

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**PLANTEAMIENTO DE MEJORA EN LA  
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS IMPORTADOS Y  
NACIONALES EN LA EMPRESA AGRIPINO SARMIENTO  
CCOSCCO S.A**



**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN  
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**LIMA – PERÚ  
2023**



**CC BY-NC-ND**

**Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**PLANTEAMIENTO DE MEJORA EN LA COMERCIALIZACIÓN  
DE PRODUCTOS IMPORTADOS Y NACIONALES EN LA  
EMPRESA AGRIPINO SARMIENTO CCOSCCO S.A**

**PARA OPTAR  
EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**PRESENTADO POR:  
JORGE LUIS SARMIENTO TOVAR**

**ASESOR  
DR. MILTON CESAR IBAÑEZ SHOLS**

**LIMA- PERÚ  
2023**

## DEDICATORIA

A mi padres y mis hermanos. Estando tras  
de mi alentándome. Toda mi gratitud hacia  
ellos por sus valores y confianza.

## AGRADECIMIENTO

Un generoso agradecimiento a mis padres por su confianza hacia mi persona y sus enseñanzas en el día a día, mostrándome los valores para afrontar a la vida. Asimismo, agradecer a todas las personas que me han alentado durante la carrera hacia mi formación académica y personal. A todos ellos les doy mi más sincera gratitud.

## TABLA DE CONTENIDO

|   |           |
|---|-----------|
| <b>RESUMEN</b> .....  | <b>9</b>  |
| <b>INTRODUCCIÓN</b> .....   | <b>10</b> |
| <b>I. MARCO TEÓRICO</b> .....   | <b>12</b> |
| 1.1 MARCO GENERAL .....   | 12        |
| 1.2 MARCO ESPECIFICO .....  | 14        |
| 1.3 ANTECEDENTES NACIONALES.....                                      | 14        |
| 1.3.1 Antecedentes Internacionales .....                              | 15        |
| 1.3.2 Importaciones.....  | 19        |
| 1.3.3 Importancia del comercio internacional .....                    | 19        |
| 1.3.4 Requisitos para la importación .....                            | 20        |
| 1.3.5 Las importaciones de medicamentos farmacéuticos genéricos. .... | 21        |
| 1.3.6 Falta de información de medicamentos .....                      | 22        |
| 1.3.7 Capacidad de producción.....                                    | 22        |
| 1.3.8 Patente.....  | 23        |
| 1.4 CONCEPTO CLAVE .....  | 24        |
| <b>II. CONTEXTO LABORAL</b> .....                                     | <b>26</b> |
| 2.1 DATOS GENERALES DE LA EMPRESA .....                               | 26        |
| 2.2 ACTIVIDAD ECONÓMICA .....   | 27        |
| 2.3 UBICACIÓN DE LA EMPRESA.....                                      | 28        |
| 2.4 VISTA DELANTERA DE LA EMPRESA .....                               | 29        |
| 2.5 OBJETIVOS, MISIÓN Y VISIÓN.....                                   | 30        |
| 2.5.1 Misión.....   | 30        |
| 2.5.2 Visión .....  | 30        |

|             |   |           |
|-------------|---|-----------|
| 2.5.3       | Objetivos .....   | 31        |
| 2.6         | LEY DE PYME Y MEDIANA EMPRESA.....                        | 31        |
| 2.7         | ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.....                            | 32        |
| 2.8         | CUADRO ASIGNACIÓN DEL PERSONAL.....                       | 33        |
| 2.8.1       | Gerente General.....                                      | 33        |
| 2.8.2       | Contabilidad .....  | 34        |
| 2.8.3       | Administrativa.....                                       | 35        |
| 2.8.4       | Logística y compra .....                                  | 36        |
| 2.8.5       | Transporte.....   | 37        |
| 2.8.6       | Asistente de transporte.....                              | 38        |
| 2.8.7       | Dirección Técnica.....                                    | 39        |
| 2.8.8       | Almacén .....   | 40        |
| 2.8.9       | Asistente de Almacén.....                                 | 42        |
| 2.9         | CERTIFICACIONES.....                                      | 42        |
| 2.9.1       | BPA (Buenas practicas de almacenamiento).....             | 42        |
| 2.9.2       | BPDT (Buenas prácticas de distribución y transporte)..... | 44        |
| 2.9.3       | Constancia de establecimiento farmacéutico.....           | 44        |
| 2.10        | FORMA JURÍDICA EMPRESARIAL .....                          | 46        |
| 2.11        | CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.....                           | 47        |
| 2.11.1      | Requisitos y tramite municipal .....                      | 48        |
| <b>III.</b> | <b>DETERMINACIÓN Y ANÁLISIS DEL PROBLEMA.....</b>         | <b>49</b> |
| 3.1         | DESCRIPCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA .....                      | 49        |
| 3.2         | ENFOQUE DEL PROBLEMA .....                                | 51        |
| 3.3         | LIMITACIONES.....   | 54        |
| 3.4         | JUSTIFICACIÓN .....                                       | 54        |

|              |   |           |
|--------------|---|-----------|
| 3.5          | METODOLOGÍA DEL PROBLEMA .....              | 55        |
| 3.5.1        | Identificación del problema .....           | 55        |
| 3.5.2        | Determinación de las causas.....            | 56        |
| 3.6          | OBJETIVOS.....                              | 57        |
| <b>IV.</b>   | <b>PROPUESTA DE SOLUCIÓN .....</b>          | <b>58</b> |
| 4.1          | FODA ESTRATÉGICO .....                      | 58        |
| 4.2          | ESTRATEGIA.....                             | 59        |
| 4.2.1        | Estrategia Fortaleza y Oportunidades .....  | 59        |
| 4.2.2        | Estrategia Fortalezas y Amenazas .....      | 61        |
| 4.2.3        | Estrategia Debilidades y Oportunidades..... | 63        |
| 4.2.4        | Estrategia Debilidades y Amenazas .....     | 64        |
| <b>V.</b>    | <b>ANÁLISIS Y RESULTADOS .....</b>          | <b>67</b> |
| 5.1          | ANÁLISIS PRELIMINAR.....                    | 67        |
| 5.2          | DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS.....              | 68        |
| <b>VI.</b>   | <b>CONCLUSIONES .....</b>                   | <b>72</b> |
| <b>VII.</b>  | <b>RECOMENDACIONES .....</b>                | <b>73</b> |
| <b>VIII.</b> | <b>REFERENCIAS.....</b>                     | <b>74</b> |



## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| TABLA 1 ASIGNACIÓN DEL PERSONAL.....                      | 33 |
| TABLA 2 CARACTERÍSTICAS DE SOCIEDADES EMPRESARIALES ..... | 46 |
| TABLA 3 CAUSA, VARIABLE Y COMPORTAMIENTO.....             | 53 |
| TABLA 4 CUADRO DE CAUSAS .....                            | 56 |
| TABLA 5 MATRIZ DAFO .....                                 | 58 |
| TABLA 6 CRONOGRAMA Y RECURSOS 1.....                      | 60 |
| TABLA 7 CRONOGRAMA Y RECURSOS 2.....                      | 62 |
| TABLA 8 CRONOGRAMA Y RECURSOS 3.....                      | 64 |
| TABLA 9 CRONOGRAMA Y RECURSOS 4.....                      | 66 |
| TABLA 10 ANÁLISIS Y RESULTADOS 1.....                     | 68 |
| TABLA 11 ANÁLISIS Y RESULTADOS 2.....                     | 69 |
| TABLA 12 ANÁLISIS Y RESULTADOS 3.....                     | 70 |
| TABLA 13 ANÁLISIS Y RESULTADOS 4.....                     | 71 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|   |           |
|---|-----------|
| <b>FIGURA 1 ACTIVIDAD ECONÓMICA EMPRESARIAL .....</b>                 | <b>27</b> |
| <b>FIGURA 2 MAPA DE LA UBICACIÓN DE LA EMPRESA .....</b>              | <b>28</b> |
| <b>FIGURA 3 VISTA DELANTERA DE LA EMPRESA.....</b>                    | <b>29</b> |
| <b>FIGURA 4 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.....</b>                        | <b>32</b> |
| <b>FIGURA 5 BUENAS PRÁCTICA DE ALMACENAMIENTO (BPA) .....</b>         | <b>43</b> |
| <b>FIGURA 6 CONSULTA DE ESTABLECIMIENTO FARMACÉUTICOS (2022).....</b> | <b>45</b> |
| <b>FIGURA 7 DIAGRAMA DE ISHIKAWA.....</b>                             | <b>55</b> |

## RESUMEN

El presente trabajo de suficiencia profesional tiene como objetivo demostrar el planteamiento de mejora en la comercialización de productos farmacéuticos de marca y genérico en la empresa Droguería Agripino Sarmiento Ccoscco. Se han visto afectados en costos, calidad y producto y la desconfianza que se pueda generar entre los clientes finales sobre su adquisición.

Mi experiencia laboral realizada por distintas áreas, en especial, el área de importaciones observe que había un incremento en importaciones de medicamentos genéricos a comparado con los de marca, como problema aquello se encontró que existe una mala información que es transmitida a los compradores respecto a los productos farmacéuticos de marca que algunos preferirían optar por un precio más barato que en su mayoría son los medicamentos genéricos.

Con las sugerencias realizadas y la interrelación con el área técnica de la empresa se informó a los proveedores y usuarios que ambos tendrían la misma acción terapéutica y que solo la diferencia se basó en que los productos de marca se realizan estudio luego de su fabricación para seguir mejorando la acción terapéutica y que estos tienen una patente para poder comercializar bajo un nombre comercial.

De acuerdo a lo hecho se pudo observar que no todos en su mayoría prefieren un producto genérico por su bajo costo, también eligen un producto de marca, aunque su costo sea un poco mayor, tanto proveedores como entidades del estado publico conocen el amplio recorrido de la empresa ASC en años de venta de productos farmacéuticos y dispositivos médicos.

Por último, el informar sobre los productos de marca y genéricos es de vital importancia así el consumidor tiene el poder de la elección de compra, debido a que la empresa tiene la finalidad de garantizar la calidad del producto al usuario.

NOMBRE DEL TRABAJO

**5. TSP LICENCIATURA - SARMIENTO - A  
SESOR MILTON IBAÑEZ.docx**

RECUENTO DE PALABRAS

**10614 Words**

RECUENTO DE PÁGINAS

**64 Pages**

FECHA DE ENTREGA

**Jan 13, 2023 10:47 AM GMT-5**

RECUENTO DE CARACTERES

**58462 Characters**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**1.5MB**

FECHA DEL INFORME

**Jan 13, 2023 10:48 AM GMT-5**

🌐 **13% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base c

- 13% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 8% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossr

🌐 **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

## ● 13% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 13% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 8% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

### FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

|          |   |               |
|----------|---|---------------|
| <b>1</b> | <b>repositorio.usmp.edu.pe</b>                        | <b>4%</b>     |
|          | Internet  |               |
| <b>2</b> | <b>academia.edu</b>                                   | <b>1%</b>     |
|          | Internet  |               |
| <b>3</b> | <b>vsip.info</b>                                      | <b>&lt;1%</b> |
|          | Internet  |               |
| <b>4</b> | <b>hdl.handle.net</b>                                 | <b>&lt;1%</b> |
|          | Internet  |               |
| <b>5</b> | <b>core.ac.uk</b>                                     | <b>&lt;1%</b> |
|          | Internet  |               |
| <b>6</b> | <b>digemid.minsa.gob.pe</b>                           | <b>&lt;1%</b> |
|          | Internet  |               |
| <b>7</b> | <b>Universidad Nacional San Agustín on 2016-10-27</b> | <b>&lt;1%</b> |
|          | Submitted works                                       |               |
| <b>8</b> | <b>bvcenadim.digemid.minsa.gob.pe</b>                 | <b>&lt;1%</b> |
|          | Internet  |               |

|    |  |                 |     |
|----|--|-----------------|-----|
| 9  | <b>coursehero.com</b>                                      | Internet        | <1% |
| 10 | <b>es.slideshare.net</b>                                   | Internet        | <1% |
| 11 | <b>Universidad Peruana de Las Americas on 2017-08-04</b>   | Submitted works | <1% |
| 12 | <b>dspace.cordillera.edu.ec</b>                            | Internet        | <1% |
| 13 | <b>vbook.pub</b>   | Internet        | <1% |
| 14 | <b>Ministerio de Defensa on 2021-05-04</b>                 | Submitted works | <1% |
| 15 | <b>1library.co</b>   | Internet        | <1% |
| 16 | <b>Universidad Cesar Vallejo on 2017-05-24</b>             | Submitted works | <1% |
| 17 | <b>e-consulta.sunat.gob.pe</b>                             | Internet        | <1% |
| 18 | <b>angelikjp.blogspot.com</b>                              | Internet        | <1% |
| 19 | <b>Universidad Inca Garcilaso de la Vega on 2019-05-21</b> | Submitted works | <1% |
| 20 | <b>repositorio.up.edu.pe</b>                               | Internet        | <1% |

|    |   |                 |     |
|----|---|-----------------|-----|
| 21 | <b>sunat.gob.pe</b>   | Internet        | <1% |
| 22 | <b>Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Grad...</b> | Submitted works | <1% |
| 23 | <b>tesis.ucsm.edu.pe</b>  | Internet        | <1% |
| 24 | <b>monografias.com</b>  | Internet        | <1% |
| 25 | <b>sic.gov.co</b>   | Internet        | <1% |
| 26 | <b>Universidad Alas Peruanas on 2019-12-03</b>                                | Submitted works | <1% |
| 27 | <b>Universidad Cesar Vallejo on 2019-01-14</b>                                | Submitted works | <1% |
| 28 | <b>baixardoc.com</b>  | Internet        | <1% |
| 29 | <b>germancavada.blogspot.com</b>  | Internet        | <1% |
| 30 | <b>prezi.com</b>  | Internet        | <1% |
| 31 | <b>pt.scribd.com</b>  | Internet        | <1% |
| 32 | <b>forosalud.org.pe</b>   | Internet        | <1% |

|           |  |               |
|-----------|--|---------------|
| <b>33</b> | <b>UNIBA on 2020-01-19</b>             | <b>&lt;1%</b> |
|           | Submitted works                        |               |
| <b>34</b> | <b>pesquisa.bvsalud.org</b>            | <b>&lt;1%</b> |
|           | Internet                               |               |
| <b>35</b> | <b>prensarte.com</b>                   | <b>&lt;1%</b> |
|           | Internet                               |               |
| <b>36</b> | <b>repositorioacademico.upc.edu.pe</b> | <b>&lt;1%</b> |
|           | Internet                               |               |



● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

BLOQUES DE TEXTO EXCLUIDOS

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS ESCUELA P...**

repositorio.usmp.edu.pe

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE ...**

www.coursehero.com

**mi formación académica y**

repositorio.usmp.edu.pe

**1.1. Marco general 1.2. Marco específico 1.2.1**

uk.geocities.com

**2.1. Datos generales de la empresa 2.2**

es.scribd.com

**Misión 2.5.2. Visión 2.5.3**

repository.unab.edu.co

**III DETERMINACION Y ANALISIS DEL PROBLEMA**

repositorio.usmp.edu.pe

**OFICINA DE GRADOS Y TÍTULOS**

**CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO TURNITIN**

| FECHA      | NOMBRE DEL DOCENTE      | CORREO DEL DOCENTE |
|------------|-------------------------|--------------------|
| 18/01/2023 | DR. MILTON IBAÑEZ SHOLS | MIBANEZS@USMP.PE   |

| NOMBRE DEL TSP   |
|--|
| MALA INFORMACION ENTRE LOS PRODUCTOS FARMACEUTICOS GENERICOS Y DE MARCA EN EL SECTOR SALUD |

| NOMBRE DEL ASESORADO(A)    | TELÉFONO Y CORREO              | ESCUELA PROFESIONAL      |
|----------------------------|--------------------------------|--------------------------|
| JORGE LUIS SARMIENTO TOVAR | 996514284<br>Jorge2519@hotmail | NEGOCIOS INTERNACIONALES |

**RESULTADO:**

13% (EXCLUYENDO CITAS Y BIBLIOGRAFÍA)

**CONCLUSIÓN:**

LA TESIS SE ENCUENTRA APTA PARA CONTINUAR CON EL SIGUIENTE TRÁMITE.

DR. MILTON IBAÑEZ SHOLS  
NOMBRE Y FIRMA DEL ASESOR  
DNI: 10005885

JORGE LUIS SARMIENTO TOVAR.....  
NOMBRE Y FIRMA DEL ASESORADO  
DNI ...72260917



**REVISADO POR: MG. CARLOS ANTONIO ESCUDERO CIPRIANI**

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se basa en mi experiencia laboral desarrollada en la Empresa Droguería Agripino Sarmiento Ccoscco S.A. en el rubro de importación de medicamentos farmacéuticos y dispositivos médicos con venta hacia el sector privado y público, por más de 15 años en el mercado de medicinas donde a lo largo del tiempo estuve ubicado en distintos cargos como importaciones, transporte, almacén interrelacionándome con todas las áreas.

Cabe resaltar que las actividades que realice en la empresa como gestor de las importaciones, jefe de transporte y en el área de almacén obtuve experiencia en distintos conocimientos y manejos desde el manipuleo, acondicionamiento, gestión de entrega y salida de los medicamentos, además de manejar y cotizar los distintas cargas hacia su llegada al almacén en las mejores condiciones, adecuándolos en condición de almacenamiento a las temperaturas adecuadas establecidas por DIGEMID, finalmente, su salida del almacén garantizando el trayecto del producto hacia nuestro cliente final.

La empresa con iniciales “ASC” perteneció a la banca de pyme por una larga cantidad de años y con el paso del tiempo ascendió hacia la banca de mediana empresa los cuales su volumen de ventas fue aumentando con el respaldo de las entidades financieras al otorgar crédito y líneas de crédito que son apoyo de instrumento financiera para la empresa.

Como sabemos las empresas importadoras de medicinas realizan compras en moneda extranjera y ventas en moneda nacional lo cual los financiamientos son en cortos plazo, además, venden tanto productos genéricos como de marca, para ellos hubo una disputa

en la compra de clientes finales quienes tenían dudas de las diferencias en específicas de ser de marca o genérico.

Siendo la situación me hizo aclarar cualquier duda de ambos productos para que los clientes puedan realizar sus compras sin problemas, de este modo nació una iniciativa por parte del ministerio de salud y las empresas de colaborar en la información hacia los usuarios, realizamos un cuadro de actividades para dar solución a las inconformidades del cliente.

Como colaboradores tuvimos a los proveedores privados quienes conjuntamente con la dirección técnica nuestra fueron de vital importancia para transmitir la información.

## CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

### 1.1 Marco General

En el rubro de medicamentos la mayoría de droguerías tienen la responsabilidad de ofrecer al cliente productos de calidad para esto la constitución de una droguería es importante que cumpla con todos los requisitos para poder dar inicio de sus actividades. Primero una droguería tiene que cumplir con la formalidad de todos los documentos en la SUNARP y SUNAT, posteriormente, para ejercer la actividad en su totalidad una droguería debe contar con ciertas aprobaciones de la DIGEMID, las cuales son:

- Certificado de autorización
- Buenas Prácticas de almacenamiento (BPA)
- Buenas prácticas de Transporte y distribución (BPDT)
- Buenas prácticas de Manufactura (BPM) (solo importadores)

Se puede distribuir tanto productos genéricos como de marca y todo depende de los precios de los fabricantes con respecto al precio de venta que se manejen dentro del mercado nacional, encontramos que los laboratorios en procedencia China cuenta con menor costo por la mano de obra barata esto se también en otros países asiáticos, lo cual hace competitivo en nuestro mercado con fabricantes nacionales, los productos al ser vendidos a los clientes tienen que tener la certificación aprobada por el laboratorio como fabricante así como nuestra droguería ambos otorgados por la Digemid, existen muchos productos que pueden tener una similitud con otros productos para ser reemplazados en su medicación, por ello se ha visto que los ciudadanos no están informados de esto y solo prefieren a optar por la compra de un solo productos sabiendo

que hay otro que actúa de la misma forma, parte de esta desinformación genera que cuando haya un desabastecimiento de un producto la persona realice una búsqueda mayor en su mayoría, tanto las boticas como farmacias de las clínicas y hospitales tienen que estar preparados con los químicos farmacéuticos para dar aclaramiento y dudas de los productos farmacéuticos y sus acciones que tengas sobre el paciente, en su mayoría de caso se ha visto que hay una incertidumbre sobre medicamentos de marca con genéricos que en realidad han tenido la misma forma de actuar, tan solo la variación depende que los productos de marca tienen una patente de nombre, el cual este registro está dándole un plus a la venta porque se podría decir que para verificar que su efecto sea un poco más rápido y certero en menor cantidad de dosis son examinados en puesto a pruebas en laboratorios para buscar las fórmulas adecuadas.

La droguería tiene el objetivo de satisfacer al cliente con productos farmacéuticos sean de marca o genéricos, tanto a nivel público o privado donde la entidad que realiza la compra solicita un control de calidad de acuerdo al tipo de proceso adjudicado para garantizar de que el producto no contenga deficiencias o causa reacciones ante el consumidor.

Estas compras que son realizadas por el Estado mediante el tipo convencional más frecuente la subasta inversa electrónica, causan que proveedores compitan entre precios para poder adjudicar en la licitación.

Actualmente, la empresa que laboro tiene un objetivo que es entregar al cliente final un producto de calidad partiendo desde el inicio del proceso logístico, durante su trayecto hasta la llegada del almacén del proveedor o estado.

La empresa cuenta con todas las certificaciones necesarias para que nuestro producto sea aceptado en la comercialización.

Es necesario que el sector farmacéutico tenga un sistema de calidad que garantice los medicamentos aptos para uso y que sean eficaces al servicio de salud en la atención privada como público.

Organización como DIGEMID realiza la labor de fiscalización cada cierto tiempo para verificar que el producto cumpla ficha técnica y exigir que se otorgue una calidad de servicio correcto.

Por ello, la ficha técnica es un elemento que contiene la información científica para un uso adecuado del producto conteniendo información cuantitativa, cualitativa, condiciones de almacenamiento, efectos terapéuticos, muchos de ellos dependen también del país de comercialización o procedencia, así como países de alta vigilancia donde tiene valores más altos para priorizar la salud de los consumidores.

## **1.2 Marco Específico**

### **1.3 Antecedentes Nacionales**

(Canales, L,2015, pag11), realizó su tesis de pregrado, titulada “*Aceptación de los medicamentos genéricos por parte de usuarios del sector C, D y E en tres zonas de Lima.*” En donde tuvo como objetivo evidenciar el grado de aceptación, conocimiento, confianza y dificultades en el consumo de medicamentos genéricos, a través de la aplicación de una encuesta compuesta por 11 preguntas. Dentro de sus resultados reporta una aceptación regular en los medicamentos genéricos para estos sectores; respecto al conocimiento el resultado es malo y en

relación al consumo se encontró una media de 2.9 traducido en un resultado Alto, explicado por los precios bajos asequibles, pero no relacionado a la confianza en la efectividad o seguridad del medicamento.

(Camargo,2016), realizó la siguiente investigación: *“Impacto del TLC con china en el desarrollo comercial del Perú periodo 2010 - 2013”*, en la Escuela de Post grado en la Universidad Ricardo Palma. La investigación llegó a las siguientes conclusiones:

El proceso de evaluación del nivel de Importaciones desde China se ha incrementado

con la firma del TLC, demostrado mediante la correlación de la exportación. Perú ha incrementado la importación de Bienes de Capital, que le permitirán a Perú el desarrollo de mayores exportaciones, en el futuro. El TLC firmado con China ha impactado en la Actividad de Exportación del Comercio Exterior del Perú, porque falta una Política Exportadora y la inversión de China para I+D.

Existe correlación entre los indicadores en el estudio demostrando que el desempeño del TLC Perú -China ha impactado negativamente en la estructura del Comercio Exterior del Perú.

### **1.3.1 Antecedentes Internacionales**

Paniagua, (2014), realizó la siguiente investigación: *“Liberación comercial y crecimiento económico en México: una evaluación a la política arancelaria y su Impacto en las importaciones, exportaciones y balanza Comercial, 1970-2012.”*,



en la sección de estudios de post grado del Politécnico Nacional. La investigación llegó a las siguientes conclusiones:

1. El estudio puntualizó que la propensión marginal a importar ha crecido más que la propensión marginal a exportar a lo largo de la muestra, pero a medida que el tipo de cambio se estabiliza, la diferencia disminuye y tienden a converger.
2. Las tasas de crecimiento de las importaciones se han desacelerado, después de un largo periodo de rápida expansión (7.05%), mientras que las exportaciones han presentado una tendencia estancada en todo el periodo debido a que estas dependen sustancialmente de los mercados externos (5.53%), estas cifras limitan el crecimiento económico y no le permiten ir más allá de un 2%-3% por año en promedio.
3. El sector manufacturero fue el más sensible a la apertura comercial y crecimiento del sector externo, sin embargo, el sector ha presentado una fuerte desaceleración en los últimos años.
4. Los bienes más sensibles a la importación dentro de un contexto de apertura comercial fueron los bienes de consumo final o bienes terminados, situación contraria al objetivo principal del plan de desarrollo nacional, que busca beneficiar al sector industrial nacional, mientras que los bienes intermedios y los de formación de capital que representa al sector industrial presentaron una tendencia menor y negativa.
5. Se confirmó la fuerte dependencia que existe entre las importaciones de bienes intermedios y de formación de capital con exportaciones manufactureras,

corroborando la idea de que Importamos para poder exportar y exportamos para poder importar.

6. Si bien es cierto que la evidencia empírica demuestra un efecto positivo de la apertura comercial en la economía, aún queda pendiente medir el impacto social de estas políticas de liberalización.
7. Se rechaza la hipótesis inicial de la investigación, que enunció que la desgravación y exención de las barreras arancelarias ha fomentado principalmente a las importaciones, trayendo como consecuencia, un deterioro de la balanza comercial y contracción del crecimiento económico.

