde se podrá percibir el aumento de los indicadores que miden la rentabilidad de la empresa, esto refleja que nuestra participación y la realización de nuestra tesis ha sido exitosa. Se recomienda que continúen con las mejoras aplicadas, gestionándolo correctamente con los indicadores propuestos, que realicen consecuentemente las políticas de inventarios aplicado en nuestra tesis, para que puedan controlar el nivel de inventarios, el nivel de productos vencidos, la cantidad optima a pedir. Debe realizarse continuas capacitaciones con todo el personal directamente, debido a que el giro de la empresa depende de la optimización de las ventas en los productos que importamos desde España, así como los equipos, material médico y material de laboratorio.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Variable independiente: Importación

El término importación es un concepto muy utilizado en el mundo de los negocios que involucra básicamente una relación comercial entre dos países, además claro está, de inversión, ventas y transporte. Esto ocurre usualmente porque los países no son autosuficientes, es decir, existen productos no fabricados en su territorio pero que, sin embargo, son demandados por los consumidores, en esta línea, es donde la importación se vuelve una actividad importante para un país dado que le permite proveerse de productos y/o servicios que son escasos en su territorio o quizás también porque resultan ser más económicos y/o de bajo coste en comparación con el mercado nacional.

Esto, también lo refiere Arévalo, E. (2012), que define la importación como la “acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del régimen de importación al que se haya sido declarado”. (p. 56). Claro que, hay que tener en cuenta que existe un tema de regulación previo al ingreso de una mercancía extranjera, las cuales están relacionadas básicamente con documentos y certificados que acrediten el cumplimiento de los requisitos exigidos por ley.

También, hay que precisar, que todas estas actividades son efectuadas por importadores, que en su calidad de personas naturales y/o empresas dedicadas a la importación, forman parte de la cadena logística del mundo de los negocios y se vuelven de esta manera proveedores de mercancías extranjeras para el mercado local. Esta afirmación está relacionada con lo que menciona Peñafiel, M. (2015), que menciona que “la demanda de productos por los consumidores brinda nuevas oportunidades de negocios a las empresas dispuestas a importar” (p.66).

Bajo tal perspectiva, la importación comprende varias etapas donde se puede identificar diversos actores quienes efectúan una o varias actividades

determinadas para trasladar una mercadería desde su país de origen hacia el país de destino, bajo la premisa de un transporte en forma segura y oportuna.

A continuación, se detallan los principales actores que participan en el proceso logístico internacional de importación y exportación, así como las actividades que efectúan cada uno, donde para efectos prácticos, se subdividen en tres: (1) Operación de compra, (2) Distribución y (3) Comprador.

2.2.2. Proceso logístico internacional de importación/exportación

2.2.2.1. Proveedor

Vendedor (Exportador): Son empresas proveedoras de mercaderías las cuales desarrollan estrategias de exportación para negociar y vender sus productos en mercados de otros países.

Aquí, lo primero que tenemos que hacer como importadores es asegurarnos de que el proveedor o exportador del producto sea una empresa confiable, responsable y cumpla con las exigencias de importación que consensuemos, tanto en términos de tiempo de entrega como en la calidad del producto. Por ende, la selección del proveedor resulta ser un primer paso crítico, luego del cual ya se puede efectuar un contrato de compra – venta internacional donde ambas partes especifiquen las responsabilidades y obligaciones de cada uno: cantidad de productos, calidad, tiempo de entrega, modo de pago, incoterm, penalidades, etc.

El Incoterm: Son aquellos estándares de compra y venta internacional, que determinan las responsabilidades del exportador e importador durante una transacción internacional. Para la presente investigación, se utilizará el Incoterm FOB, que se detalla a continuación.

FOB (Free On Board – Franco a bordo): El exportador es responsable entregar la mercadería a bordo del buque. Dicho Incoterm incluye los siguientes conceptos:

- El producto a adquirir.
- La paletización de la carga.
- El transporte hasta el puerto de embarque.
- Los trámites aduaneros
- Los gastos de estiba portuaria.

Producción: Son todos los productos que fabrica el exportador en un periodo determinado y bajo determinados estándares de calidad.

Aquí, luego de haber consensuado el contrato de compra – venta internacional, el exportador debe asegurarse de contar con todos los productos requeridos por el importador para luego poder ser enviados a su nuevo destino. Usualmente el exportador ya cuenta con un stock del producto solicitado e incluso efectúa envíos de muestra para que el importador valore directamente el próximo producto a adquirir.

Transporte interno: Se refiere al transporte o desplazamiento de los productos fabricados por la empresa desde el almacén o depósito de la empresa hacia un almacén aduanero.

Almacén aduanero: Es el lugar autorizado por la autoridad aduanera del exportador para la recepción, almacenamiento, carga y descarga de mercancías que son objeto de comercio internacional.

Aduana (país de origen): Situado estratégicamente en puertos, aeropuertos y zonas fronterizas, el rol de la agencia de aduana se enmarca para este caso de exportación en registrar, administrar y regular el flujo de salida del producto exportado.

Agencia de carga (país de origen): Es la empresa encargada de organizar el embarque de la mercancía, usualmente consolidando o agrupando diferentes cargas que pertenecen a distintos consignatarios por razones económicas. Estas

operaciones de consolidación son realizadas en terminales de carga o depósitos aduaneros autorizados, cumpliendo para ello previamente con todos los requisitos documentarios exigidos y regulados por la Aduana de la localidad.

2.2.2.2. Distribución

Modo de transporte: Existen diversas alternativas de modo de transporte para aquellas empresas que deseen exportar. Las principales son: (a) Marítimo, (b), Aéreo, (c) Terrestre y (d) Ferroviario.

También tenemos la alternativa multimodal que ocurre cuando se emplea más de uno de los modos de transporte antes mencionados.

2.2.2.3. Comprador

Agencia de carga (país de destino): Similar a la agencia de carga del país exportador, pero aquí ocurre el sentido inverso. A la llegada del buque u otro medio de transporte en el país de destino el agente organiza la descarga de la mercancía y desconsolida la carga por consignatario, importador o dueño de la carga. Cabe precisar que, las operaciones de desconsolidación de carga son efectuadas en terminales de carga o depósitos aduaneros autorizados.

Aquí, el agente de carga se asegura de cumplir con todos los requisitos documentarios regulados por la aduana local para que el importador pueda retirar su mercancía sin inconvenientes.

Aduana (país de destino): Similar a la aduana del país exportador, se encuentran situados estratégicamente en puertos, aeropuertos y zonas fronterizas, y su rol se enmarca para este caso de importación en registrar, administrar y regular el flujo de entrada del producto importado.

Almacén aduanero: Similar al almacén del país exportador, es el lugar autorizado por la autoridad aduanera del importador para la recepción, almacenamiento, carga y descarga de mercancías que han sido objeto de comercio internacional.

Transporte interno: Se efectuar el transporte o desplazamiento de la mercadería importada hacia la fábrica o almacén o de la empresa importadora.

Importador: Son aquellas empresas cuya actividad se centra en adquirir mercancías del mercado exterior para revenderlos en el mercado nacional.

2.2.3. Sistema Importa Fácil

En adición a todo lo descrito, también hay que mencionar que la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) en su rol de promover y fortalecer el comercio de mercancías internacional creó en el año 2013 el Sistema Importa Fácil.

Dicho sistema fue formó parte de uno de los principales proyectos estratégicos del IIRSA que se denominó “Integración Comercial por Envíos Postales para MI Pymes” (MI Pymes: Micro, pequeña y medianas empresas), teniendo como base legal la Ley General de Aduanas (D. L. 1053) y el Reglamento del Régimen Aduanero Especial de Envíos Postales (DS N° 244-2013-EF).

Tal sistema, tuvo por objeto permitir la importación o exportación de mercancías, en forma sencilla y rápida, vía postal, pero con valor FOB máximo de hasta US\$2000 dólares, exceptuando las mercancías restringidas. De tal forma que si las mercancías contenidas en el envío tienen un valor hasta US\$200, no tendrá que efectuar ningún trámite aduanero ni pagar tributos a la importación, y se hará su entrega directa al destinatario. Caso contrario, si el valor supera los US\$200 y hasta US\$2000, podría estar afecto al pago de

tributos por la importación, debiendo cancelarlos en bancos autorizados, previo a su entrega al destinatario. Para ambos casos, hay que considerar un límite máximo de peso en la mercancía importada, la cual no deberá exceder de 31.5 Kg. No aplica importar vía Importa Fácil mercancías cuyo valor supere los US\$2000.

Para conocer la situación del envío de la mercancía, se puede consultar la misma en el Portal Web de la Sunat, en la opción “Consulta de envío postal”, teniendo que disponer del Documento Postal de Origen (DPO) proporcionado por el proveedor. El envío puede tener los siguientes estados: (1) Pendiente, (2) Distribución directa y (3) Asignado.

- Pendiente: La mercancía aún no pasa por control aduanero.
- Distribución Directa: La mercancía está disponible para que su entregue sin pago de tributos ni declaración aduanera.
- Asignado: La mercancía está en trámite ante la aduana, pudiendo terminar en uno de los siguientes estados: (a) Notificado, (b) Numerado, (c) Despacho presencial y (d) Retirado.
- Notificado: La mercancía esta observado por falta de documentación que sustente el valor ante aduanas.
- Numerado: La mercancía cuenta con una Declaración Importa Fácil (DIF) que requiere ser firmado previo al pago de los tributos de corresponder.
- Despacho presencial: La mercancía solo puede entregarse luego que hayas culminado personalmente el despacho aduanero.
- Retirado: La mercancía envío no pueda atenderse con una Declaración Importa Fácil (DIF) por tratarse de mercancías cuyo valor supera los US\$ 2000.

2.2.4. Régimen de Importación definitiva

2.2.4.1. Importación para el consumo

La importación para el consumo es el régimen aduanero que permite el ingreso de mercancías al territorio aduanero para su consumo, luego del pago o garantía, según corresponda, de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables, así como el pago de los recargos y multas que pudieran haberse generado y del cumplimiento de las formalidades y otras obligaciones aduaneras.

En los **Despachos Anticipados**, el jefe del área que administra el régimen en cada intendencia de aduana excepcionalmente establece la atención fuera del horario administrativo incluso en días inhábiles, de acuerdo con la disponibilidad de su personal.