Meregildo, (2015), realizó la siguiente investigación: *“Análisis del impacto de las políticas económicas dirigidas al sector farmacéutico del Ecuador periodo 2003 - 2013.”*, en la facultad de ciencias económicas en la Universidad de Guayaquil. La investigación llegó a las siguientes conclusiones:

1. La problemática del sector farmacéutico en el Ecuador radica en la baja participación de las empresas farmacéuticas nacionales en el mercado, el cual se encuentra dominado por los laboratorios transnacionales que tienen sus plantas principales en el extranjero.
2. Otro de los problemas que aqueja al sector es la diferencia de precios que existe entre los medicamentos genéricos y los de marcas.
3. De las 320 empresas dedicadas a la fabricación y comercialización de productos farmacéuticos existentes en el país, en la actualidad, funcionan aproximadamente 60 laboratorios nacionales, cuando en el año 2011 existían

- 72, las mismas que están en capacidad de producir diversos productos farmacéuticos.
4. La industria nacional ha invertido en los últimos años en maquinaria y equipos, infraestructura y, en la investigación y desarrollo de nuevos compuestos, estos avances se realizan con el objetivo de que los medicamentos genéricos nacionales ganen mayor espacio en el mercado y cuyo resultado se está obteniendo actualmente.
  5. La Superintendencia de Control de Poder de Mercado está realizando un estudio al sector farmacéutico, compuesto por farmacias y distribuidoras de medicamentos, debido a que se está produciendo una competencia desleal del grupo de las farmacias que proceden de cadenas o empresas oligopólicas frente a las farmacias independientes.
  6. Las importaciones de productos farmacéuticos no han podido bajar su tendencia creciente, a pesar de las distintas medidas que se ha implementadas por el Estado, debido al alto impacto genera la publicidad de las empresas importadoras en el consumo de la población y el dominio del mercado por empresas transnacionales.
  7. La balanza comercial de Ecuador hasta el año 2008 mantuvo un superávit comercial, en el 2013 se situó en un déficit de 1.131 millones de dólares a pesar de que los productos no tradicionales han tenido una creciente participación en las exportaciones.
  8. El principal destino de las exportaciones del sector farmacéutico se encuentra a nivel latinoamericano, solo en el 2013 se registró una baja de las

exportaciones de medicamentos posiblemente por un cambio en la demanda interna.

### **1.3.2 Importaciones**

Es una parte del régimen aduanero que permite el ingreso de mercancías al territorio nacional para su consumo, con una serie de pagos y garantías según corresponda, como derechos arancelarios y demás impuestos aplicables, en caso existiera el pago de los recargos y multas se cancelarían, y del cumplimiento de las formalidades y otras obligaciones aduaneras. (SUNAT, 2018).

### **1.3.3 Importancia del comercio internacional**

Su importancia permite que los fabricantes y distribuidores encuentren productos, servicios y componentes realizados en países extranjeros. Las empresas los adquieren debido a las ventajas de costos o para aprender sobre los métodos técnicos avanzados utilizados en el extranjero (Seyoum, 2000, p.8).

La importancia del comercio internacional radica en que las formas que ayudan a reducir el costo de producción reducen los precios y, a su vez, permiten un mayor consumo, por lo tanto, producen mayores ganancias o utilidades. El comercio internacional además permite a las empresas obtener recursos que no están disponibles en la región, además, de otorgar a los consumidores una variedad de bienes y servicios, y, particularmente, el comercio internacional genera ingresos y empleos al Estado (Seyoum,2000).

### **1.3.4 Requisitos para la importación**

Según la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) existe una serie de requisitos para la importación de productos, los cuales se detalla a continuación:

- Fotocopia autenticada del documento de transporte.
- Copia de la factura, similar o contrato, que contenga la información mínima requerida detallada de los datos correspondientes.
- Copia del comprobante de pago, cuando se realice la transferencia del bien requerido antes de su nacionalización, excepto en los siguientes casos:
- Cuando la transferencia de bienes se haya realizado por otra cuenta de terceros, en la que el comisionista, antes de pedir el despacho y, por única vez, registra en el contrato de comisión donde conste dicho mandato.
- Cuando la entidad haya realizado una carta garantía de pago en el compromiso de pago una vez el importador obtenga los documentos listos.

En los casos de transferencia a título gratuito de los bienes que ingresaran al país consignados a nombre de la entidad del sector público (excepto empresas del Estado) o de la Iglesia Católica.

- Cuando el pago que se haya realizado haya sido emitido un medio de la informática que tenga autorización o proporcionada de la SUNAT.
- Copia simple verificada del seguro de transporte de las mercancías, cuando corresponda.

En el caso de mercancías restringidas: Los documentos obtenidos del portal de la VUCE o copia autenticada por el agente de aduana de la autorización o documento de control o declaración jurada suscrita por el representante legal del importador en los casos que la norma específica lo señale.

- Copia simple del certificado país de origen, cuando corresponda.

La Declaración Andina de Valor (DAV), caso en el que sea exigible el formato B de la declaración para su respectivo relleno.

Cualquier otro que la naturaleza u origen de las mercancías y del presente régimen requieran, conforme a las disposiciones específicas sobre la materia

- Autorización Especial de Zona Primaria, cuando se opte por el despacho anticipado con descarga en el local del importador (código 04) o para el despacho urgente cuando corresponda.

### **1.3.5 Las importaciones de medicamentos farmacéuticos genéricos.**

De manera adicional y sin perjuicio de la documentación general requerida La dirección general de medicamentos e insumos del Ministerio de Salud (MINSU), ha establecido una serie de requisitos para la importación de medicamentos:

- Copia de la Resolución de autorización para el registro sanitario del producto o dispositivo médico, certificado de autorización de registro sanitario del producto o dispositivo importado del producto, según corresponda.
- Se requiere toda verificación del embarque donde el lote sea el correcto (para el caso de equipos biomédicos se acepta número de lote o serie) y plazo de vencimiento del

producto o dispositivo, según corresponda. Para el caso de productos sanitarios, se requiere lote, serie o código de identificación.

- Copia simple de certificado de análisis o protocolo de análisis del lote que ingresa según corresponda de acuerdo al tipo de producto o dispositivo. (no aplica para equipos biomédicos).

### **1.3.6 Falta de información de medicamentos**

La Dirección General de Medicamentos (DIGEMID) cuenta con el Centro de Información de Medicamentos (CIM) que es un área encargada de las operaciones que emiten información técnica y científica sobre los medicamentos, de forma objetiva y oportuna, constituyendo una estrategia que sirva para atender las necesidades particulares de información ante cualquier situación que se le presente (MINSA, 2018).

El CIM tiene como objetivo promover el uso de medicamentos en uso proporcionado a través de la información técnica y científica, sobre medicamentos en forma objetiva, actualizada y oportuna debidamente procesada y evaluada (MINSA, 2018).

### **1.3.7 Capacidad de producción**

El Ministerio de Salud (MINSA) con el fin de mejorar el acceso a los medicamentos para que los usuarios reciban una atención adecuada sobre medicamentos genéricos y de marca ello genera que la capacidad de producción sea la adecuada para la atención y tratamiento de las enfermedades prevalentes de la población peruana, a precios acordes al estado, ha suscrito el Convenio N° 012-2011/MINSA con la Asociación Nacional de Cadenas y Boticas (ANACAB); el mismo que establece las condiciones que permitirán

una mutuo apoyo, para una adecuada promoción y difusión del uso de los medicamentos genéricos y de marca de mayor demanda en el país.

### **1.3.8 Patente**

Una patente confiere a su propietario el derecho exclusivo de explotar económicamente una invención durante un período de tiempo limitado. De acuerdo con el principio de prioridad, las patentes se asignan a la primera persona que solicita una patente de la invención y para ser patentable, una la invención debe describirse y publicarse con precisión para permitir que una persona experta en el campo particular de la invención la lleve a cabo (Müller, 2009, p. 29).

El titular de la patente que ha revelado a cambio el secreto de su invención tiene derecho a indemnización cuando otra persona infrinja la patente. Además, todas las invenciones patentables deben cumplir ciertos requisitos, es decir, deben ser nuevas, e implicar un avance considerable en el conocimiento, a la vez, debe ser capaz de tener una aplicación industrial (Müller, 2009).

#### **1.3.8.1 Duración de las patentes.**

La duración de una patente generalmente se refiere a la cantidad de años transcurridos entre la fecha de la presentación de la solicitud de la patente y su vencimiento o entre la fecha de concesión de la patente y su vencimiento. Müller (2009).



### **1.3.8.2 La rentabilidad.**

El diccionario de la Real Academia Española (RAE, 2020) “define la rentabilidad como la condición de rentable y la capacidad de generar renta (beneficio, ganancia, provecho, utilidad). La rentabilidad, por lo tanto, está asociada a la obtención de ganancias a partir de una cierta inversión”.

### **1.4 Concepto clave**

- **Búsqueda de información.** Etapa del proceso de toma de decisiones del comprador, en que cual se estimula al consumidor para que busque mayor información; podría ser que el consumidor sólo preste más atención, o que inicie una búsqueda activa de información.
- **Calidad del producto.** Capacidad de un producto para desempeñar sus funciones; incluye su durabilidad general, su confiabilidad, su precisión, su facilidad de operación y de reparación; y otros atributos valiosos.
- **Estilo de vida.** Patrón de vida de un individuo, expresado en términos de sus actividades, intereses y opiniones.
- **Exportación.** Ingresar a un mercado extranjero, vendiendo bienes producidos en el país de origen de la empresa, a menudo con escasas modificaciones.
- **Muestra.** Segmento de la población que se selecciona para que represente a toda la población en una investigación de mercado; cantidad pequeña de un producto que se obsequia los consumidores para que lo prueben.
- **Producto.** Bien que se ofrece a un mercado para su atención, consumo o uso, adquisición, y que podría satisfacer una necesidad.

- Producto de compras. Bien de consumo del cliente, en el proceso de selección y compra, por lo regular, compara en términos de idoneidad, calidad, precio y estilo.
- Producto de consumo. Artículo que un consumidor final adquiere para su uso personal.
- Producto industrial. Producto comprado por individuos y organizaciones para un procesamiento ulterior o para utilizarse en las actividades de un negocio.
- Usuarios. Miembros de la organización que usarán el producto o servicio.

## CAPÍTULO II. CONTEXTO LABORAL

### 2.1 Datos Generales de la empresa

Para el presente estudio, se tiene en consideración la empresa Agripino Sarmiento Ccoscco, donde me ha permitido poner en práctica mis conocimientos universitarios.

Respecto a la razón social, el cual se usará en nivel administrativo y para usos jurídicos se ha previsto el siguiente nombre:

Droguería Agripino Sarmiento Ccoscco (DASC)

Costos de una inscripción de empresa: el costo total incluye los siguientes servicios:

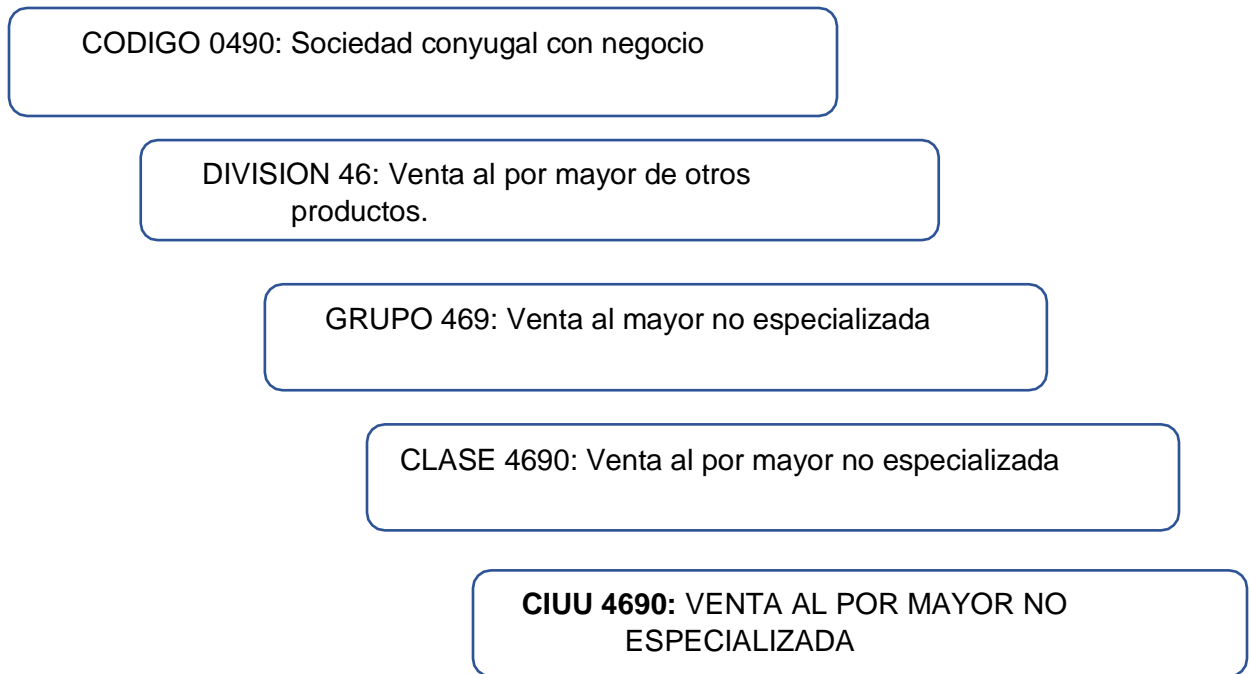
- Búsqueda y reserva de nombre
- Elaborar el estatuto.
- Gastos notariales
- Tramite de generación de RUC (SUNAT)