En el caso de los **Despachos Urgentes** cuya documentación sustentatoria es presentada dentro del horario administrativo y requieran ser atendidos fuera de este, el funcionario encargado del área que administra el régimen recibe los documentos, registra la GED en el sistema informático, y remite la documentación a la oficina de oficiales o al área de control para que se designe al funcionario aduanero que va a efectuar la revisión documentaria o el reconocimiento físico. Cuando la documentación sustentatoria de la declaración de despacho urgente es presentada fuera del horario administrativo o en días inhábiles, la oficina de oficiales o el área de control acepta el trámite a despacho, registra la GED en el sistema informático en la opción “GED - Para despacho fuera del horario administrativo” y designa al funcionario aduanero que efectúa la revisión documentaria o el reconocimiento físico, de acuerdo con los procedimientos aduaneros correspondientes. (RIN N° 24-2018-SUNAT/310000 - 25.07.2018).

2.2.4.2. Condiciones para el Importador

El dueño o consignatario debe contar con Registro Único de Contribuyentes (RUC) activo y no tener la condición de no habido para destinar las mercancías al régimen de importación para el consumo.

Los datos relativos al número del RUC, nombre o denominación social, código y dirección del local del importador se deben consignar exactamente de acuerdo a su inscripción en la SUNAT; en caso contrario el sistema informático rechaza la numeración de la declaración aduanera de mercancías, en adelante declaración.

Los sujetos no obligados a inscribirse en el RUC, de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 3° de la Resolución de Superintendencia N. ° 210-2004/SUNAT, pueden solicitar la destinación aduanera al régimen de importación para el consumo utilizando su Documento Nacional de Identidad (DNI) en el caso de peruanos, o Carné de Extranjería, Pasaporte o Salvoconducto tratándose de extranjeros; considerándose entre estos:

- a) Las personas naturales que realicen en forma ocasional importaciones de mercancías, cuyo valor FOB por operación no exceda de mil dólares americanos (US\$ 1000.00) y siempre que registren hasta tres (3) importaciones anuales como máximo.
- b) Las personas naturales que por única vez, en un año calendario, importen mercancías, cuyo valor FOB exceda los mil dólares americanos (US\$ 1000.00) y siempre que no supere los tres mil dólares americanos (US\$ 3000.00).
- c) Los miembros acreditados del servicio diplomático nacional o extranjero, así como los funcionarios de organismos internacionales que en ejercicio de sus derechos establecidos en las disposiciones legales, destinen sus vehículos y menaje de casa.

2.2.4.3. Mercancías restringidas y prohibidas

Las mercancías de importación prohibida no pueden ser destinadas al régimen de importación para el consumo. Para la destinación al régimen de importación para el consumo de mercancías restringidas se debe contar con la documentación exigida por las normas específicas antes de la numeración de la declaración, salvo en aquellos casos que estas normas señalen que la referida documentación se obtenga luego de la numeración.

La importación para el consumo de mercancías restringidas y prohibidas se regula por el procedimiento específico “Control de Mercancías Restringidas y Prohibidas” INTA-PE.00.06. La relación referencial de mercancías restringidas o prohibidas puede ser consultada en el portal web de la SUNAT (www.sunat.gob.pe).

2.2.4.4. Plazos para Destinar las Mercancías

En el **Despacho Anticipado**, dentro del plazo de treinta días calendario antes de la llegada del medio de transporte. Las mercancías deben arribar en un plazo no superior a treinta días calendario, contado a partir del día siguiente de la fecha de numeración de la declaración; vencido este plazo, las mercancías son destinadas al despacho diferido, de acuerdo al procedimiento específico “Solicitud de Rectificación Electrónica de Declaración” INTA-PE.00.11, salvo caso fortuito o fuerza mayor debidamente acreditado, conforme a lo previsto en el literal D de la sección VII (RIN N°14-2016-SUNAT/5F0000- 04/07/2016)

En el **Despacho Urgente**, dentro del plazo de quince días calendario antes de la llegada del medio de transporte y hasta siete días calendario posteriores a la fecha del término de la descarga. Vencido dicho plazo, las mercancías son destinadas al despacho diferido para lo cual rectifica la declaración de acuerdo a lo señalado en el procedimiento específico “Solicitud de Rectificación Electrónica de Declaración” INTA-PE.00.11.

Las declaraciones sujetas a la modalidad de despacho urgente no eximen al declarante de la obligación de cumplir con las formalidades y documentos exigidos por el régimen de importación para el consumo. (RIN N°14-2016-SUNAT/5F0000- 04/07/2016).

En el **Despacho Diferido**, desde la llegada del medio de transporte y hasta quince días calendario contados a partir del día siguiente del término de la descarga. Vencido dicho plazo la mercancía cae en abandono legal y puede ser sometida a los regímenes aduaneros establecidos en el Reglamento de la Ley previo cumplimiento de los requisitos previstos para el régimen al que se destinen.

La mercancía es trasladada a un almacén aduanero cuando se destine con posterioridad a la llegada del medio de transporte, salvo que:

- a. Se trate de carga contenerizada directa o consolidada 1 a 1 (consignada a un solo dueño).
- b. Se transmita como punto de llegada el terminal portuario, y el receptor de la carga sea el dueño o consignatario.
- c. La declaración haya sido numerada antes de la transmisión de la información de la descarga y seleccionada a canal de control verde." (RIN N° 05-2017-SUNAT/310000 - 03/09/2017)

2.2.4.5. En el Caso de Mercancías Destinadas Previamente:

Al régimen de Depósito Aduanero, dentro del plazo concedido en dicho régimen.

Al régimen especial de Exposiciones o Ferias Internacionales, dentro del plazo de ciento veinte (120) días calendario contados a partir del día siguiente de la clausura del evento.

En el Caso de Mercancías Ingresadas Previamente a los Centros de Exportación, Transformación, Industria, Comercialización y Servicios - CETICOS, dentro del plazo concedido conforme a la normativa específica.

En el Caso de Mercancías en Abandono legal, hasta antes que la Administración Aduanera disponga de la mercancía.

Requisitos de las mercancías para su destinación aduanera

Las mercancías amparadas en una declaración deben cumplir con los siguientes requisitos

- a) Corresponder a un solo consignatario.
- b) Estar consignadas en un solo manifiesto de carga.

Las mercancías transportadas en el mismo viaje del vehículo transportador que se encuentren manifestadas a un solo consignatario en dos (2) o más documentos de transporte, pueden ser destinadas en una sola declaración, incluso si han sido objeto de transferencia antes de su destinación, para lo cual debe adjuntarse fotocopias de los comprobantes de pago que acrediten la transferencia de las mercancías a nombre del importador.

Las mercancías amparadas en un documento de transporte, siempre que no constituyan una unidad, o las que se presenten en pallets o contenedores, pueden ser objeto de despachos parciales.

La carga que ingrese amparada en un documento de transporte puede ser objeto de despachos parciales, conforme vaya siendo descargada.

Cuando la mercancía se presenta en contenedores, procede el despacho anticipado de la mercancía que en forma parcial se destine al régimen de importación para el consumo y a otro régimen. En estos casos:

Las mercancías transportadas en un (1) contenedor deben ingresar al depósito Temporal para su apertura y separación.

Las mercancías transportadas en dos (2) o más contenedores deben destinarse a nivel de contenedores y ser tramitadas por el mismo despachador de aduana, no siendo necesario su ingreso a un depósito temporal.

2.2.5. Variable dependiente: Rentabilidad

Alberto y Ramos, (2006) afirman que: “La rentabilidad es sinónimo de ganancias, utilidad, beneficio. Se trata de un objetivo valido para cualquier empresa, ya que a partir de la obtención de resultados positivos ella puede mirar con optimismo no solo su presente, que implica a supervivencia, sino también su futuro: es decir el desarrollo de la organización en el tiempo” (p.12).

Por otro lado, la rentabilidad es una variable primordial para las decisiones si se podría invertir: como también permite igualar las ganancias reales o esperadas de distintas inversiones del presente con los paralelismos de rentabilidad que necesitamos. (Gitman y Joehnk, 2005, p.90).

Sin embargo, hay que precisar que obtener un rápido retorno de la inversión demanda efectuar un análisis de la eficiencia o productividad de la empresa. Citando a Cajahuanca, D. (2015), refiere que “el principal determinante de la rentabilidad empresarial es la eficiencia de la propia empresa, es decir, la naturaleza de la competencia y de la estrategia determinan los resultados, lo que a su vez determina la estructura”. (p. 17).

Por su parte Zamora (2008), quien menciona que rentabilidad “es la relación que existe entre la ganancia y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa” (p. 57). Ésta queda demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. Estas utilidades a su vez, son la conclusión de una administración competente, una planeación integral de costos y gastos y en general de la observancia de cualquier medida

tendiente a la obtención de utilidades. La rentabilidad también es entendida como una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados.

En realidad, son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina a la rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo produce los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o a juzgar por la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis sea a priori o a posteriori (Sánchez, 2001, citado por Zamora, 2008, p. 58).

2.2.5.1. Tipos de rentabilidad

La rentabilidad tiene varios enfoques, y la medición del mismo depende del enfoque que analicemos. Al respecto, la mayoría de los autores consideran los siguientes enfoques:

2.2.5.2. Rentabilidad sobre los activos (Return On Assets: ROA)

Según Barrenechea & Otros (2016), la rentabilidad sobre activos “es la medida o beneficio que un inversionista espera en función a su inversión en un determinado momento, este garantiza no solo la liquidez de la empresa en el futuro, sino su tiempo de vigencia en el mercado y con ello su valor. (p. 26).

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activos}} * 100$$

2.2.5.3. Rentabilidad sobre la inversión (Return On Investment: ROI):

Representa el beneficio económico que obtiene la empresa, antes de impuestos e interés, en función a sus activos. Según Barboza, J. y Otros (2016), “permite medir con eficacia la forma en que una empresa utiliza sus activos. Es decir, representa la metodología que sirve para medir el impacto y el retorno de la inversión”. (p. 9).

$$\text{ROI} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Inversión}} * 100$$

2.2.5.4. Rentabilidad sobre el patrimonio (Return On Equity: ROE):

Representa la utilidad neta en función a su capital o patrimonio de la empresa. Según Tinajero, A. (2008), el indicador ROE “mide la eficiencia de la administración de la empresa en la generación de utilidades a partir de la cantidad invertida por los accionistas. En la medida en que el porcentaje que se genere de rendimiento sobre el capital sea mayor, será mucho mejor”. (p. 20-21).