Costo total: S/ 450.00

## 2.2 Actividad económica

### Figura 1

*Actividad económica empresarial*

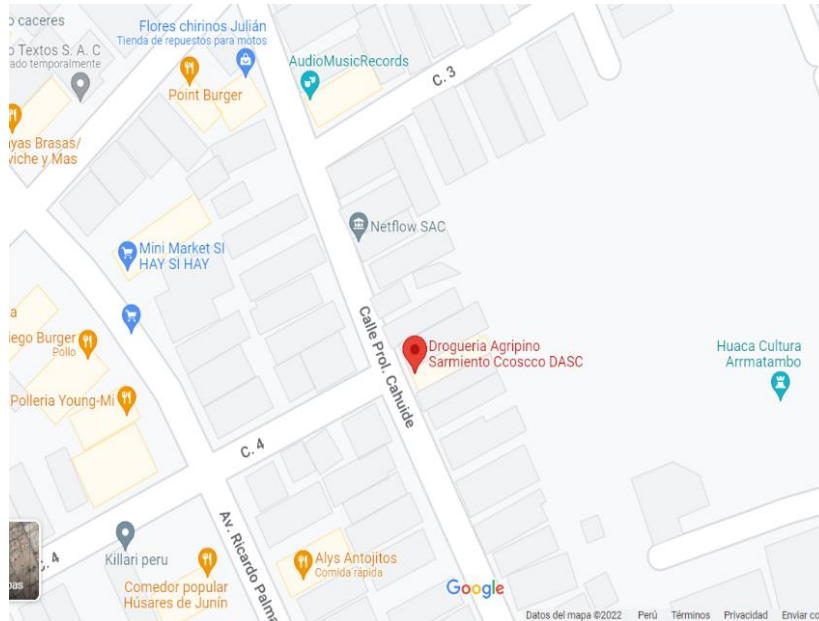


Fuente: Elaboración propia

## 2.3 Ubicación de la empresa

**Figura 2**

Mapa de la ubicación de la empresa



Nota. Adaptado de *Mapa de la ubicación de la empresa* (Fotografía), por Google Maps, 2023, Googlemaps([https://www.google.com/maps/place/Drogueria+Agripino+Sarmiento+Ccoscco+DASC/@-12.1806417,-77.0238043,16.74z/data=!4m6!3m5!1s0x9105b73ef8ee21b7:0x69092b4329210352!8m2!3d-12.1805587!4d-77.0204335!16s%2Fg%2F11hfg2sqq\\_?entry=ttu](https://www.google.com/maps/place/Drogueria+Agripino+Sarmiento+Ccoscco+DASC/@-12.1806417,-77.0238043,16.74z/data=!4m6!3m5!1s0x9105b73ef8ee21b7:0x69092b4329210352!8m2!3d-12.1805587!4d-77.0204335!16s%2Fg%2F11hfg2sqq_?entry=ttu)).

## 2.4 Vista delantera de la empresa

### Figura 3

*Vista delantera de la empresa*



*Nota.* Adaptado de *Vista delantera de la empresa* (Fotografía), por Google Maps, 2023, Googlemaps([https://www.google.com/maps/@-12.1805996,-77.020495,3a,75y,29.5h,92.64t/data=!3m7!1e1!3m5!1sdPBtQawO\\_1ojhkhNfxxMUA!2e0!6shttps:%2F%2Fstreetviewpixels-pa.googleapis.com%2Fv1%2Fthumbnail%3Fpanoid%3DdPBtQawO\\_1ojhkhNfxxMUA%26cb\\_client%3Dmaps\\_sv.tactile.gps%26w%3D203%26h%3D100%26yaw%3D59.816063%26pitch%3D0%26thumbfov%3D100!7i16384!8i8192?entry=ttu](https://www.google.com/maps/@-12.1805996,-77.020495,3a,75y,29.5h,92.64t/data=!3m7!1e1!3m5!1sdPBtQawO_1ojhkhNfxxMUA!2e0!6shttps:%2F%2Fstreetviewpixels-pa.googleapis.com%2Fv1%2Fthumbnail%3Fpanoid%3DdPBtQawO_1ojhkhNfxxMUA%26cb_client%3Dmaps_sv.tactile.gps%26w%3D203%26h%3D100%26yaw%3D59.816063%26pitch%3D0%26thumbfov%3D100!7i16384!8i8192?entry=ttu)).

## **2.5 Objetivos, Misión y visión**

Droguería Agripino Sarmiento Ccoscco SA ha declarado la visión, misión y objetivos para consolidarse como empresa en el mercado. A continuación, se menciona cada uno:

### **Misión**

Ser uno de los principales distribuidores de producto farmacéuticos en el mercado peruano, satisfaciendo los requerimientos de nuestros clientes, trabajadores y proveedores, garantizando los más altos estándares de calidad, eficiencia y competitividad.

### **Visión**

Ser la empresa que mejor satisfaga los requerimientos de nuestros clientes, con una variedad de productos, innovando y comercializando con precios y ofertas accesibles que nos permita brindarles un excelente servicio; aportando valor a la cadena de distribución de la rama farmacéutica, teniendo como fin último al paciente, brindando la tranquilidad de acceso a su medicamento con la garantía de calidad y en los plazos requeridos.

**Valores:** Responsabilidad, Honestidad, Excelencia, calidad y compromiso.

**Principios:** Respeto, trabajo en equipo, efectividad.

## **2.6Objetivos**

### **Objetivo general.**

Generar ingresos por la venta de productos farmacéuticos y dispositivos médicos siendo reconocidos en el mercado por la calidad.

### **Objetivos específicos.**

Objetivo específico en el primer año: Ingresar con más de un producto en venta en el año.

Objetivo específico en el segundo año: Realizar venta a proveedores con más de tres productos al año.

Objetivo específico en el tercer año: Ampliar línea de proveedores en más de 1.

### **Ley de Pyme y mediana empresa**

Droguería Agripino Sarmiento Ccoscco S.A se constituirá bajo la Ley N° 24467

Mediana Empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT [S/.7 140,000.00] y hasta el monto máximo de 2300 UIT [S/.9'660,000]".

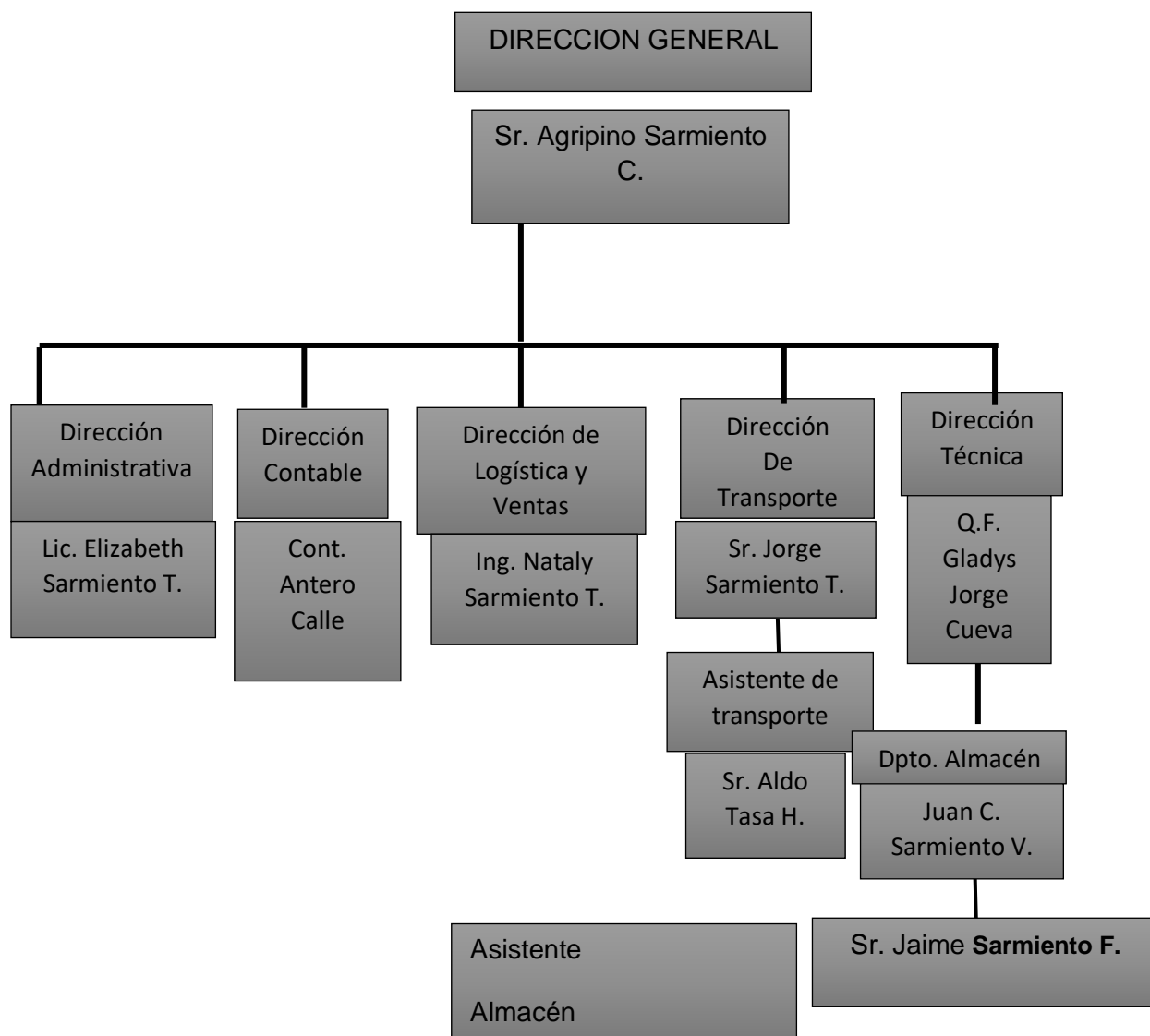
Donde: Valor de la UIT para el Ejercicio 2020 es de S/.4, 600.00



## 2.7 Organigrama de la empresa

Figura 4

*Organigrama de la empresa*



## 2.8 Cuadro asignación del personal

A continuación, se muestra el cuadro de asignación de personal:

**Tabla 1**

*Asignación del personal*

| <b>NOMBRE DE ÁREA</b>         | <b>NÚMEROS DE CARGO</b> | <b>PERSONA A CARGO</b>          |
|-------------------------------|-------------------------|---------------------------------|
| Dirección general             | 1                       | Agripino Sarmiento Ccoscco      |
| Dirección Administrativa      | 1                       | Lic. Elizabeth Sarmiento Tovar  |
| Dirección Contable            | 1                       | Contador. Antero Calle Ramos    |
| Dirección Logística y Compras | 1                       | Ing. Nataly Sarmiento Tovar     |
| Dirección de transporte       | 1                       | Bachiller. Jorge Luis Sarmiento |
| Asistente de transporte       | 1                       | Sr .Aldo Tasa Huayre            |
| Dirección Técnica             | 1                       | Q.F. Gladys Jorge Cueva         |
| Departamento Almacén          | 1                       | Juan Carlos Sarmiento Vargas    |

Nota. En la tabla se ha designado las personas que tendrán a cargo un área para su desarrollo.

A continuación, se detallan las principales funciones de cada área:

### **Gerente General**

Funciones:

- Líder en el proceso de planeación estratégica de la organización, descubriendo factores críticos, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.
- Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos propuestas.
- Implementar una estructura administrativa que integre los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.

- Definir necesidad del personal consistente con los objetivos y planes de la empresa.
- Seleccionar personal adecuado y desarrollar programas para potenciar sus capacidades.
- Ejercer un liderazgo dinámico para volver operativos y ejecutar los planes y estrategias determinados.
- Hacer seguimiento y verificar los resultados reales con los planes y estándares de ejecución (autocontrol y control de gestión).
- Mantiene contacto continuo con los proveedores.
- Elige cuando un nuevo producto va de ingresar.
- Encargado de la contratación del personal.
- Las transacciones financieras de préstamos mayores, cartas de crédito, asignación de créditos a clientes, etc. deben contar con su aprobación

### **Contabilidad**

- Suministra la información contable necesaria a la empresa y de las operaciones que ésta realiza.
- Organizar todos los movimientos contables registrados en el programa de software para la actividad.
- Dirigir, supervisar y controlar el proceso contable de las unidades.
- Presentar un informe ante el Directorio para hacer observaciones, sugerencias y consultas sobre la marcha de la actividad contable.
- Comprobar la aplicación correcta de los principios y normas establecidas con respecto a la organización.

- Mantener la contabilidad al día, de acuerdo con las normas generales vigentes que al efecto le sean impartidas.
- Presentar el balance del mes anterior.
- Suministrar toda la información contable necesaria para que el Gerente General se mantenga al día tanto el control de activos fijos de la empresa, como también los inventarios de las existencias y/o alguna discrepancia.
- Planificar, coordinar y conjuntamente con la Unidad de Inventario, el inventario general de los bienes activos del patrimonio, comprobando sus costos, existencia física y su localización.
- Realización de la relación de las Cuentas por Cobrar y por Pagar.
- Los libros de Compras y Ventas se hacen de forma mensual.
- Las facturas por parte de los proveedores se registran.
- Las facturas recibidas se deben comprobar los datos fiscales.