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Capital o Patrimonio}} * 100$$

2.2.5.5. Otros indicadores

La rentabilidad, también puede entenderse como el impacto o repercusión financiera que tiene una empresa cuando desarrolla una actividad económica, y que mediante el cual certifica el crecimiento y expansión del mismo o en su defecto, su decrecimiento y extinción.

A continuación, se detalla los principales indicadores donde usualmente ocurre la mayor repercusión en una actividad económica: Ventas, ingresos y gastos.

a. Ventas

La venta se refiere al intercambio de un bien o servicio a cambio de dinero, y que consiste básicamente, en un proceso donde intervienen únicamente dos actores, el vendedor y el consumidor, quienes, dado por la necesidad del consumidor o por la capacidad de persuasión del vendedor, consensuan en la adquisición de un producto.

Esta dinámica que se genera por la acción de compra – venta, permite que el producto disponga de una cuota de mercado dado la elección que efectúa el consumidor y que indirectamente promueve un posicionamiento de la marca y de la empresa. Al respecto, también Philip Kotler, referido por Molina E. (2011), considera que la venta “es otra forma de acceso al mercado para muchas empresas, cuyo objetivo, es vender lo que hacen en lugar de hacer lo que el mercado desea”. (p. 43).

Pero, en la actualidad las empresas tienen distintas formas de vender, distintas opciones que les permite interactuar con mayor rapidez con los consumidores. Entre ellas tenemos:

b. Venta personal

Es una venta personalizada que se da por contacto directo, donde en forma física interactúan vendedor y consumidor, con el único fin de proporcionar el producto o servicio requerido a cambio de dinero.

c. Venta por teléfono

Es un tipo de venta en que el vendedor utiliza el medio telefónico para contactar potenciales clientes y ofrecer los productos y servicios de la empresa.

d. Venta online

Es un tipo de venta donde las transacciones de compra – venta se efectúan en forma online, virtual o electrónica. Este tipo de venta ocurre debido a que las empresas disponen de páginas web o tiendas virtuales donde ofrecen diversos productos que los consumidores pueden adquirir desde la ubicación en que se encuentren.

e. Venta por correo

Es un tipo de venta donde el vendedor remite correos electrónicos a distintas empresas, ofreciendo sus productos y/o servicios, y solicitando respetuosamente contactarse con el responsable del proceso de compras.

f. Venta por campaña

Es un tipo de venta donde el vendedor se desplaza a diferentes puntos de venta comercializando y ofreciendo los productos que fábrica para lograr captar nuevos clientes, incrementar el retorno económico y fortalecer su posicionamiento en el mercado.

2.2.5.6. Ingresos

El ingreso se refiere a la cantidad de dinero que una empresa tiene a su disposición y que es producto de las ventas efectuadas en un periodo

determinado. Tales ingresos son reinvertidos en el flujo económico de la empresa generándose una dinámica circular de ventas – ingreso - reinversión, lo que finalmente hace posible la expansión de la empresa.

Similar opinión refiere Pérez- Carballo (2013), que considera que “la inversión aporta los recursos para desarrollar las actividades y la gestión de éstas genera las ventas que originan el beneficio”. (p 11). Esta relación permite evaluar el rendimiento de la empresa, siendo las políticas y gestión directiva las que favorezcan la sostenibilidad de la empresa.

Se distingue tres tipos de ingresos:

a) Ingreso total

Es el ingreso económico que recibe una empresa producto de todas las ventas de bienes y/o servicios que adquieren los consumidores. Su cálculo matemático es simple, dado que es el producto de multiplicar el total de ventas con el precio de venta.

b) Ingreso marginal

Es el incremento de los ingresos totales de la empresa producto de una venta de un producto adicional. Bajo libre competencia, el ingreso marginal resulta ser equivalente al valor de precio de mercado del producto en venta.

c) Ingreso medio

Es aquel ingreso económico de la empresa que resulta de dividir los ingresos totales entre la cantidad de productos vendidos. Bajo libre

competencia, el ingreso medio resulta ser equivalente al valor de precio de mercado del producto en venta.

2.2.5.7. Gasto

El gasto se refiere al egreso o salida de dinero de la empresa ocasionado por múltiples factores, pero que, en su conjunto, su único fin es el de mantener saludable la situación financiera de la empresa para su el normal desarrollo de sus actividades. Dentro de los distintos gastos que incurre la empresa, se distinguen los gastos operacionales que, según Medina, M. (2011), señala que “desde el punto de vista contable los gastos de operación son como su nombre lo dice, los gastos que realiza una entidad económica para poder existir y obviamente operar”. (p. 20).

Los gastos de operación básicamente se pueden distinguir de la siguiente manera.

a) Según su actividad:

i. Gastos directos

Los gastos directos son aquellos que se encuentran asociados directamente con la fabricación del producto y que son fácilmente reconocibles durante el proceso productivo. Tenemos los materiales directos (maquinarias, materias primas) y la mano de obra directa (sueldos y gratificaciones).

ii. Gastos indirectos

Los gastos indirectos son costos de la empresa que no están asociados indirectamente con la fabricación del producto y no son

fácilmente identificables y cuantificables. Tenemos los materiales indirectos (repuestos, lubricantes, etc.), la mano de obra indirecta (supervisor, administrador, chofer, etc.) y los gastos indirectos (luz, alquiler, etc.).

b) Según su variabilidad:

i. Gastos fijos

Son gastos fijos aquellos que se efectúan en forma recurrente cada cierto periodo de tiempo, independientemente del proceso de fabricación. Tenemos la mano de obra directa, indirecta y gastos generales como el alquiler, impuestos, etc.

ii. Gastos variables

Los gastos variables son aquellos que están proporcionalmente asociados con el proceso de fabricación. Tenemos gastos por materia prima, luz, combustible, reparaciones, mantenimiento, etc.

c) Según su función:

i. Gastos de producción

Son aquellos gastos que se encuentran relacionados con la fabricación de los productos elaborados por la empresa.

ii. Gastos de distribución y venta

Los gastos de distribución son aquellos que están en función del proceso de ventas y el traslado de la mercadería desde su lugar de origen hasta el lugar de destino. Comprende la publicidad, la fuerza de ventas, el alquiler, el embalaje, almacenamiento, los

gastos por mano de obra directa y el transporte para la entrega del producto.

iii. Gastos de administración

Son aquellos gastos que se encuentran relacionados con el control y supervisión del negocio. Aquí, tenemos el mobiliario, artículos de escritorio, la mano de obra indirecta, etc.

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

3.1. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Importación	Se conoce como importación a la operación de compra de mercancías provenientes de otros países, en tanto aquella esté registrada y sea susceptible de tributación bajo la legislación correspondiente al país del comprador. Artículo 49°.Sunat	Es una actividad comercial que permite al país suministrarse de productos y/o servicios que no son comercializados en el mercado interno o en su defecto son de menor precio en comparación con otros productos del ámbito local.	Operación de compra	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Valor FOB del producto 	Razón
			Distribución	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Seguro ▪ Flete 	Razón
			País Comprador	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gastos por impuestos ▪ Gastos por agente de aduana ▪ Gastos de transporte interno 	Razón
Rentabilidad	Es la relación que existe entre la ganancia y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa Zamora , (2008)	Es el impacto que una empresa tiene en su situación financiera y que puede afectar su bienestar, crecimiento y expansión.	Participación de Mercado	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Venta total 	Razón
			Ganancias	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ingreso total 	Razón
			Inversión	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gastos de producción ▪ Gastos de distribución y venta ▪ Gastos de administración 	Razón

Fuente: Elaboración Propia

3.2. Diseño de investigación

La investigación es no experimental, longitudinal y de tendencia. Según Sampieri (2014), la investigación no experimental son aquellos estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos, en tanto los diseños de investigación longitudinales recaban datos en diferentes puntos del tiempo, para realizar inferencias acerca de la evolución del problema de investigación o fenómeno, sus causas y sus efectos, y se fundamentan en hipótesis de diferencia de grupos, correlacionales y causales, y los diseños de tendencia son aquellos que analizan cambios al paso del tiempo en categorías, conceptos, variables o sus relaciones de alguna población en general, es decir hay un antes y un después que son sujetos a medición

3.3. Unidad de estudio

La rentabilidad de la empresa Visual Perfect, Lima 2017.

3.4. Población

No hay población ya que se trabajará con data estadística.

3.5. Muestra (muestreo o selección)

No hay muestra ya que se trabajará con data estadística.

3.6. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

Los datos fueron recopilados a partir de los Estados Financieros Trimestrales de la Óptica Visual Perfect, ubicado en Lima, correspondiente al periodo 2010 – 2017. Asimismo, los métodos empleados fueron: Descriptivo y Analítico. Según Heredia & Lezcano (2018):

El Método Descriptivo: El método descriptivo consiste en realizar una exposición narrativa, numérica y/o gráfica, lo más detallada y exhaustiva posible de la realidad que se investiga. (p, 31).

El Método Analítico: Parte del conocimiento general de una realidad para realizar la distinción, conocimiento y clasificación de los distintos elementos esenciales que forman parte de ella y de las relaciones que mantienen entre sí. (p, 32).

3.7. Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos

La información recopilada se trabajará en el software de manejo de datos Microsoft Excel y en el software estadístico SPSS, para aplicar los siguientes procedimientos estadísticos de análisis e interpretación de resultados.

- Creación de base de datos en SPSS.
- Análisis descriptivo usando tablas y gráficos estadísticos
- Análisis inferencial para la comprobación de hipótesis

CAPÍTULO 4. RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo

Tabla n.º 1.4: Facturas comerciales de la empresa Óptica Visual Perfect, 2017

FACTURAS COMERCIALES DE LA EMPRESA ÓPTICA VISUAL PERFECT, 2010 – 2017		
MARCOS DE METAL DE ST EN STOCK 9.27		
Nº	DATO	MONTO
1	Precio de venta de montura (x unidad)	7.10
2	Cantidad de monturas	2,400.00
3	MONTO TOTAL POR UNIDAD (1*2)	17,040.00
4	Gastos de origen	500.00
5	FOB (3+4)	17,540.00
6	FLETE	470.00
7	SEGURO	350.80
8	CIF (5+6+7)	18,360.80
9	ADVALOREN (0%)	
10	IGV (16%)	2,938.00
11	IPM (2%)	367.00
12	DERECHOS (9+10+11)	3,305.00
13	PERCEPCION (3.50%)	758.00
14	DERECHOS + PERCEPCION (12+13)	4,063.00
15	GASTOS DE ADUANAS (TITULO)	
16	Visto bueno (VB), Pago de almacén, Dev.contenedor	560.00
17	Agencia de aduanas	100.00
18	SUB TOTAL GASTOS (16+17)	660.00
19	IGV (18%)	118.80
20	TOTAL GASTOS (18+19)	778.80
21	TOTAL (8+14+20)	23,202.60

IMPORTACION CON 0% ADVALOREN

Fuente :Elaboración Propia

En la Tabla N° 1, se presenta un esquema de factura comercial de la empresa Óptica Visual Perfect donde se detallan los costos que el importador debe efectuar para la adquisición de 2400 monturas de acetato según la partida arancelaria 9003.19.90.00. Se distinguen las siguientes partes:

- **Monto total por unidad**

La empresa Óptica Visual Perfect paga al proveedor internacional el valor de US\$ 17,040.00 dólares americanos, que resulta de adquirir 2400 monturas de acetato a un valor de US\$ 7.1 cada una.
- **FOB**

El Incoterm FOB, que es igual a US\$ 17,540.00 dólares americanos, incluye el monto total de gasto por adquisición de los productos (US\$ 17,040.00 dólares americanos) y los gastos de origen (US\$ 500.00 dólares americanos).
- **CIF**

El Incoterm CIF, que es igual a US\$ 18,360.80 dólares americanos, incluye el valor FOB (US\$ 17,540.00 dólares americanos) y los gastos por seguro (US\$ 350.80 dólares americanos) y flete (US\$ 470.00 dólares americanos).
- **Derechos aduaneros**

Los derechos aduaneros, que es igual a US\$ 3,305.00 dólares americanos, incluye AD VALOREM (US\$ 0.00 dólares americanos), IGV (US\$ 2938.00 dólares americanos) e IPM (US\$ 367.00 dólares americanos).
- **Derechos y Percepción**

Los derechos aduaneros y la percepción, que es igual a US\$ 4,063.00 dólares americanos, incluye tanto los derechos aduaneros (US\$ 3,305.00 dólares americanos) como la percepción (US\$ 758.00 dólares americanos).

- Gastos de aduanas

Los gastos de aduanas, que es igual a US\$ 660.00 dólares americanos, incluye el VB - Pago de almacén - Dev. Contenedor (US\$ 560.00 dólares americanos) y la Agencia de aduana (US\$ 100.00 dólares americanos).

- Total gastos (Gastos de aduanas + IGV (18%))

El total gastos, que es igual a US\$ 778.80 dólares americanos, incluye el Gastos de aduanas (US\$ 660.00 dólares americanos) y el IGV que es el 18% del gasto de aduana (US\$ 118.80 dólares americanos).

- Total

El gasto total, que es igual a US\$ 23,202.60 dólares americanos, incluye el valor CIF (US\$ 18,360.80 dólares americanos), DERECHOS + PERCEPCIÓN (US\$ 4,063.00 dólares americanos) y TOTAL GASTOS (US\$ 778.80 dólares americanos).

En conclusión, tenemos que se requiere una inversión total de US\$ 23,202.60 dólares americanos para la adquisición de 2,400 monturas. Al dividir tales valores (inversión total / total monturas adquiridas), se tiene un costo promedio de US\$ 9.67 dólares americanos por la adquisición de cada montura, y que al tipo de cambio promedio del año 2017 (Soles por U.S. Dólar), que fue igual a 3.262 soles por dólar, resulto que el costo unitario por montura fue igual a 31.5 soles.

Tabla n.º2.4: Estado financiero de la empresa Óptica Visual Perfect, 2010 – 2017

PARTIDAS	PROVEEDOR NACIONAL				PROVEEDOR INTERNACIONAL			
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Costo de par de lunas (S/.)	20	20	20	20	20	20	20	20
Costo de montura (S/.) - Costo valor FOB	42.1	42.9	42	42.2	31.8	31.4	31.0	31.5
Precio de venta de montura (S/.)	60	60	60	60	60	60	60	60
Precio de venta de par de lunas (S/.)	105	105	105	105	105	105	105	105
VENTAS	1,800.00	1,870.00	1,855.00	1,884.00	2,160.00	2,250.00	2,225.00	2,400.00
Cantidad de ventas (monturas + par luna)	1,800.00	1,870.00	1,855.00	1,884.00	2,160.00	2,250.00	2,225.00	2,400.00
INGRESOS	297,000.00	308,550.00	306,075.00	310,860.00	356,400.00	371,250.00	367,125.00	396,000.00
Cantidad de ingresos	297,000.00	308,550.00	306,075.00	310,860.00	356,400.00	371,250.00	367,125.00	396,000.00
GASTOS	255,180.00	261,023.00	258,410.00	260,584.80	255,288.00	259,050.00	256,875.00	267,096.00
Gastos de producción	111,780.00	117,623.00	115,010.00	117,184.80	111,888.00	115,650.00	113,475.00	123,696.00
Gastos de venta	108,400.00	108,400.00	108,400.00	108,400.00	108,400.00	108,400.00	108,400.00	108,400.00
Gastos de administración	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00
UTILIDAD BRUTA	185,220.00	190,927.00	191,065.00	193,675.20	244,512.00	255,600.00	253,650.00	272,304.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	41,820.00	47,527.00	47,665.00	50,275.20	101,112.00	112,200.00	110,250.00	128,904.00
Impuesto de renta	12,546.00	14,258.10	14,299.50	15,082.56	30,333.60	33,660.00	33,075.00	38,671.20
UTILIDAD NETA	29,274.00	33,268.90	33,365.50	35,192.64	70,778.40	78,540.00	77,175.00	90,232.80

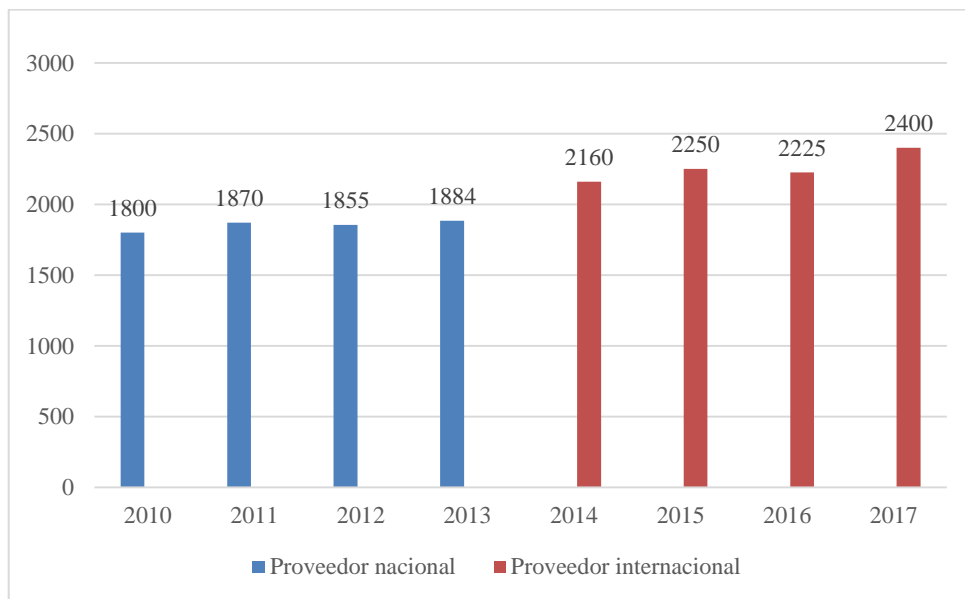
Estados financieros de la empresa Visual Perfect correspondiente del 2010 al 2017

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N° 2, se presenta un esquema del Estado Financiero de la empresa Óptica Visual Perfect, donde se detalla su situación económica durante el periodo 2010 - 2017, que incluye tanto datos de ventas como ingresos y gastos. Se distinguen dos grandes grupos:

- Proveedor nacional: Hasta el año 2013, la empresa Óptica Visual Perfect se aprovisionaba de monturas de acetato del proveedor nacional para efectuar la reventa del mismo a los futuros clientes.
- Proveedor internacional: A partir del año 2014 en adelante, la empresa Óptica Visual Perfect adquirió monturas de metal para su actividad económica a partir de un proveedor internacional.

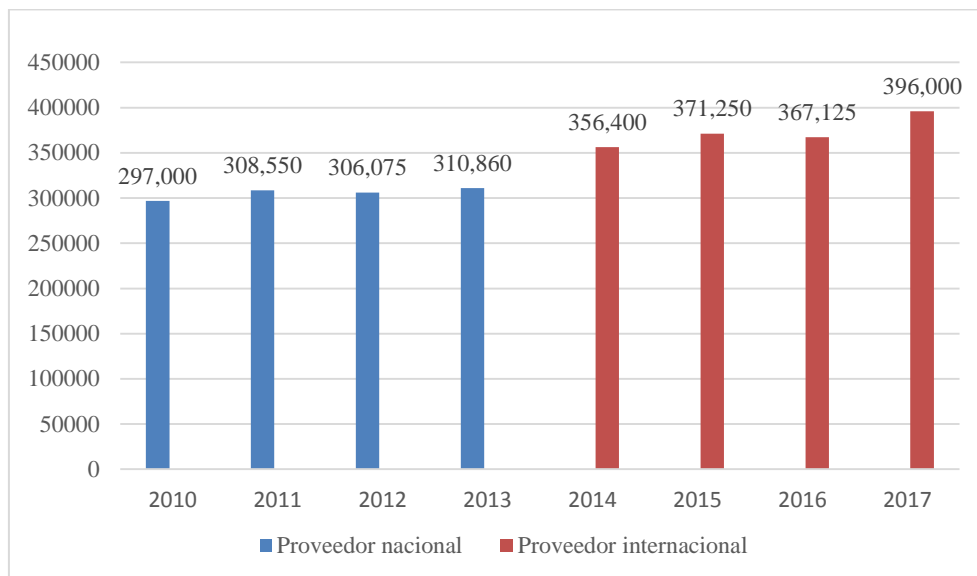
Ilustración n.º 1.4: Cantidad de ventas de lentes (monturas + par de lunas) de la Óptica Visual Perfect, según proveedor, 2010 – 2017



Fuente: Elaboración Propia

Según la ilustración N° 1, las ventas de la Óptica Visual Perfect, se incrementaron durante el periodo 2010 – 2017, pasando de 1800 ventas en el año 2010 a 2400 ventas en el año 2017, lo cual en términos porcentuales equivale a un crecimiento de 33,3%.