### **Administrativa**

- Administrar las actividades de las áreas forman parte de la Dirección Administrativa.
- Evaluar la parte financiera para la toma de decisión.
- Realizar un análisis de la inversión requerida para las ventas futuras.
- Analizar el balance general para la obtención de datos valiosos para determinar la posición financiera de la empresa.
- Realizar un análisis de los resultados en los ingresos y costos.
- Determinar el costo real del producto y que este pueda entrar al mercado con un precio competitivo y genere rentabilidad.

- Generar los fondos necesarios para el financiamiento de las operaciones.
- Establecer una estrategia de negociación con los proveedores, descuentos especiales y créditos.
- Supervisar el área contable.
- Es responsable de la parte tributaria.
- Responsable del área de recursos humanos, nomina, prestamos, descuentos, vacaciones, etc.
- Responsable de aprobar las ventas y su facturación.
- Cualquier actividad adicional del gerente administrativo estará determinada por el Gerente General.

### **Logística y compra**

- Planear las estrategias y las actividades que se realizarán para el suministro de la empresa (transporte, almacenaje, distribución y ventas), garantizando la satisfacción del cliente.
- Gestionar de forma óptima el aprovisionamiento y la planificación, así como el volumen de ventas.
- Determinar las funciones en la cadena de suministro.
- Gestionar los procedimientos de las operaciones comerciales (investigación de mercados, publicidad y servicio al cliente).
- Planificar las actividades de adquisición, producción, transporte, almacenaje, distribución y ventas.

- Supervisar las actividades del área de almacén (recepción, reposición, preparación de pedidos y transporte).
- Gestionar la política de abastecimiento y distribución de la empresa.
- Gestionar la logística de los pedidos.
- Conocer las áreas de crédito para identificar clientes morosos.
- Colaborar con la elaboración y ejecución del Plan Estratégico; como también desarrollar los proyectos de POES e internos del área.
- Gestionar los procesos de abastecimiento y contratación de bienes, servicios u obras, de acuerdo con la normatividad legal vigente.
- Establecer la formulación para el abastecimiento.
- Determinar las políticas de abastecimiento.
- Realizar un registro de los proveedores y clientes.
- Brindar a todas las áreas los equipos y materiales para su buen funcionamiento.

## **Transporte**

- Garantizar la logística del transporte.
- Negociar flete con agente de aduana.
- Búsqueda de servicios logísticos y transporte.
- Planteamiento de hoja de ruta diario.
- Verificación de control de limpieza.
- Proporcionar las garantías a la empresa para el transporte.
- Elaborar programa de ruteo mensual y hacer análisis de ellas si es que tuviesen observaciones.

- Realizar y programar mantenimientos de la unidad móvil.
- Renovación de certificaciones del aire acondicionado.

### **Asistente de transporte**

- Garantiza el cumplimiento de la entrega.
- Verificación de la unidad al ingreso y salida.
- Verificación de la temperatura interior en la unidad.
- Asegurar el tránsito de la unidad.
- Recepción de la mercadería por parte del jefe de almacén.
- Reporte diario.
- Mantenimiento de limpieza de la unidad.
- Tener la documentación correspondiente a cada entrega y cada producto previa verificación para ser proporcionado al cliente.
- Reportar al jefe sobre los productos faltantes o posibles faltantes.
- Obtener los formatos adecuados para el proceso de distribución y transporte.
- Garantizar que el cliente firme la conformidad de recepción de los productos entregados que se comercializa y la documentación correspondiente.
- Verificar y cumplir el programa de revisiones técnicas.
- Verificar la vigencia de recarga de extintores y del botiquín.
- Respetar las normas de tránsito vigente y cumplir los requerimientos que las autoridades determinen.
- Cumplir los procedimientos operativos de estándar antes y después de la salida del vehículo.

- Reportar cualquier desviación o dificultad del vehículo informando al jefe de transporte
- Reportar cualquier desvió de temperatura o dificultad del vehículo informando al jefe de transporte.

### **Dirección Técnica**

- Elaboración de manual de calidad.
- Revisión y verificación de mercancía ingresada.
- Elaboración de registros sanitarios.
- Coordinar con el área de logística.
- Supervisar y verificar en forma continua que el área de almacén cumpla con las condiciones de temperatura que indican en los productos.
- Elaborar y actualizar los POES (procedimiento operativo estándar).
- Verificar los equipos estén en buen funcionamiento y calibrados
- Programar el mantenimiento preventivo de los equipos.
- Deberá estar informado de todo acontecimiento en la empresa, con respecto a los productos farmacéuticos y evitar errores involuntarios.
- Evaluará los registros sanitarios (Inscripción y/o Reinscripción).
- Verificara que los productos que ingresan estén de acuerdo a lo declarado el envase mediato e inmediato al momento de la recepción.
- Hacer cumplir el correcto funcionamiento de todas las áreas del almacén de acuerdo a lo indicado en el POES.



- Atenderá con urgencia el área de devoluciones y el área de reclamos, dando una pronta respuesta al caso que se le presente.
- Inspeccionar, supervisar, evaluar y controlar el almacén como a su personal, a su vez velar por el cumplimiento de lo que se indica en el POES.
- Capacitar al personal y que cumplan con el perfil que la empresa requiere para un correcto funcionamiento.
- Realiza de manera constante de acuerdo al ingreso de medicamentos, la evaluación organoléptica, la verificación de los rotulados, el procedimiento de embalaje y despacho de los productos en las condiciones adecuada.

### **Almacén**

- Mantener el área limpia.
- Coordinación con área técnica.
- Brindar garantía a la entrega final.
- Llevará las hojas de registro y Kardex al día, procederá en el llenado de acuerdo a lo que indica el POES.
- Es responsabilidad del jefe de almacén que en el área no haya ningún tipo de contaminante.
- Realizar control de temperatura y humedad.
- El jefe del almacén deberá llevar un estricto control del vencimiento de los productos siguiendo el método FIFO/FEFO y la tarjeta roja.

- Es responsable de la recepción al recibir la mercadería deberá controlar los siguientes documentos: del proveedor que acompaña al producto (factura) con la orden de compra de nuestra empresa, verificando lo siguiente:
  - \* Nombre del producto y del fabricante
  - \* Forma farmacéutica
  - \* Código del producto
  - \* Presentación
  - \* Cantidad solicitada.
- El jefe del almacén deberá mantener una buena distribución de todos los productos, con esto evitará confusiones y errores, a su vez permita una rotación utilizando ello las hojas de registro y Kardex, teniendo en cuenta la frecuencia de adquisiciones.
- El movimiento de la mercadería será cumpliendo el sistema FIFO / FEFO.
- Podrá realizar la función del DT en la revisión organoléptica de los diferentes productos mas no tendrá la responsabilidad del D.T.
- Está en contante observación de que todos los equipos del almacén estén en su correcto funcionamiento (conservadoras, refrigeradora, termómetro digital, aire acondicionado).
- Tendrá la responsabilidad de asistir a las capacitaciones dadas por el director técnico ya que de ella dependerá sus funciones y buen desempeño.
- Verificar las buenas condiciones del producto final.
- Mantener todos los productos farmacéuticos en forma ordenada y en condiciones adecuadas para conservar sus características de calidad.

## **Asistente de Almacén**

- Mantener en orden todos los productos farmacéuticos y en las condiciones adecuadas para conservar sus características.
- El asistente de almacén deberá mantener ordenado los productos para evitar confusiones y errores, a su vez, permita una rotación utilizando ello hojas de registro y Kardex; teniendo en cuenta la frecuencia de adquisiciones.
- Llevará las hojas de registro y Kardex al día, procederá en el llenado de acuerdo a lo que indica el POES.
- El asistente de almacén debe mantener el área libre de contaminación.
- Tendrá la responsabilidad de asistir a las capacitaciones dadas por el director técnico ya que de ella dependerá sus funciones y desempeño.
- El asistente del almacén deberá llevar un estricto control en el vencimiento de los productos siguiendo el sistema FIFO/FEFO y la tarjeta roja.
- Realizar control de temperatura y humedad.
- Es responsable de garantizar y controlar la recepción de los productos farmacéuticos de <25 °C como de los productos de cadena de frío de a 2 a 8 °C, a su vez, brindar las condiciones de almacenamiento adecuadas de acuerdo al POES.

## **2.8Certificaciones**

### **BPA (Buenas prácticas de almacenamiento)**

Son los requisitos y procedimientos que deben cumplir todas las empresas que fabrican, importan, almacenan, comercializan, distribuyen productos farmacéuticos y dispositivos

médicos, con el propósito que se pueda garantizar el cumplimiento de las condiciones de almacenamiento de los productos y la óptima calidad, así como la eficacia y la funcionalidad del producto.

Este certificado se le otorga a la empresa como requisitos indispensables para cualquier contratación con el estado.

El certificado de BPA tiene una vigencia de 3 años.

### Figura 5

*Buenas práctica de almacenamiento (BPA)*



Nota. Adaptado de *Buenas prácticas de almacenamiento* (Fotografía), por DIGEMID, 2022,

Digemid

(<https://www.digemid.minsa.gob.pe/Certificados/Principal/BuscarCertificadosBPA.aspx>).

### **BPDT (Buenas prácticas de distribución y transporte)**

Es uno de los requisitos que las empresas deben cumplir para distribución y transporte de productos farmacéuticos y dispositivos médicos en la cual consiste en desde el punto de salida de la empresa hasta la llegada al cliente final con ello se permite verificar que durante todo ese proceso se cumplan las condiciones necesarias para el traslado y la distribución sea en sus condiciones de almacenamientos, forma de apilamiento, documentación, trazabilidad, personal e instalación y equipos.

Asimismo, la unidad de transporte debe estar preparado para un traslado adecuado y mantener el aseguramiento de la calidad del producto.

### **Constancia de establecimiento farmacéutico**

Documento otorgado por la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (DIGEMID) para establecimientos que dedican a la fabricación, importación, comercialización, exportación, almacenamiento, distribución y reacondicionamiento de productos farmacéuticos y dispositivos médicos.

**Figura 6**

*Consulta de establecimiento farmacéuticos (2022)*

| N° Registro:  | 0002742   | Situación:   | ACTIVO     |
|---|---|--|------------|
| Lugar de Registro:                                      | MINISTERIO DE SALUD - DIGEMID                                 | Fecha Inicio:  | 1900-01-01 |
| Nro.RUC:  | 10066224312   | Categoría:   | DRG        |
| Nombre Comercial:                                       | AGRIPINO SARMIENTO CCOSCCO                                    |  |            |
| Razón Social:   | SARMIENTO CCOSCCO AGRIPINO                                    |  |            |
| Dirección:  | JR.CAHUIDE MZ.D,LT.17,2°PISO URB.A.H.JOSE O.BALANDRA 1°.ETAPA |  |            |
| Dep/Prov/Dist:  | LIMA/LIMA/CHORRILLOS  |  |            |
| Horario Funcionamiento:                                 | LUN,MIE,VIE 09:00-13:00 -- 14:00-17:00 , MAR,JUE 09:00-14:30  |  |            |
| REPRESENTANTE LEGAL                                     |   | CARGO  |            |
| SARMIENTO CCOSCCO AGRIPINO                              |   | PROPIETARIO  |            |
| ACTIVIDAD   |   |  |            |
| IMPORTA, EXPORTA, COMERCIALIZA, ALMACENA Y/O DISTRIBUYE |   |  |            |
| TIPO PRODUCTO   | GRUPO PRODUCTO  |  |            |
| Producto Farmacéutico                                   | AGENTE DE DIAGNOSTICO   |  |            |
| Dispositivo Médico                                      | DISPOSITIVO MEDICO CLASE I                                    |  |            |
| Dispositivo Médico                                      | DISPOSITIVO MEDICO CLASE II                                   |  |            |
| Dispositivo Médico                                      | DISPOSITIVO MEDICO CLASE III                                  |  |            |
| Dispositivo Médico                                      | DISPOSITIVO MEDICO CLASE IV                                   |  |            |
| Dispositivo Médico                                      | DISPOSITIVO MEDICO DE DIAGNOSTICO IN VITRO                    |  |            |
| Dispositivo Médico                                      | EQUIPO BIOMEDICO CLASE I                                      |  |            |
| Dispositivo Médico                                      | EQUIPO BIOMEDICO CLASE II                                     |  |            |
| Dispositivo Médico                                      | EQUIPO BIOMEDICO CLASE III                                    |  |            |
| Dispositivo Médico                                      | EQUIPO BIOMEDICO CLASE IV                                     |  |            |
| Dispositivo Médico                                      | EQUIPO BIOMEDICO DE TECNOLOGIA CONTROLADA CLASE II            |  |            |
| Dispositivo Médico                                      | EQUIPO BIOMEDICO DE TECNOLOGIA CONTROLADA CLASE III           |  |            |
| Dispositivo Médico                                      | EQUIPO BIOMEDICO DE TECNOLOGIA CONTROLADA CLASE IV            |  |            |
| Producto Farmacéutico                                   | ESPECIALIDAD FARMACEUTICA                                     |  |            |
| Producto Farmacéutico                                   | MEDICAMENTOS HERBARIOS DE USO MEDICINAL                       |  |            |
| Producto Absorbente de Higiene Personal                 | PRODUCTO ABSORBENTE DE HIGIENE PERSONAL                       |  |            |
| Producto Cosmético y Productos de Higiene Personal      | PRODUCTO COSMETICO  |  |            |
| Producto Farmacéutico                                   | PRODUCTO DE ORIGEN BIOLÓGICO                                  |  |            |
| Producto Dietético y Edulcorantes                       | PRODUCTO DIETETICO  |  |            |
| Producto Dietético y Edulcorantes                       | PRODUCTO EDULCORANTE  |  |            |
| Producto Galénico                                       | PRODUCTO GALENICO   |  |            |
| Producto Farmacéutico                                   | PRODUCTO HOMEOPATICO  |  |            |
| Producto Terapéutico y Natural                          | PRODUCTO NATURAL DE USO EN SALUD                              |  |            |
| Producto Sanitario y de Higiene Doméstica               | PRODUCTOS HIGIENE DOMESTICA                                   |  |            |
| Producto Sanitario                                      | PRODUCTOS SANITARIOS PARA BEBES                               |  |            |
| Producto Farmacéutico                                   | RADIOFARMACO  |  |            |
| PERSONAL DEL ESTABLECIMIENTO                            | CARGO   | HORARIO  |            |
| JORGE CUEVA GLADYS<br>MADRUEJ                           | DIRECTOR<br>TÉCNICO   | LUN: 09:00 A 13:00; DE 14:00 A 17:00; MAR: 09:00 A 12:30; MIE: 09:00 A 13:00; DE 14:00 A 17:00; JUE: 09:00 A 14:30; VIE: 09:00 A |            |