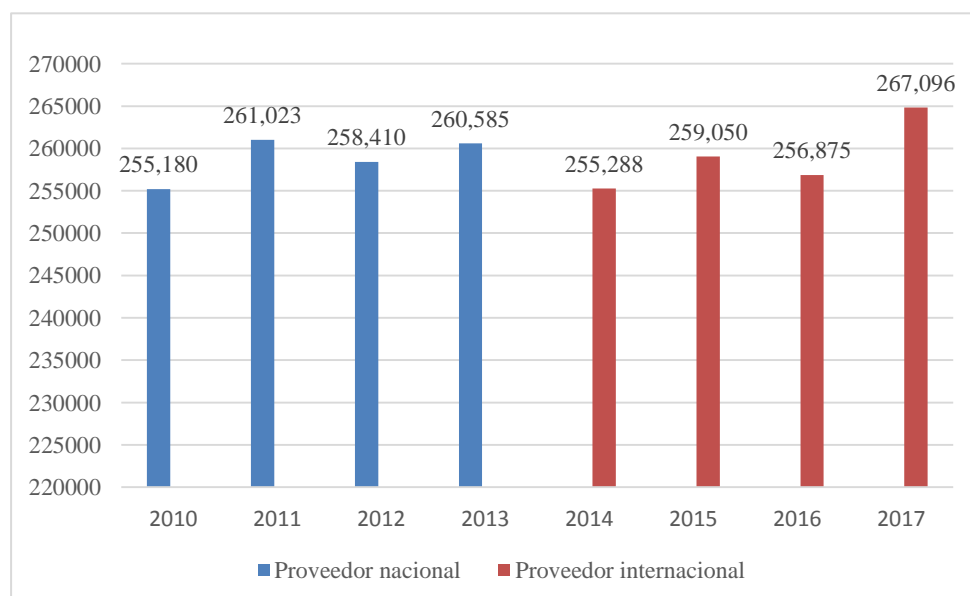
Ilustración n.º2.4: Ingresos de la Óptica Visual Perfect, según proveedor, 2010 – 2017



Fuente: Elaboración Propia

Según la ilustración N° 2, los ingresos económicos de la Óptica Visual Perfect, se incrementaron durante el periodo 2010 – 2017, pasando de 297000.00 soles en el año 2010 a 396000.00 soles en el año 2017, lo cual en términos porcentuales equivale a un crecimiento de 33,3%.

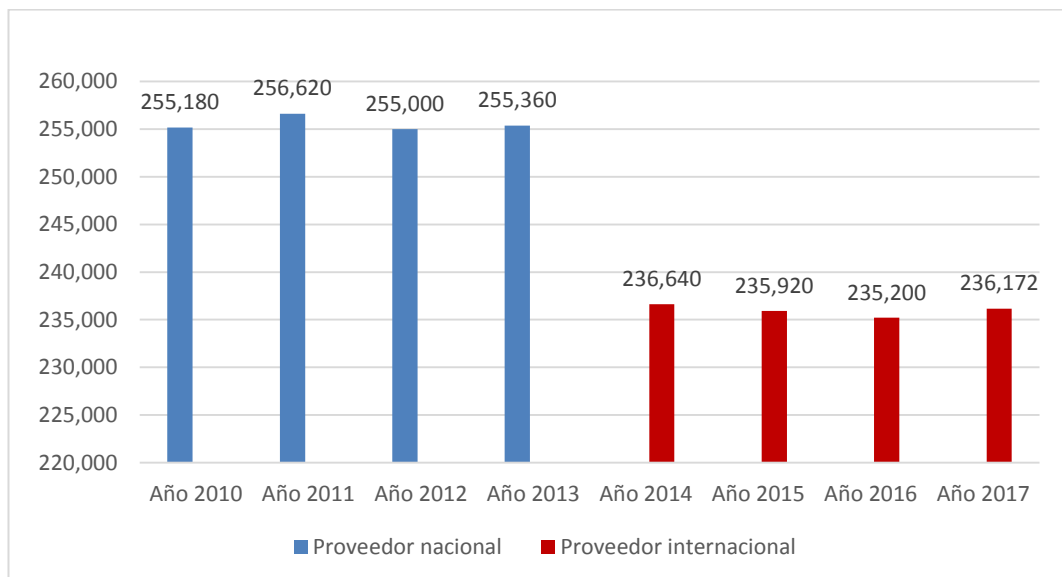
Ilustración n.º3.4: Gastos de la Óptica Visual Perfect, según proveedor, 2010 – 2017



Fuente: Elaboración Propia

Según la ilustración N° 3, los gastos efectuados por la Óptica Visual Perfect, se incrementaron levemente durante el periodo 2010 – 2017, pasando de 255180.00 soles en el año 2010 a 264840.00 soles en el año 2017, lo cual en términos porcentuales equivale a un crecimiento de 3.79%. Cabe precisar, que aunque efectivamente los gastos se incrementaron, esto ocurre por cuanto se tuvo la necesidad de adquirir una mayor cantidad de monturas y lentes dado que las ventas se incrementaron.

Ilustración n.º4.4: Gastos de la Óptica Visual Perfect, según proveedor, 2010 – 2017



Fuente Elaboración Propia

Según la ilustración N° 4, se presentan los gastos efectuados por la Óptica Visual Perfect, similar como en la ilustración N° 3, pero bajo el supuesto de que sólo se adquieren 1800 lentes (monturas + par de lunas) durante el periodo de análisis 2010 – 2017. Así, bajo esta perspectiva, se tiene que los gastos de la empresa han disminuido, pasando de 255180.00 soles a 236,172.00 soles, lo que en términos porcentuales equivale a una reducción de 7.5%.

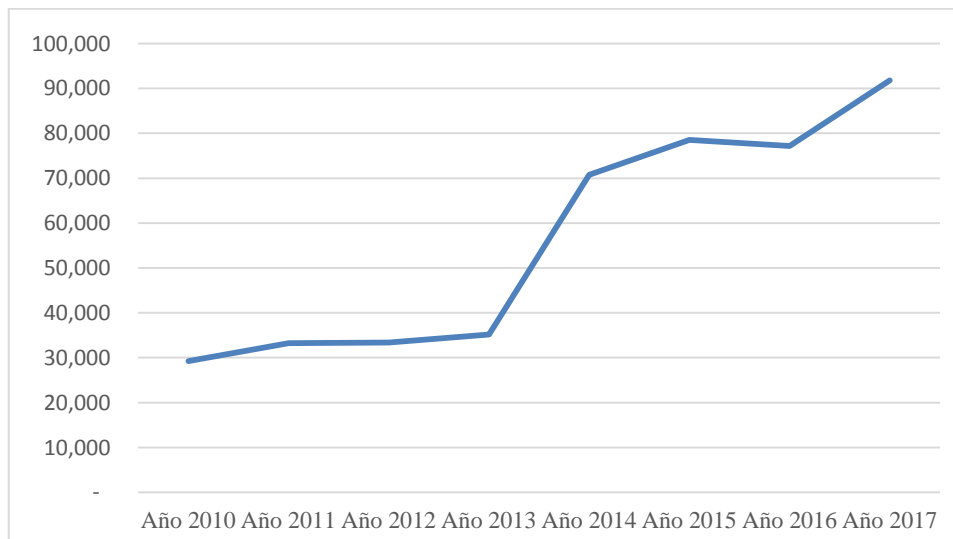
Tabla n.º3.4: Utilidad neta de la empresa Óptica Visual Perfect, según tipo de proveedor, 2010 – 2017

Tipo de proveedor	Año	Utilidad neta
Proveedor nacional	2010	29,274
	2011	33,269
	2012	33,366
	2013	35,193
Proveedor internacional	2014	70,778
	2015	78,540
	2016	77,175
	2017	91,233

Fuente: Elaboración Propia

Según la Tabla N° 3, se observa que la utilidad de la empresa ha registrado un comportamiento ascendente en los últimos cuatro años, que coincide con los años donde se inició el proceso de importación de monturas con un proveedor internacional

Ilustración n.º5.4: Utilidad neta de la empresa Óptica Visual Perfect, según tipo de proveedor, 2010 – 2017



Fuente: Elaboración Propia

Según la ilustración N° 5, de igual manera se verifica que la utilidad neta de la empresa se incrementa rápidamente luego de iniciar el proceso de importación de monturas con un proveedor internacional.

4.2. Análisis Inferencial

4.2.1. Normalidad

Según la teoría estadística, la prueba de normalidad se aplica para evaluar si un conjunto de datos proviene o no de una distribución normal. También llamada campana de Gauss, la distribución normal se puede comprobar mediante dos pruebas:

- ✓ Prueba de Kolmogorov-Smirnov: Se utiliza cuando la muestra es mayor o igual a treinta (30) datos.
- ✓ Prueba de Shapiro-Wilk: Se utiliza cuando la muestra es menor que treinta (30) datos.

Tomando en consideración que los datos que se tienen son de cuatro años de análisis del proveedor nacional y 4 años de análisis del proveedor internacional, los cuales son inferiores a 30 datos, según la teoría estadística debemos usar la de Prueba Shapiro Wilk.

Definamos las siguientes las hipótesis

- Hipótesis nula (H0): La distribución de los datos es normal
- Hipótesis alternativa (H1): La distribución de los datos no es normal
- Se rechaza la Hipótesis nula (H0) si el valor Sig. < 0.05.

Tabla n.º4.4 : Prueba de normalidad de las variables Ventas, Ingresos,
Gastos y Costos

Proveedor	Variables	Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.
Nacional	Cantidad de monturas vendidas	.893	4	.398
	Ventas de productos (S/.)	.893	4	.398
	Gastos de producción en 5 años (Fijo adquisición de 1800 monturas)	.807	4	.115
	Costo de montura (S/.)	.807	4	.115
Internacional	Cantidad de monturas vendidas	.925	4	.565
	Ventas de productos (S/.)	.925	4	.565
	Gastos de producción en 5 años (Fijo adquisición de 1800 monturas)	.981	4	.910
	Costo de montura (S/.)	.980	4	.900

Fuente: Elaboración Propia

Según la Tabla N° 4, la prueba de Shapiro Wilk indica que para el caso del proveedor nacional:

- ✓ La variable cantidad de monturas vendidas tiene una distribución normal
- ✓ La variable ventas de productos (S/.) tiene una distribución normal.
- ✓ La variable gastos de producción tiene una distribución normal.
- ✓ La variable costo de montura (S/.) tiene una distribución normal.