*Nota. Adaptado de Consulta de establecimiento farmacéutico (Fotografía), por DIGEMID,*

*2022, Digemid*

*(<https://www.digemid.minsa.gob.pe/Certificados/Principal/BuscarCertificadosBPA.aspx>).*

## 2.9 Forma jurídica empresarial

La empresa que laboro trabaja de la forma (S.A.), siendo una sociedad conyugal con negocio, por lo cual se encuentran ciertas limitaciones que habrá para los temas tributarios y laborales. A continuación, se presenta un cuadro comparativo entre tipos de sociedad empresariales:

**Tabla 2**

*Características de sociedades empresariales*

| TIPO SOCIEDAD   | SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (S.R.L.)   | EMPRESA INDIVIDUAL RESPONSABILIDAD LIMITADA   | SOCIEDAD ANONIMA CERRADA (S.A.C.)   | SOCIEDAD ANONIMA (S.A.)   |
|-----------------|---|---|---|---|
| CARACTERÍSTICAS | Mínimo: 2<br>Máximo: 20 acciones  | Máximo: 1   | Mínimo: 2<br>Máximo: 20 acciones  | Mínimo: 2<br>Máximo: Ilimitado acciones.  |
| DENOMINACIÓN    | La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada", o de las siglas "S.R.L." | La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Anónima Abierta", o de las siglas "E.I.R.L." | La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Anónima Cerrada", o de las siglas "S.A.C." | La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Anónima", o de las siglas "S.A." |
| ORGANIZACION    | Normalmente empresas familiares pequeñas  | Junta General de Accionistas, Directorio y Gerencia   | Junta General de Accionistas, Gerencia y Directorio (Opcional)                                  | Junta General de Accionistas, Gerencia y Directorio.                                  |

|           |                                |                          |                       |                  |
|-----------|--------------------------------|--------------------------|-----------------------|------------------|
|           |                                |                          | Capital definido por  | Capital definido |
|           | Capital definido por aportes   | La transferencia de      | aportes de cada       | por aportes de   |
|           | de cada socio.                 | acciones debe            | socio.                | cada socio.      |
| CAPITAL Y |                                | ser                      |                       | Se debe          |
| ACCIONES  | Se debe inscribir en registros | anotada en el Libro de   | Se debe registrar las | registrar las    |
|           | públicos.                      | Matrícula de             | acciones en el        | acciones en el   |
|           |                                | Acciones de la Sociedad. | Registro de           | Registro de      |
|           |                                |                          | matrículas.           | matrículas.      |

Fuente: Elaboración propia

## 2.10 Constitución de la empresa

Aporte de capital:

El aporte de capital fue realizado en entidad bancaria con apertura de cuenta corriente para el control de ingresos y salidas de dinero. Asimismo, el registro de bienes inmuebles que servirán para el negocio.

Elaboración de Escritura Pública ante el notario:

Una vez seleccionado los aportes, el notario procede a realizar el acta asimismo como la elevación a registros públicos para posteriormente tener una escritura pública. Este documento debe ser firmado por el notario titular y otros socios, incluidos los cónyuges de ser el caso. El tiempo será destinada desde el día de la presentación.

Inscripción al RUC para Persona natural:

Como persona natural realiza cualquier actividad económica, donde es el propio dueño de su negocio y responsable mismo.



### **1.4.1 Requisitos y tramite municipal**

La licencia fue tramitada en la Municipalidad de Chorrillos. Requisitos para la obtención del permiso son los siguientes:

- Llenar el formato de declaración jurada de licencia de funcionamiento.
- Llenar la declaración jurada de las condiciones de seguridad en la edificación.
- Recibo de pago por derecho de trámite.
- Contar con ficha RUC.
- Tener PU, o contrato de alquiler.
- Exhibir pozo de tierra.
- DNI original del representante legal de la persona jurídica

## **CAPÍTULO III.DETERMINACIÓN Y ANÁLISIS DEL PROBLEMA**

### **3.1 Descripción de la problemática**

Actualmente, en la sociedad peruana la población ha tenido una desinformación con respecto a los productos farmacéuticos genéricos y esto ha generado que al momento de realizar una compra elijan distintas razones para obtener el producto.

En el mercado actual los laboratorios y droguerías consideran que la calidad de un producto es importante en su rentabilidad, debido a que estos pueden utilizar productos de marca y genérico, dependiendo de la elección del consumidor.

Analizando el panorama se sabe que la mayoría de productos que son fabricados a nivel nacional cuenta con registro sanitario en su mayoría genéricos, a su vez, por otro lado, los importadores también cuentan con mayor porcentaje registro sanitario de productos genéricos teniendo con menor cantidad los de marca.

Sabiendo que los productos farmacéuticos de procedencia China, India, Taiwán entre otros, tienen en común la mano de obra barata nos permite saber que sus precios de ventas son bajos. Esta información obtenida donde el estado realiza compras corporativas anualmente para ser distribuidas a nivel nacional en la cual el mejor postor que ofrezca económicamente el precio más bajo obtendrá la adjudicación del proceso.

Por otra parte, se ha creado una desinformación con respecto a medicamentos genéricos y de marca lo que ha generado un mito que los productos de marca son de iguales a los genéricos, siendo incorrecto debido que los de marca han sido desarrollado

con estudio para poder tener una mayor efectividad y eficacia y lo cuales hacen registro de una patente al nombre del producto.

En otros casos la decisión de compra se ve afectada en la canasta familiar ya que los precios son distintos entre genérico y marca y la población opta por el precio menor. Estos inconvenientes causan entre las personas que no tomen una adecuada decisión por ser el mejor producto que pueda tener efectividad en el tratamiento.

Como uno de los casos más frecuentes es de los hospitales nacionales lo cual un paciente solicita la medicina en su mayoría de ellos reciben productos genéricos Los gastos pueden variar mucho en la compra dependiendo del grado de enfermedad que se encuentra la persona donde algunos de ellos podrán tener un costo elevado por el tratamiento.

Encontramos limitaciones para el consumidor que es recibir información por la calidad de los productos lo que causa falta de interés donde las personas tienen otro pensamiento que primero es el ahorro de sus costos, mientras otros eligen el de marca por la efectividad y más corto para utilizarlo en tratamiento.

Los medicamentos genéricos tanto como de marca son examinados por el control de calidad del Perú, siendo sometidos a unas pruebas de ensayo para verificar su calidad y puedan ser distribuidos a los organismos públicos a nivel nacional sin ninguna complicación.

Existe muchos caminos por donde los visitantes médicos asisten a las clínicas donde ofrecen sus productos en su mayoría siendo de marca siendo los médicos quienes informan y recomiendan a sus pacientes el uso del producto por cualidades que tienen la misma función que un producto genérico.

En un mercado de muchos vendedores y muchos compradores podemos observar que hay una buena competencia donde los laboratorios como droguerías ofrecen su mejor precio y producto para otorgarle al cliente calidad.

Los productos que son inspeccionados por la DIGEMID (Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas) para hacer un análisis y control de calidad si llegan a obtener informe negativo son retirados inmediatamente del mercado sin comercializar y así garantizar la salud de los ciudadanos.

### **2.3 Enfoque del problema**

Luego de haber encontrado el problema originado por los mitos de productos de genérico y marca creados de las mismas personas y verificando los puntos de problema en la información de medicamentos genéricos y de marca entre ellos el bajo costo se relaciona con la mala calidad que las personas asumen que por ser de precio menor necesariamente tiene que ser mala calidad, pero el efecto seguirá teniendo el mismo ya que siguen teniendo los mismos estándares internacionales de buenas prácticas de fabricación.

Asimismo, el decir que generan reacciones adversas tanto genéricos como de marca es erróneo, debido a que mediante vigilancia médica el cual el especialista es el encargado de recetar el producto acorde al paciente, Sin embargo, no todos los genéricos son iguales todo dependerá de los estándares de calidad al cual se somete el fabricante y post fabricación y con las guías internacionales.

Para identificar las causa-efecto se utilizó la técnica de Árbol de Problemas

### **Causa**

- Mala información de los genéricos
- Fabricación de mano de obra barato
- Mayores controles de calidad
- Producto con patente
- Importadores de medicamentos
- Compras por subasta inversa del estado peruano
- Compra por receta del medico
- Productos no aceptados por DIGEMID

### **Efecto**

- Influencia en la decisión de compra
- Producto de menor precio
- Mejor calidad para el cliente
- Medicamento con estándares sometidos
- Mayor competitividad en el mercado laboral

- Adquisición de productos a bajo precio
- Mayor confianza del paciente
- Productos con baja calidad

**Tabla 3**

*Causa, variable y comportamiento*

| VARIABLE        | COMPORTAMIENTO    | CAUSA  |
|-----------------|-------------------|--|
| GENÉRICOS       | MAL INFORMACIÓN   | Mala información de los genéricos              |
| MANO DE OBRA    | FABRICACION       | Fabricación de mano de obra barato             |
| CALIDAD         | MAYOR CONTROL     | Mayores controles de calidad                   |
| PATENTE         | PRODUCTO          | Producto con patente                           |
| MEDICAMENTOS    | IMPORTADORES      | Importadores de medicamentos                   |
| SUBASTA INVERSA | COMPRAS           | Compras por subasta inversa del Estado peruano |
| MEDICO          | USO RECOMENDACIÓN | Compra por receta del médico                   |
| DIGEMID         | PRODUCTOS         | Productos no aceptados por DIGEMID             |

Fuente: Elaboración propia

### **3.4 Limitaciones**

Dentro de las posibles limitaciones que encontramos pueda ser los costos elevado de flete por la alza y baja del dólar que el mercado mundial pueda variar de acuerdo a las condiciones políticas en cada país extranjeros.

Por otro lado, tenemos la escasez del producto en el mercado que sea por falta de materia prima que esto conlleve a una demora en la fabricación de los productos y retrase la entrega.

Además, del tránsito internacional restringido por conflicto entre países que esto pueda ocasionarse entre disputa de países por algún motivo territorial en frontera, recursos u otro. Todo esto conlleva a una crisis económica global que pueda percutir en el alza de los fletes, insumos, precio de los productos, prestamos, etc...

### **3.5 Justificación**

En el presente trabajo se propone resolver la posible confusión de los medicamentos farmacéuticos genéricos y de marca las cuales se tomarán distintas medidas que hagan que a través de la compra del consumidor este conozca el producto y no solo tenga que escoger por alguna influencia.