En el caso del proveedor internacional, tenemos que:

- ✓ La variable cantidad de monturas vendidas tiene una distribución normal.

- ✓ La variable ventas de productos (S/.) tiene una distribución normal.
- ✓ La variable gastos de producción tiene una distribución normal.
- ✓ La variable costo de montura (S/.) tiene una distribución normal.

4.2.2. Prueba para definir la Hipótesis General

Hipótesis general: La importación de monturas oftálmicas influye en la rentabilidad de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017.

Tabla n.º5.4: Estadísticas de la variable Costos

Estadísticas de grupo					
	Proveedor	N	Media	Desv. Desviación n	Desv. Error promedio
Costo de montura S (S/.) e	Nacional	4	42.30 0	.4082	.2041
	Internacio nal	4	31.42 5	.3304	.1652

Fuente Elaboración Propia

Según la Tabla N° 5, se observa que el costo promedio de montura en el proveedor nacional fue de S/. 42.300 soles, valor superior al costo promedio de montura del proveedor internacional, cuyo valor fue S/. 31.425 soles.

Tabla n.º6.4: Prueba T para muestras independientes en la variable Costo

Prueba de muestras independientes										
		Prueba de Levene de igualdad de varianzas		prueba T para la igualdad de medias						
		F	Sig.	T	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
									Inferior	Superior
Costo de montura (S/.)	Se asumen varianzas iguales	.255	.632	41.413	6	.000	10.8750	.2626	10.2324	11.5176
	No se asumen varianzas iguales			41.413	5.750	.000	10.8750	.2626	10.2256	11.5244

Fuente Elaboración Propia

Según la Tabla N° 6, se observa que se ha utilizado la Prueba T de muestras independientes para comparar el costo promedio de la montura del proveedor nacional con el costo promedio de la montura del proveedor internacional.

Bajo tal contexto, primero se definen las siguientes hipótesis:

- ✓ H0: No existe diferencia entre el costo promedio de monturas del proveedor nacional y el costo promedio de monturas del proveedor internacional.
- ✓ H1: Existe diferencia entre el costo promedio de monturas del proveedor nacional y el costo promedio de monturas del proveedor internacional.
- ✓ Rechazo H0, si Sig. <0.05

Luego se revisa la Prueba de Levene de igualdad de varianzas, que tiene como hipótesis:

- ✓ H0: Las varianzas son iguales
- ✓ H1: Las varianzas son diferentes
- ✓ Rechazo H0 si Sig. < 0.05.
- ✓ Conclusión: Dado que Sig.= 0.632 > 0.05, Acepto H0, es decir “Se asumen varianzas iguales”.

Finalmente, se revisa en la Tabla N° 6, toda la fila donde señalan que “Se asumen varianzas iguales”, y luego se identifica el valor Sig=0.000, y dado que Sig=0.000 <0.05, entonces Acepto H1. Se concluye que existe diferencia entre la media de costos de monturas del proveedor nacional y la media de costos de monturas del proveedor internacional, dado que el costo promedio del proveedor internacional (S/. 31.425 soles), que resultó de la importación, fueron menores que el costo promedio del proveedor nacional (S/. 42.300 soles).

4.2.3. Prueba para definir la Hipótesis Específica 1

Hipótesis específica 1: La importación de monturas oftálmicas influye en las ventas de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017.

Tabla n°.7.4: Estadísticas de la variable Ventas

Estadísticas de grupo					
	Proveedor	N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
Cantidad de ventas (monturas + par de lunas)	Nacional	4	1852.25	36.791	18.396
	Internacio nal	4	2258.75	101.520	50.760

Fuente: Elaboración Propia

Según la Tabla N° 7, se observa que las ventas promedio de lentes (monturas + par de lunas) teniendo un proveedor nacional fue de 1,852.25 lentes; valor inferior a las ventas promedio de lentes (monturas + par de lunas) teniendo un proveedor internacional que fue de 2,258.75 lentes.

Tabla n.º8.4: Prueba T para muestras independientes en la variable Ventas

Prueba de muestras independientes										
		Prueba de Levene de igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
									Inferior	Superior
Cantidad de ventas (monturas + par de lunas)	Se asumen varianzas iguales	1.932	.214	-7.529	6	.000	-406.500	53.990	-538.610	-274.390
	No se asumen varianzas iguales			-7.529	3.775	.002	-406.500	53.990	-559.997	-253.003

Fuente: Elaboración Propia

Según la Tabla N° 8, se observa que se ha utilizado la Prueba T de muestras independientes para comparar las ventas promedio teniendo un proveedor nacional con las ventas promedio teniendo un proveedor internacional.

Bajo tal contexto, primero se definen las siguientes hipótesis:

- ✓ H0: No existe diferencia entre las ventas promedio teniendo un proveedor nacional y las ventas promedio teniendo un proveedor internacional.
- ✓ H1: Existe diferencia entre las ventas promedio teniendo un proveedor nacional y las ventas promedio teniendo un proveedor internacional.
- ✓ Rechazo H0, si $\text{Sig} < 0.05$

Luego de la tabla se revisa la Prueba de Levene de igualdad de varianzas, que tiene como hipótesis:

- ✓ H0: Las varianzas son iguales
- ✓ H1: Las varianzas son diferentes
- ✓ Rechazo H0 si $\text{Sig} < 0.05$.
- ✓ Conclusión: Dado que $\text{Sig} = 0,214 > 0.05$, Acepto H0, es decir “Se asumen varianzas iguales”.

Finalmente, se revisa de la Tabla N° 8, toda la fila donde señalan que “Se asumen varianzas iguales”, y se identifica que el valor $\text{Sig} = 0.000$, y dado que $\text{Sig} = 0.000 < 0.05$, entonces Acepto H1. Se concluye que existe diferencia entre las ventas promedio de lentes teniendo un proveedor nacional y las ventas promedio de lentes teniendo un proveedor internacional, dado que las ventas promedio del proveedor internacional (2258.75 lentes) fueron mayores que las ventas promedio del proveedor nacional (1852.24 lentes).

4.2.4. Prueba para definir la Hipótesis Específica 2

Hipótesis específica 2: La importación de monturas oftálmicas influye en los ingresos de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017.

Tabla n.º9.4: Estadísticas de la variable Ingresos

Estadísticas de grupo					
	Proveedor	N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
Ingresos - Ventas de lentes (S/.)	Nacional	4	305,621.25	6,070.528	3,035.264
	Internacional	4	372,693.75	16,750.751	8,375.375

Fuente: Elaboración Propia

Según la Tabla N° 9, se observa que el ingreso promedio por ventas de lentes (monturas + par de lunas) teniendo un proveedor nacional fue de S/. 305,621.25 soles, valor inferior al ingreso promedio por ventas de lentes (monturas + par de lunas) teniendo un proveedor internacional que se situó en S/. 372,693.75 soles.

Tabla n.º10.4: Prueba T para muestras independientes en la variable Ingresos

Prueba de muestras independientes										
		Prueba de Levene de igualdad de varianzas		prueba t para la igualdad de medias						
		F	Sig.	T	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
									Inferior	Superior
Ingresos - Ventas de lentes (S/.)	Se asumen varianzas iguales	1,932	,214	-7,529	6	.000	-67072.500	8908.408	-88870.590	-45274.410
	No se asumen varianzas iguales			-7,529	3,775	.000	-67072.500	8908.408	-92399.571	-41745.429

Fuente: Elaboración Propia

Según la Tabla N° 10, se observa que se ha utilizado la Prueba T de muestras independientes para comparar el ingreso promedio por ventas de lentes (monturas + par de lunas) teniendo un proveedor nacional con el ingreso promedio por ventas de lentes (monturas + par de lunas) teniendo un proveedor internacional.

Bajo tal contexto, primero se definen las siguientes hipótesis:

- ✓ H0: No existe diferencia entre el ingreso promedio por ventas de lentes (monturas + par de lunas) teniendo un proveedor nacional y el ingreso promedio por ventas de lentes (monturas + par de lunas) teniendo un proveedor internacional.
- ✓ H1: Existe diferencia entre el ingreso promedio por ventas de lentes (monturas + par de lunas) teniendo un proveedor nacional y el ingreso promedio por ventas de lentes (monturas + par de lunas) teniendo un proveedor internacional.
- ✓ Rechazo H0, si Sig < 0.05

Luego de la tabla se revisa la Prueba de Levene de igualdad de varianzas, que tiene como hipótesis:

- ✓ H0: Las varianzas son iguales
- ✓ H1: Las varianzas son diferentes
- ✓ Rechazo H0 si Sig < 0.05.
- ✓ Conclusión: Dado que Sig = 0,214 > 0.05, Acepto H0, es decir “Se asumen varianzas iguales”.

Finalmente, se revisa de la Tabla N° 10.4, toda la fila donde se señala que “Se asumen varianzas iguales”, y se identifica el valor Sig=0.000, y dado que Sig=0.000<0.05, entonces Acepto H1. Se concluye que hay diferencias entre el ingreso promedio por ventas de lentes (monturas + par de lentes) teniendo un proveedor nacional y el ingreso promedio por ventas de lentes (monturas + par de lentes) teniendo un proveedor internacional, dado que el ingreso promedio por ventas de lentes (monturas + par de lentes) teniendo un proveedor internacional (S/. 372,693.75 soles), fue mayor que el ingreso promedio por ventas de lentes (monturas + par de lentes) teniendo un proveedor nacional (S/. 305,621.25 soles).

4.2.5. Prueba para definir la Hipótesis Específica 3

Hipótesis específica 3: La importación de monturas oftálmicas influye en los gastos de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017.

Tabla n.º11.4: Estadísticas de la variable Gastos

Estadísticas de grupo					
	Proveedor	N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
Gasto total (Se mantiene fijo compras de 1800 monturas y par de lunas)	Nacional	4	255,540.00	734.847	367.423
	Internacional	4	235,983.00	601.229	300.614

Fuente: Elaboración Propia

Según la Tabla N° 11, se observa que el gasto total promedio teniendo un proveedor nacional fue de S/. 255,540.50 soles, valor inferior al gasto total promedio teniendo un proveedor internacional que fue de S/. 235,983.00 soles.