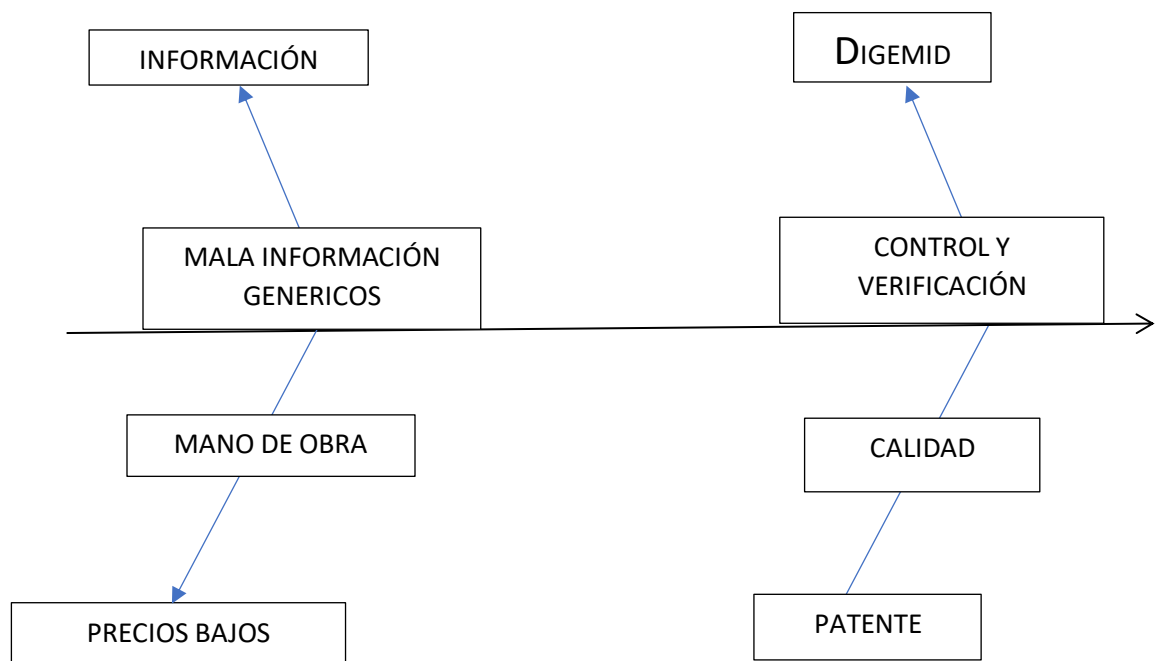
Esto se podrá logra de acuerdo a los objetivos que nos hemos planteado y las actividades a realizar en el tiempo necesario donde ello influye directamente para combatir los problemas que hemos encontrado. La empresa tomará el presupuesto y ejecutará dichas actividades con las áreas encargas de dar el visto bueno

### 3.6 Metodología del problema

#### Identificación del problema

Figura 7

Diagrama de Ishikawa



Fuente: Elaboración propia



## Determinación de las causas

Como primer punto identificamos las posibles causas y seleccionamos las que se priorizarían:

**Tabla 4**

*Cuadro de causas*

| ITEM | CAUSAS   | PERTINENCIA | EVIDENCIA | PUNTAJE | PRIORIZADO |
|------|--|-------------|-----------|---------|------------|
| 1    | Mala información de los genéricos              | 4           | 4         | 4       | ←          |
| 2    | Fabricación de mano de obra barato             | 3           | 5         | 4       | ←          |
| 3    | Mayores controles de calidad                   | 3           | 4         | 3.5     |            |
| 4    | Producto con patente                           | 4           | 5         | 4.5     | ←          |
| 5    | Importadores de medicamentos                   | 3           | 4         | 3.5     |            |
| 6    | Compras por subasta inversa del estado peruano | 2           | 4         | 3       |            |
| 7    | Compra por receta del medico                   | 3           | 4         | 3.5     |            |
| 8    | Productos no aceptados por DIGEMID             | 3           | 5         | 4       | ←          |

Nota. Se elaboro un cuadro seleccionando las causas mas relevantes que se hayan dado en la empresa.

Fuente: Elaboración propia

$$\text{Promedio} = 4+4+3.5+4.5+3.5+3+3.5+4 / 8 = 30 / 8 = 3.75$$

Solo se considerarán las causas mayores a 3.75

Se priorizan las siguientes causas:

- Mala información de genéricos
- Fabricación de mano de obra barato
- Producto con patente
- Productos no aceptados por Digemid

Se seleccionaron estas 4 causas debido a que se consideraron por el puntaje mayor a 3.75 todas estas se desarrollan en el entorno de un mercado cambiario por moneda esto fue desarrollado en la metodología de la información recopilada.

### **3.7Objetivos**

- Mantener el personal capacitado para que esté dispuesto en cualquier momento atender las preguntas y estar aptos de resolver cualquier situación.
- Consolidar con los laboratorios extranjeros el lazo comercial de manera de garantizar el abastecimiento de los productos en el momento necesario.
- Minimizar gastos operativos y así volverse más competitivo en el mercado nacional.
- Aumentar la línea de productos con la misma acción terapéutica u otra.
- Crear de nuevas áreas complementarias capaces de entre relacionarse con los demás.
- Realizar la recepción, almacenamiento y distribución adecuada de los medicamentos adquiridos por la unidad de salud, manteniendo su calidad desde el ingreso al almacén hasta la entrega del proveedor.
- Establecer procedimientos para optimizar las condiciones de almacenamientos de los medicamentos bajo parámetros de seguridad resguardando la salud de los trabajadores.
- Controlar y verificar de las actividades realizadas en la empresa para garantizar un trabajo del personal adecuado bajo motivación.

## CAPÍTULO IV. PROPUESTA DE SOLUCIÓN

### 4.1 FODA Estratégico

El FODA es una herramienta que las empresas utilizan para evaluar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas esto permite identificar y preparar planes estratégicos para el futuro con esto le ayudara a conseguir una mejor posición y además poder dar la solución a un problema que identifiquen dentro de la empresa.

Con estas ventajas que se tomaran, analizaron en qué nivel se encuentra y cuán lejos se encuentran de su objetivo, antes de ellos se deberán analizar las distintas posibilidades.

**Tabla 5**

*Matriz DAFO*

| OPORTUNIDADES                         | AMENAZAS   | FORTALEZAS   | DEBILIDADES  |
|---------------------------------------|--|--|--|
| Mejores costos en el mercado exterior | Costos de fletes elevados por tipo de cambio monetarios        | La empresa cuenta con personal capaz de actuar.      | No cuenta con mucha disponibilidad de recursos financieros |
| Crecimientos de compra de productos   | Escasez del producto en el mercado                             | Cuenta con laboratorios certificados por la Digemid  | Precio del mercado estatal con tendencia a bajar           |
| Facilidad en el registro de productos | Transito internacional restringido por conflictos entre países | Los productos de marca están registrados en Indecopi | Mala información de productos de marca y genéricos         |

|   |  |   |                                       |
|---|--|---|---------------------------------------|
| Mayor crecimiento de la moneda nacional         | Crisis económica global                        | Amplio recorrido en el mercado farmacéutico                           | Gobierno inestable                    |
| Precios accesibles de venta para la competencia | Elevados costos de materias primas por escasez | Contiene variedad de productos registrados                            | Compras automedicadas                 |
| Mayor capital de trabajo                        | Cambios de leyes                               | Instalación de almacén acorde a lo exigido por la entidad supervisora | Poco presupuesto de marketing digital |

Nota. Se elaboro una tabla aplicando la matriz DAFO en la empresa ASC.

## 4.2 Estrategia

### 4.2.1 Estrategia Fortaleza y Oportunidades

Línea estratégica: Mayores compras con el amplio recorrido farmacéutico.

Sobre esta estrategia se va a aprovechar una de las principales fortalezas que es el amplio recorrido de la empresa en el sector farmacéutico debido a su gran cantidad de años laborando muchos proveedores como entidades del sector público cuenta con la garantía de respaldo por el trabajo de la empresa a lo largo de los años.

Con esto la empresa ha realizado mayor cantidad de compras de productos farmacéuticos al mercado extranjero por la demanda obtenida acompañado de su buen precio en el mercado, cabe resaltar que las compras anuales podrán sufrir una variación debido a la demanda del producto en el ámbito nacional como la fluctuación que pueda haber entre la cantidad de persona que estén enfermas y la cantidad de adquisición por parte del estado.

Para seguir manteniendo y aumentar progresivamente se propuso ciertos objetivos que ayudaron en la estrategia del mercado.

## Objetivo:

- Incrementar el marketing de producto
- Aumentar la cantidad de personal
- Ampliar infraestructura del almacén

## 4.2.2 Cronograma y presupuesto estrategia FO

Tabla 6

### Cronograma y recursos 1

| LINEA ESTRATEGICA                                    | OBJETIVO                             | ACTIVIDADES                           | CRONOGRAMA |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        | MES TOTAL | PRESUPUESTO | AREA RESPONSABLE |           |                |
|--|--------------------------------------|---------------------------------------|------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|-----------|-------------|------------------|-----------|----------------|
|  |                                      |                                       | MES 1      | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 |           |             |                  |           |                |
| Mayores compras con el amplio recorrido farmacéutico | Incrementar el marketing de producto | Aumentar la publicidad                | x          |       |       |       |       |       | x     |       |       |        |        |        | x         | 3           | 1,500.00         | LOGISTICA |                |
|  |                                      | Revisión de costos para la publicidad | x          |       |       |       |       |       | x     |       |       |        |        |        |           | x           | 3                | 0         | ADMINISTRATIVA |
|  | Aumentar la cantidad de personal     | Contrataciones laborales              | x          |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        |           |             | 1                | 3,000.00  | ADMINISTRATIVA |
|  |                                      | Contratación de ingeniero             | x          |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        |           |             | 1                | 1,500.00  | ADMINISTRATIVA |
|  |                                      | Compra de materiales                  | x          | x     |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        |           |             | 2                | 5,000.00  | LOGISTICA      |

El cronograma fue el siguiente aumentar la publicidad a cargo del área logística, revisión de costos a cargo del área administrativa al igual que la contratación laboral y la contratación del ingeniero para la ampliación de la infraestructura por último la compra de material a cargo del área logística todo ello obtuvo un presupuesto de s/11,000.00 a un plazo de 3 actividades.

### **4.2.3 Estrategia Fortalezas y Amenazas**

Línea estratégica: Optimización de recursos

En la estrategia de la optimización de los recursos nos enfocaremos en que la empresa evite el desgaste innecesario de su capital ante cualquier amenaza como pueda ser política nacional o mundial, para esto nuestro personal desde la administración es la encargada de hacer esta optimización, también priorizara los gastos internos ante la situación que se encuentre la política nacional.

Se necesita evitar que la empresa se encuentre en un desabastecimiento ante cualquier fluctuación política en el mundo y genere escases de recursos, la administración acompañada de la gerencia tiene la función de estar alertas para evitar que amenazas de la empresa surjan, para ello se desarrollan estrategias que conlleven a actuar inmediatamente, se plantearon algunos objetivos como:

- Priorizar el uso de gastos internos.
- Eliminar gastos indispensables.
- Actualizar lista de proveedores

## 4.2.3 Cronograma y presupuesto FA

Tabla 7

### Cronograma y recursos 2

| LINEA ESTRATEGICA        | OBJETIVO                            | ACTIVIDADES                        | CRONOGRAMA |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        | MES TOTAL | PRESUPUESTO | AREA RESPONSABLE           |
|--------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|-----------|-------------|----------------------------|
|                          |                                     |                                    | MES 1      | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 |           |             |                            |
| Optimización de recursos | Priorizar el uso de gastos internos | Revisión de costos                 | x          | x     | x     | x     | x     | x     | x     | x     | x     | x      | x      | x      | 12        | 0.00        | ADMINISTRATIVA             |
|                          |                                     | Motivación del personal            | x          | x     | x     | x     | x     | x     | x     | x     | x     | x      | x      | x      | 12        | 0.00        | ADMINISTRATIVA             |
|                          | Eliminar gastos indispensables      | Revisión de estructuras y áreas    | x          |       |       |       |       |       | x     |       |       |        |        |        | 2         | 0.00        | ADMINISTRATIVA             |
|                          |                                     | Búsqueda de proveedores auxiliares | x          | x     | x     |       |       |       |       |       |       |        |        |        | 2         | 0.00        | LOGÍSTICA - ADMINISTRATIVA |
|                          | Ampliar de crédito con fabricantes  |                                    | x          | x     | x     | x     | x     | x     | x     | x     | x     | x      | x      | x      | 12        | 0.00        | GERENCIA GENERAL           |

El cronograma fue el siguiente la revisión de costos y motivación del personal un plazo de 12 meses a cargo del área administrativa con presupuesto asignado de s/0, mientras a revisión de estructuras y la búsqueda de proveedores auxiliares a cargo del área logística a un plazo de 2 meses con presupuesto de s/0, por último, la amplitud de crédito con los fabricantes a cargo de la gerencia general a un plazo de 12 meses asignando presupuesto de s/0.

#### **4.2.4 Estrategia Debilidades y Oportunidades**

Línea estratégica: Maximización de los recursos capital

La maximización de los recursos es fundamental debido a que la empresa no cuenta con mucho capital ante la compra de varios medicamentos en cantidad, debido a que manejan el capital rotativamente en base a las ventas. Por ello, la empresa distribuye sus gastos o prioriza un orden cuales estos sean necesarios. Para un aumento del capital es muy importante la estrategia de venta utilizada para la venta de medicamentos farmacéuticos, es importante aprovechar las oportunidades dentro del contexto político, las interrelaciones entre países y convenios favorecen arancelariamente que algunos productos ingresen al mercado pagando menos y así los costos de los laboratorios fabricantes sean más competitivos a nivel naciones

El Estado tiene que poder generar tratados de libre comercio con demás países para ayudar a todos los importadores, establecer un gobierno más estable y que la economía del país no se encuentre por debajo de lo normal.

#### **Objetivos**

- Incrementar proveedores extranjeros.
- Desarrollar estrategias internas.