Tabla n.º12.4: Prueba T para muestras independientes en la variable Gastos

Prueba de muestras independientes										
		Prueba de Levene de igualdad de varianzas		prueba t para la igualdad de medias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
									Inferior	Superior
Gasto total (Se mantiene fijo compras de 1800 monturas y par de lunas)	Se asumen varianzas iguales	.200	.671	41.196	6	0.000	19557.000	474.730	18395.376	20718.624
	No se asumen varianzas iguales			41.196	5.774	0.000	19557.000	474.730	18384.244	20729.756

Fuente Elaboración Propia

Según la Tabla N° 12, se observa que se ha utilizado la Prueba T de muestras independientes para comparar el gasto total promedio teniendo un proveedor nacional con el gasto total promedio por comprar monturas teniendo un proveedor internacional.

Bajo tal contexto, primero se definen las siguientes hipótesis:

- ✓ H0: No existe diferencia entre el gasto total promedio teniendo un proveedor nacional y el gasto total promedio teniendo un proveedor internacional.
- ✓ H1: Existe diferencia entre el gasto total promedio teniendo un proveedor nacional y el gasto total promedio teniendo un proveedor internacional.
- ✓ Rechazo H0, si Sig < 0.05

Luego de la tabla se revisa la Prueba de Levene de igualdad de varianzas, que tiene como hipótesis:

- ✓ H0: Las varianzas son iguales
- ✓ H1: Las varianzas son diferentes
- ✓ Rechazo H0 si Sig < 0.05.
- ✓ Conclusión: Dado que Sig = 0.671 > 0.05, Acepto H0, es decir “Se asumen varianzas iguales”.

Finalmente, se revisa de la Tabla N° 12, toda la fila donde se señala que “Se asumen varianzas iguales”, y se identifica el valor Sig = 0.000, y dado que Sig = 0.000 < 0.05, entonces Acepto H1. Se concluye que hay diferencias entre el gasto total promedio teniendo un proveedor nacional y el gasto total promedio teniendo un proveedor internacional, dado que el gasto total promedio teniendo un proveedor nacional fue de S/. 255,540.50 soles, valor inferior al gasto total promedio teniendo un proveedor internacional que fue de S/. 235,983.00 soles.

CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN

La presente investigación titulado “Importación de monturas oftálmicas para incrementar la rentabilidad de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017” se ha desarrollado a lo largo de este documento con el objeto de evaluar la relación que existe entre la importación y la rentabilidad obtenida por la Óptica Visual Perfect, teniendo para ello como soporte tecnológico el software estadístico IBM SPSS y la hoja de cálculo Microsoft Excel.

Bajo dicho contexto, tenemos que precisar que el objetivo general de nuestra investigación fue “Determinar de qué manera la importación de monturas oftálmicas influye en la rentabilidad de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017”, la cual según resultados obtenidos identificó al costo de la montura como un factor de influencia y diferenciación en la rentabilidad. Así, mediante el uso de la Prueba estadística T de Student para muestras independientes ($\text{Sig}=0.000 < 0.05$.) se comprobó que existen diferencias significativas entre el costo promedio de monturas de un proveedor nacional y el costo promedio de monturas de un proveedor internacional, dado que el costo promedio del proveedor internacional (S/. 31.425 soles), fue significativamente menor que el costo promedio del proveedor nacional (S/. 42.300 soles).

Con respecto al primer antecedente, cabe precisar que éste fue desarrollado por el Sr. Alejandro Alfaro, quien planteó como objetivo general “Realizar un análisis de factibilidad de una red de abastecimiento para la importación de monturas y lentes oftálmicos de proveedores internacionales para AR Arte Óptico, que permita disminuir sus costos de adquisición”, y que en la misma se concluye, que los precios internacionales de las monturas y lentes fueron en promedio 46% y 54% menores a los que ofrecen los proveedores nacionales. Tomando en consideración este primer antecedente, hay de mencionar que la Óptica Visual Perfect ha logrado reducir sus costos por la adquisición de monturas mediante el proceso de importación, y dada tal experiencia positiva, como siguiente paso o implicancia la empresa podría considerar la importación de lunas de resina, anti réflex y

policarbonato, de tal manera que les permita tener un mayor control de los insumos primarios (monturas + lentes) que son determinantes en su modelo de negocio. Un punto incierto o limitante será encontrar al mejor proveedor internacional de lunas, en términos de calidad, precio y oportunidad, a partir de un portafolio de proveedores, por lo cual será recomendable asesorarse con profesionales del área.

Con respecto al segundo antecedente, cabe precisar que éste fue desarrollado por la Srta. Paulina Ruiz, quien planteó como objetivo general “Elaborar un proyecto de factibilidad para la importación de lentes oftálmicas desde Barcelona España para su respectiva comercialización y distribución en las principales cadenas de ópticas en la ciudad de Quito”, y que en la misma se concluye, que efectivamente la puesta en marcha del proyecto permitirá generar nuevas utilidades para los socios dado que se cuenta con un VAN de USD 361,320.31 y un TIR del 51.63%, teniendo un período de recuperación es de 4 años. Tomando en consideración este segundo antecedente, la Óptica Visual Perfect debe tomar nota de los ratios financieros mencionados por cuanto los mismos confirman la viabilidad de un proyecto de negocio orientado a la importación de lentes oftálmicos, la cual implicaría para la empresa el manejo total de los insumos primarios (monturas + lentes) a partir de un proveedor internacional. De igual manera, un punto incierto o limitante será encontrar al mejor proveedor internacional.

Con respecto al tercer antecedente, cabe precisar que éste fue desarrollado por la Srta. Fiorella Pisano, cuyo objetivo general fue “Proponer un plan de costos de importación para incrementar el margen de contribución de una empresa importadora de equipos médicos Lima, 2017”, y que en la misma se concluye, que tener un sistema de control de costos de importación permite obtener una reducción en los costos de importación y una mayor rentabilidad para la empresa importadora de equipos médicos. Tomando en consideración este tercer antecedente, la Óptica Visual Perfect puede considerar como una oportunidad de negocio la implementación de un sistema de costeo que le permita tener un mayor

control de los costos que efectúa, sobre todo si aún hay costos indirectos que tal vez no han sido identificados. Hay que precisar que actualmente la Óptica Visual Perfect maneja un control financiero básico acerca de sus ventas, ingresos y gastos, por tanto, manejar un sistema de costeo implicaría tener una mejor administración de sus costos. Un punto incierto o limitación es que la empresa no se cuenta con un especialista relacionado al tema de contabilidad, por lo cual queda en decisión de la empresa adoptar la mejora decisión en beneficio de la misma.

Con respecto al cuarto antecedente cabe precisar que éste fue desarrollado por la Srta. Andrea Santa María, cuyo objetivo general fue “Examinar la incidencia que tiene una importación directa para aumentar la rentabilidad del Centro Ortopédico Freire”, y que en la misma se concluye que el Centro Ortopédico Freire usualmente no realiza un análisis frecuente de la rentabilidad ya que sus manejos han sido empíricos, además de que han adquirido los productos por medio de intermediarios los cuales han encarecido sus costos y por ende también el precio de venta al público. Aunque la importación pudo haber sido una opción viable, los procesos no se han tenido claros y han ocurrido muchas falencias ya que anteriormente no se ha efectuado importaciones, lo cual ha repercutido negativamente en la rentabilidad de la empresa. Tomando en consideración este tercer antecedente, hay que señalar que la Óptica Visual Perfect efectúa periódicamente un control básico de sus costos, ingresos y gastos, sin mayor incidencia, y por otro lado tampoco ha tenido inconvenientes durante el proceso de importación de monturas. Sin embargo, como en todo negocio, la óptica debe tener muy en cuenta acerca de los distintos riesgos que hay en el mercado, riesgos como la elección del proveedor, riesgos en la calidad del producto, los posibles daños en el transporte, etc. y también otros tipos de riesgos relacionados con el mal cálculo de los costos para una importación, lo cual sería implicaría un riesgo económico muy alto que puede devenir en importantes pérdidas. A veces esto marca la diferencia entre un buen negocio, un negocio regular y un negocio malo. Un punto incierto o limitación es que los dueños de la empresa son relativamente

nuevos en el proceso de importación y tienen poca experiencia en el rubro, aunque también cabe precisar que actualmente se manejan con un agente aduanero referido sin mayores inconvenientes.

Con respecto al quinto antecedente, cabe precisar que éste fue desarrollado por la Srta. Ana Flores, cuyo objetivo general fue “Determinar como la gestión de inventario mejora la rentabilidad de la empresa Universo Óptico SAC”, y que en la misma se concluye que la implementación de un sistema de control de inventario de revisión periódica mejora la rentabilidad de la empresa por cuanto la misma les permite realizar las compras de acuerdo con el nivel objetivo del inventario. Tomando en consideración este quinto antecedente, tenemos que la Óptica Visual Perfect no cuenta con una gestión eficiente de su inventario, y en ese sentido, esto puede convertirse en una oportunidad de mejora para la empresa dado que implica una mejor planificación de la demanda, el control de gastos y un efecto almacenamiento, los cuales propician una mejora en la rentabilidad. Un punto incierto o limitación es que la empresa no se cuenta con un especialista relacionado al tema de contabilidad, por lo cual queda en decisión de la empresa adoptar la mejor decisión en beneficio de la misma.

Con respecto al sexto antecedente, cabe precisar que éste fue desarrollado por el Sr. Paulo Padilla, cuyo objetivo general fue “Incrementar la rentabilidad a través de la propuesta de mejora en el área logística de la empresa UNILAP SAC”, y que en la misma se concluye que tal propuesta de mejora logró aumentar los indicadores de gestión gracias a un mejor control del nivel de inventarios, del nivel de productos vencidos y la cantidad óptima a pedir. Tomando en consideración este quinto antecedente, tenemos que la Óptica Visual Perfect no cuenta con un plan de mejora en el área logística, sin embargo, implementar un plan similar implicaría un importante beneficio para la empresa. Un punto incierto o limitación es que la empresa actualmente no cuenta con un adecuado control de inventario, es decir, no se sabe con exactitud la cantidad monturas y tipos que se disponen, por lo que su implementación sería un beneficio para la empresa.