## 4.2.5 Cronograma y presupuesto estrategia DO

**Tabla 8**

### *Cronograma y recursos 3*

| LINEA ESTRATEGICA                    | OBJETIVO                            | ACTIVIDADES                          | CRONOGRAMA |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        | MES TOTAL | PRESUPUESTO | AREA RESPONSABLE |                |
|--------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|-----------|-------------|------------------|----------------|
|                                      |                                     |                                      | MES 1      | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 |           |             |                  |                |
| Maximización de recursos del capital | Incrementar proveedores extranjeros | Asistencia a congresos farmacéuticos | X          | x     |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        | x         | 2           | 0.00             | LOGÍSTICA      |
|                                      |                                     | Negociación de nuevos productos      | X          |       |       |       |       | x     |       |       |       |        |        |        |           | x           | 3                | 0.00           |
|                                      | Desarrollar estrategias internas    | Capacitaciones del personal          | X          | x     | x     | x     | x     | x     | x     | x     | x     | x      | x      | x      | x         | 12          | 1,200.00         | ADMINISTRATIVA |

En el siguiente cuadro la asistencia a los congresos farmacéuticos a cargo de logística con presupuesto s/0.00 y la negociación de nuevos proveedores a cargo del área administrativa con presupuesto s/0.00 mientras capacitación personal en un plazo de 12 meses asignado con presupuesto de s/1.200.00 a cargo de la administración.

## 4.2.7 Estrategia Debilidades y Amenazas

Línea estratégica: Mejoramiento de información al usuario

Es importante que el usuario este informado del método de medicación y contraindicación que puedan tener los productos farmacéuticos para ello cada medicamento contiene una hoja informativa, en la cual se indica toda la información del producto desde su aplicación, método de uso, composición, contraindicación y acción

farmacológica de ello, además en participación de los médicos y químicos farmacéuticos quienes recomiendan el producto y su dosis.

Por otro lado, el Estado se encarga mediante su área de información al ciudadano de hacer conocimiento a la población sobre los medicamentos de marca y genéricos explicando que tienen la misma similitud en su composición y acción terapéutica y si se encuentran diferencia alguna. Se sabe que la diferencia encontrada son que los productos de marca son patentados para tener un nombre comercial y han sido desarrollado en estudio para que su acción terapéutica tengo una efectividad más rápido, por ello el consumidor es quien tiene la decisión de compra una vez sabiendo esta aclaración.

### **Objetivos**

- Mantener información actualizada del producto
- Otorgar facilidad de presentación del producto

## 4.2.8 Cronograma y presupuesto estrategia DA

Tabla 9

### Cronograma y recursos 4

| LINEA<br>ESTRATEGICA                   | OBJETIVO                                      | ACTIVIDADES   | CRONOGRAMA   |              |              |              |              |              |              |              |              |               |               |               | MES<br>TOTAL | PRESU<br>PUESTO | AREA<br>RESPON<br>SABLE |
|--|---|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|--------------|-----------------|-------------------------|
|  |   |   | M<br>ES<br>1 | M<br>ES<br>2 | M<br>ES<br>3 | M<br>ES<br>4 | M<br>ES<br>5 | M<br>ES<br>6 | M<br>ES<br>7 | M<br>ES<br>8 | M<br>ES<br>9 | ME<br>S<br>10 | ME<br>S<br>11 | ME<br>S<br>12 |              |                 |                         |
| Mejoramiento de información al usuario | Mantener información actualizada del producto | Revisión del producto a su llegada                                  | x            | x            | x            | x            | x            | x            | x            | x            | x            | x             | x             | x             | 12           | 0.00            | DIRECCIÓN TECNICA       |
|  |   | Transmisión de información de uso a los compradores                 | x            | x            | x            | x            | x            | x            | x            | x            | x            | x             | x             | x             | 12           | 0.00            | DIRECCIÓN TECNICA       |
|  |   | Presentación de producto acorde para la visión de cualquier persona | x            | x            | x            | x            | x            | x            | x            | x            | x            | x             | x             | x             | 12           | 0.00            | DIRECCIÓN TECNICA       |

Aquí encontramos la revisión del producto a su llegada al almacén, transmisión de información a los compradores, y la verificación clara y legible hacia el usuario a todos ellos asignado el presupuesto de s/0.00 a cargo de la dirección técnica.

## **CAPÍTULO V. ANÁLISIS Y RESULTADOS**

### **5.1 Análisis preliminar**

Ante todo, se dio una primera instancia los mitos creados sobre la desinformación de los medicamentos genéricos si tendrían la misma efectividad que los productos de marca los cuales relacionaban con el bajo costo significaba mala calidad, posible generación de reacciones adversas, igualdad de ambos, solo medicamentos de marca son recubiertos, para la empresa que debido a varias fortalezas que tenía a su favor se elaboraron objetivos que ayuden a mitigar el punto de la desinformación.

Ante ello, parte del sector público trato de considerar que todos los medicamentos que sean adquirir por el ministerios tendrías que ser genéricos y los doctores tendrían que recetar el producto genérico, el Ministerio de Salud que realizan plan de pruebas pilotos no tuvieron efectos, ya que no solo dependían de ello también del consumidor quien era el que tenía el poder de compra, únicamente, se tomó esta medida debido a los recursos limitados para la compra en el sector público y el abastecimiento de productos.

## 5.2 Descripción de resultados

**Tabla 10**

*Análisis y resultados 1*

| ANÁLISIS DE RESULTADOS                               |                                      |                                       |            |           |                   |
|--|--------------------------------------|---------------------------------------|------------|-----------|-------------------|
| LINEA ESTRATÉGICA                                    | OBJETIVOS                            | ACTIVIDADES                           | META TOTAL | EJECUTADO | % DE CUMPLIMIENTO |
| Mayores compras con el amplio recorrido farmacéutico | Incrementar el marketing de producto | Aumentar la publicidad                | 3          | 1         | 33.30%            |
|  |                                      | Revisión de costos para la publicidad | 3          | 1         | 33.30%            |
|  | Aumentar la cantidad de personal     | Contrataciones laborales              | 1          | 0         | 0%                |
|  | Ampliar infraestructura del almacén  | Contratación de ingeniero             | 1          | 0         | 0%                |
|  |                                      | Compra de materiales                  | 2          | 0         | 0%                |

En la tabla 10 se analizó que la empresa aprovecho su conocimiento y amplio recorrido en la materia de venta de medicinas que permitió objetivos como incrementar la publicidad del producto, así como aumentar su personal y la infraestructura las cuales no fueron cumplidas en su totalidad, porque no era necesario prioridad utilizar luego de que era primero informar sobre la medicina.

**Tabla 11***Análisis y resultados 2*

| ANÁLISIS DE RESULTADOS   |                                     |                                     |            |           |                   |
|--------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|------------|-----------|-------------------|
| LÍNEA ESTRATÉGICA        | OBJETIVOS                           | ACTIVIDADES                         | META TOTAL | EJECUTADO | % DE CUMPLIMIENTO |
| Optimización de recursos | Priorizar el uso de gastos internos | Revisión de costos                  | 12         | 12        | 100.00%           |
|                          |                                     | Motivación del personal             | 12         | 10        | 80.00%            |
|                          | Eliminar gastos indispensables      | Revisión de estructuras y áreas     | 2          | 2         | 100%              |
|                          |                                     | Búsqueda de proveedores             | 12         | 6         | 50%               |
|                          | Actualizar lista de proveedores     | Amplitud de crédito con fabricantes | 12         | 10        | 80%               |

En la tabla se observa que la optimización de los recursos fue ejecutada, la cual se consideró todas las actividades realizadas creando así un soporte para la empresa en el manejo de las inversiones donde todo problema que surgiera la empresa tuviera la capacidad de actuar de inmediato y solucionar cualquier inconveniente que se presente.

**Tabla 12***Análisis y resultados 3*

| ANÁLISIS DE RESULTADOS               |                                     |                                      |            |           |                   |
|--------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|------------|-----------|-------------------|
| LÍNEA ESTRATÉGICA                    | OBJETIVOS                           | ACTIVIDADES                          | META TOTAL | EJECUTADO | % DE CUMPLIMIENTO |
| Maximización de recursos del capital | Incrementar proveedores extranjeros | Asistencia a congresos farmacéuticos | 2          | 2         | 100.00%           |
|                                      |                                     | Negociación de nuevos productos      | 3          | 3         | 100.00%           |
|                                      | Desarrollar estrategias internas    | Capacitaciones del personal          | 12         | 12        | 100%              |

En el tercer punto tuvimos también una estrategia que era la maximización de los recursos del capital a ello era importante porque nos permitía que la empresa crezca en la línea de producto y en caso de desabastecimiento pueda tener una segunda opción y con las capacitaciones al personal que permita desarrollar nuevas técnicas de trabajo y ampliar el conocimiento de las nuevas reglas y/o modificaciones para los almacenamientos de los productos farmacéuticos y dispositivos médicos.

**Tabla 13***Análisis y resultados 4*

| ANÁLISIS DE RESULTADOS                 |  |   |            |           |                   |
|--|--|---|------------|-----------|-------------------|
| LINEA ESTRATÉGICA                      | OBJETIVOS                                      | ACTIVIDADES   | META TOTAL | EJECUTADO | % DE CUMPLIMIENTO |
| Mejoramiento de información al usuario | Mantener información actualizada del producto  | Revisión del producto a su llegada<br>Transmisión de información de uso a los compradores | 12         | 12        | 100.00%           |
|  | Otorgar facilidad de presentación del producto | Presentación de producto acorde para la visión de cualquier persona                       | 12         | 8         | 66.60%            |
|  |  |   |            | 12        | 12                |

Nota. El mejoramiento de la información al usuario se va a desarrollar todas etapas en \*que el producto es ingresado y llegue con claridad de información al cliente de distintas formas.

Estas distintas formas son:

- Envase inmediato y mediato tenga la visibilidad de su nombre.
- Información del producto sobre su acción terapéuticas y contraindicaciones.
- Información y verificación por parte de la dirección técnica.
- Presentación del producto



## CONCLUSIONES

- Se debe trabajar con laboratorios que cuenten con certificaciones de buenas prácticas de manufactura, así como la inspección de DIGEMID a nivel internacional, la cual garantiza que los productos que se van a fabricar sean de calidad y se cumplan los estándares adecuados.
- La empresa de informar a través de su dirección técnica la diferencia entre los medicamentos de marca y genérico, asimismo, el amplio recorrido en el mercado farmacéutico ha vuelto a la empresa confiable y segura en la venta de productos farmacéuticos.
- La empresa no solo trabaja con productos de calidad y eficaces, también cuenta con certificaciones que demuestran que han realizado varios cambios para la mejora como:
  - Buenas prácticas de almacenamiento que contribuyen al sistema de garantía de calidad permitiendo a los productos farmacéuticos que sean cuidado en condiciones óptimas.
  - Buenas prácticas de transporte y distribución son clave para el éxito de la entrega desde el proveedor hasta el cliente final otorgando calidad al producto en todo momento.
- La empresa Agripino Sarmiento Ccoscco ha incrementado sus ventas debido a las mejoras incorporadas en la falta de información y la línea de sus productos farmacéuticos que respaldan su calidad tanto sea de marca como genérico.

## RECOMENDACIONES

Invertir en nuevos canales de comercialización para obtener una mayor rentabilidad en el negocio, así como acercarse al cliente conocerlo de cerca y levantar información sobre sus necesidades y hábitos de consumo en tecnología y accesorios.

Se debe realizar una constante actualización sobre las tendencias de mercado para orientar el negocio en búsqueda de nuevos productos.

Diversificar la cartera de productos para obtener mayor rentabilidad en el negocio. Estos productos deberán tener el componente tecnológico diferenciador.

Mantener el precio de mercado hasta que la empresa y la marca se encuentre debidamente posicionada en la mente del consumidor y/o cliente.

Finalmente, promover una campaña de información señalando que ambos productos son buenos y son de la misma composición, solo los de marca pasan por un proceso más adelantado para la innovación del medicamento.

## REFERENCIAS

- American Psychological Association. (1994). Publication manual of the American Psychological Association (4th ed.). Washington, DC: Autor.
- Camargo, J. (2014). Impacto del TLC con china en el desarrollo comercial del Perú periodo 2010 – 2013 (Disertación de Maestría, Ricardo Palma. Obtenido de [http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/urp/950/AN%20CAMARGO\\_CJ.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/urp/950/AN%20CAMARGO_CJ.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- EDRAW. Recuperado de : <https://www.edrawsoft.com/es/swot/>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista M. (2010) Metodología de la investigación. (5ta. Ed). México: Mc Graw Hill
- Logotiposen(2019). Recuperado de <https://www.logotiposenlima.com/blog/como-registrar-una-marca-en-indecopi-peru/>
- Merejildo, C. (2015). Análisis del impacto de las políticas económicas dirigidas al sector farmacéutico del ecuador periodo 2003 - 2013. (Disertación para el grado de economista, universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9254/1/TESIS%20DE%20GRADO.pdf>
- Müller, F. (2009) Creating R&D Incentives for Medicines for Neglected Diseases. (1ra. Ed). Germany: Gablerl
- Paniagua, E. (2014). Liberación comercial y crecimiento económico en México: una evaluación a la política arancelaria y su Impacto en las importaciones, exportaciones y balanza Comercial, 1970-2012 (Disertación de Maestría, Instituto Politécnico Nacional. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9254/1/TESIS%20DE%20GRADO.pdf>
- SUNAT (2017). Recuperado de SUNAT: <http://www.sunat.gob.pe/>
- SUNAT (2018). Recuperado de SUNAT: <https://emprender.sunat.gob.pe/regimen-mype>