CONCLUSIONES

- Con respecto a la Hipótesis General “La importación de monturas oftálmicas influye en la rentabilidad de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017”, se concluye que efectivamente si existe si existe influencia dado que el factor costo de montura es un elemento diferenciador. En efecto, el costo promedio del proveedor internacional (S/. 31.425 soles) fue menor que el costo promedio del proveedor nacional (S/. 42.300 soles).
- Con respecto a la Hipótesis Especifica 1 “La importación de monturas oftálmicas influye en las ventas de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017”, se concluye que existen diferencias significativas entre las ventas promedio teniendo un proveedor nacional y las ventas promedio teniendo un proveedor internacional, dado que las ventas promedio del proveedor internacional (2259 lentes) fueron mayores que las ventas promedio del proveedor nacional (1852 lentes).
- Con respecto a la Hipótesis Especifica 2 “La importación de monturas oftálmicas influye en los ingresos de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017”, se concluye que existen diferencias significativas entre el ingreso promedio por ventas de lentes (monturas + par de lunas) teniendo un proveedor nacional y el ingreso promedio por ventas de lentes (monturas + par de lunas) teniendo un proveedor internacional, dado que el ingreso promedio por ventas de lentes (monturas + par de lunas) teniendo un proveedor internacional (S/. 372,693.75 soles), fue mayor que el ingreso promedio por ventas de lentes (monturas + par de lunas) teniendo un proveedor nacional (S/. 305,621.25 soles).
- Con respecto a la Hipótesis Especifica 3 “La importación de monturas oftálmicas influye en los gastos de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017”, se concluye que existen diferencias significativas entre el gasto total promedio teniendo un proveedor nacional y el gasto total promedio teniendo un proveedor internacional, dado que el gasto total promedio teniendo un

proveedor nacional fue de S/. 255,540.50 soles, valor inferior al gasto total promedio teniendo un proveedor internacional que fue de S/. 235,983.00 soles. Cabe precisar que, para efectos estadísticos, se compararon los gastos promedios tanto del proveedor nacional como internacional, manteniendo fijo la compra de 1800 lentes (monturas + par de lunas) en un periodo de 8 años.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda implementar un sistema de costeo que permita tener un mayor control y mejor administración de los costos.
- Se recomienda implementar sistema de control de inventario que permita tener una mejor planificación de la demanda, control de gastos y almacenamiento.
- Se recomienda determinar bajo modelos econométricos, el comportamiento del mercado local para determinar el stock necesario y suficiente de monturas que requiere importar la empresa.
- Se recomienda efectuar periódicamente actividades de control de inventarios, registro de transacciones, compras, entre otros.
- Se recomienda capacitar al personal de administración en temas referidos a comercio exterior y control de inventarios, así como al personal de ventas en técnicas de ventas, comunicación, negociación y servicio al cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Alberto H. y Ramos M. (2006). Como Conocer Y Manejar Sus Costos Para Tomar Decisiones Rentables. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
2. Alfaro, A. (2014). Análisis de factibilidad de una red de abastecimiento para la importación de monturas y lentes oftálmicos estándares, con el fin de reducir los costos de arte óptico. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.
3. Alanoca, T. (2015). Distribución física internacional para la importación de tapas y preformas para la industria de bebidas. Universidad Mayor de San Andrés, La Paz, Bolivia.
4. Amaya, B. (2017). Impacto de la importación de calzados chinos en el crecimiento y rentabilidad de las Mypes del sector calzado en Lima Metropolitana, distrito de La Victoria, 2015 – 2016. Universidad Tecnológica del Perú, Lima, Perú.
5. Becerra, M. (2018). Los costos de importación de suministros de cómputo y su impacto en la rentabilidad. Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Guayaquil, Ecuador.
6. Canales, J. & Otros (2018). Propuesta de mejora en la productividad de los servicios del manejo de importación y exportación de contenedores en un depósito temporal. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.
7. Calderón C. & Otros (2017). Mejora del mecanismo Exporta Fácil y su incidencia en la competitividad de las exportaciones de las PYMES. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.
8. Carpio, J. & Díaz, B. (2016). Propuesta para mejorar la rentabilidad de la empresa Corpevin S.A. Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador
9. Centurión, W. & Marín, G. (2015). El comercio electrónico y su influencia en el crecimiento de las importaciones y rentabilidad de la empresa P&K Trading International E.I.R.L de la ciudad de Trujillo en el periodo 2010-2013. Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú.
10. De Salamanca, E. (2018). Un análisis el impacto económico de las importaciones a China desde África. Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.
11. Gitman y Joehnk (2005). Fundamentos de Inversión. Madrid: Pearson Educación.

12. Heredia, T. & Lezcano, J. (2018). La importación de neumáticos desde China y su influencia en la rentabilidad de la empresa turismo Erick El Rojo S.A, Trujillo 2016”. Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú.
13. Huapaya, K. (2017). Mejora de los procesos de importación para reducir la carga tributaria en una empresa comercializadora de equipos médicos en Lima, 2017. Universidad Wiener, Lima, Perú.
14. Medina, R. (2015). Importación directa y la incidencia en la rentabilidad del Centro Ortopédico Freire (COFA). Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.
15. Monroy, C., Rodríguez, H. & Zaldívar, K. (2016). Procedimientos de importación para mejorar la rentabilidad en las empresas dedicadas a la comercialización de vehículos automotores usados del área metropolitana de San Salvador. Universidad de El Salvador, El Salvador San Salvador.
16. Muñoz, M. (2012). Impacto económico de la importación de automóviles en México: 1992-2011. Universidad Autónoma de Chihuahua, Chihuahua, México.
17. Pérez, C. (2014). La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante campestre SAC - Chiclayo periodo enero a septiembre 2011 y 2012. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú.
18. Quintana, V. (2012). La importación de mercancías en el incremento de la rentabilidad de las empresas: Caso Modas Gianella S.R.L. Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo, Perú.
19. Rabascall, V. (2011). Estudio sobre la rentabilidad en las importaciones del oxígeno líquido de la empresa Synergy en las alternativas de transportación marítima o aérea. Universidad del Pacífico, Guayaquil, Ecuador.
20. Salazar, K (2016). Estudio de factibilidad para la importación y comercialización de productos de belleza y maquillaje para el cuidado de la piel en la ciudad de quito. caso: Todo trade negocios internacionales. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador.
21. Torres, E. (2016). Influencia del comercio exterior en el crecimiento económico del Perú en el período 1964-2014. Universidad César Vallejo, Lima, Perú.

22. Zamora, A. (2008). Rentabilidad y Ventaja Comparativa: Un Análisis de los Sistemas de Producción de Guayaba en el Estado de Michoacán. México: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

ANEXOS

ANEXO 1. Matriz de Consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVOS GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES INDEPENDIENTE	INDICADORES	METODOLOGÍA
- ¿De qué manera la importación de monturas oftálmicas influye en la rentabilidad de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017?	- Determinar de qué manera la importación de monturas oftálmicas influye en la rentabilidad de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017.	- (H0) La importación de monturas oftálmicas influye en la rentabilidad de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017.- - (H1) La importación de monturas oftálmicas no necesariamente influye en la rentabilidad de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017.-	IMPORTACIÓN	PROVEEDOR - Valor FOB del producto DISTRIBUCIÓN - Costos internacionales (Seguro y flete) COMPRADOR - Gastos por impuestos - Gastos por agente de aduana - Gastos de transporte interno	ENFOQUE DEL ESTUDIO - Cuantitativa TIPO DE ESTUDIO - Descriptivo DISEÑO DE INVESTIGACIÓN - No experimental - Longitudinal - De tendencia
ESPECÍFICOS	ESPECÍFICOS	ESPECÍFICOS	DEPENDIENTE		POBLACIÓN - Todos los Estados Financieros y Facturas Comerciales del periodo 2010-2017 MUESTRA - No se determinó tamaño de muestra debido a que se trabajó con toda la población TÉCNICAS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS. - Estados financieros - Facturas comerciales MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS - Software estadístico SPSS - Microsoft Excel
- ¿De qué manera la importación de monturas oftálmicas influye en las ventas de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017? - ¿De qué manera la importación de monturas oftálmicas influye en los ingresos de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017? - ¿De qué manera la importación de monturas oftálmicas influye en los gastos de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017?	- Explicar de qué manera la importación de monturas oftálmicas influye en las ventas de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017. - Describir de qué manera la importación de monturas oftálmicas influye en los ingresos de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017. - Definir de qué manera la importación de monturas oftálmicas influye en los gastos de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017.	- La importación de monturas oftálmicas influye en las ventas de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017. - La importación de monturas oftálmicas influye en los ingresos de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017. - La importación de monturas oftálmicas influye en los gastos de la Óptica Visual Perfect, Lima 2017.	RENTABILIDAD	VENTAS - Venta total INGRESOS - Ingreso total GASTOS - Gastos de producción - Gastos de distribución y venta - Gastos de administración	

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 2: Gravámenes Vigentes



TRATAMIENTO ARANCELARIO POR SUBPARTIDA NACIONAL

[Retroceder](#) | [Inicio](#)

Ingrese la partida XXXXXXXXXX, X es una de las 10 cifras de subpartida nac. no considere puntos. **CODIGO :**

Ingrese la descripción de un producto sin tilde ni puntuaciones **DESCRIPCION :**

SECCIÓN: XVIII INSTRUMENTOS Y APARATOS DE ÓPTICA, FOTOGRAFÍA O CINEMATOGRAFÍA, DE MEDIDA, CONTROL O PRECISIÓN; INSTRUMENTOS Y APARATOS MEDICOQUIRÚRGICOS DE RELOJERÍA; INSTRUMENTOS MUSICALES

CAPÍTULO: 90 Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; instrumentos y aparatos medicoquirúrgicos; partes y accesorios

90.02 Lentes, prismas, espejos y demás elementos de óptica de cualquier materia, montados, para instrumentos o aparatos, excepto los de vidrio sin trabajar ópticamente.
- Objetivos:

9002.11.00.00 - Para cámaras, proyectores o aparatos fotográficos o cinematográficos de ampliación o reducción

9002.19.00.00 - Los demás

MEDIDAS IMPOSITIVAS PARA LAS MERCANCIAS DE LA SUBPARTIDA NACIONAL **9003.19.90.00** ESTABLECIDAS PARA SU INGRESO AL PAÍS

TIPO DE PRODUCTO: DS.340-2014-EF-DS.314-2014-EF-FE ERRATAS 08.11.2014-DS.312-2

Gravámenes Vigentes	Valor
Ad / Valorem	0%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Específicos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	2%
Sobretasa Tributo	0%
Unidad de Medida:	(*)
Sobretasa Sanción	N.A.

ANEXO 3. Monturas de metal importadas

