

# UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES



“INCIDENCIA DE LOS BENEFICIOS DE ZOFRATACNA EN  
LOS COSTOS DE LOS NEGOCIOS DE IMPORTACIÓN  
DE LICORES DEL CENTRO COMERCIAL POLVOS  
ROSADOS. CIUDAD DE TACNA 2014 - 2015”

## TESIS

Presentada por :

Bach. ANDREE ALEXANDER LOPEZ CHACON

Para optar el Título Profesional de:

Licenciado en Administración de Negocios Internacionales

TACNA - PERÚ

2015

## **DEDICATORIA**

***Dedico este proyecto a mis Padres, Alexander y Carmen, por el apoyo incondicional durante todo este tiempo y poder lograr este sueño, ser profesional. A mis abuelos que desde el cielo me ven y me guían, sé que están felices por este momento importante de mi vida.***

## **AGRADECIMIENTO**

***A mi familia, amigos y compañeros que de alguna u otra manera me apoyaron y me dieron fuerzas para la culminar este proyecto, y en especial a mi Asesor David Acosta por el apoyo y tiempo para realizar este trabajo.***

## INDICE

<b><u>INTRODUCCIÓN.....</u></b>	<b><u>3</u></b>
<b><u>ASPECTOS GENERALES.....</u></b>	<b><u>5</u></b>
<b><u>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</u></b>	<b><u>5</u></b>
<b><u>CAPITULO I: DATOS BASICOS.....</u></b>	<b><u>5</u></b>
1.1.1 DATOS BASICOS DE ZOFRATACNA.....	5
1.1.2 PRINCIPALES BENEFICIOS A LA IMPORTACIÓN QUE OFRECE ZOFRATACNA.....	16
<b>1.1.1. CARATERISTICAS PRINCIPALES DE LOS NEGOCIOS QUE IMPORTAN A TRAVES DE ZOFRATACNA .....</b>	<b>18</b>
1.1.3 PROCESO DE IMPORTACION DE LOS LICORES DE PARTE DE LOS NEGOCIOS .....	20
1.1.4 PRINCIPALES LICORES DE IMPORTACIÓN Y SUS CARACTERISITICAS.....	25
1.1.5 CARACTERISTICAS DEL PROBLEMA.....	28
<b>1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA. ....</b>	<b>33</b>
1.2.1 PROBLEMA GENERAL .....	33
1.2.2 PROBLEMAS ESPECÍFICOS .....	33
<b>1.3 OBJETIVOS: GENERALES Y ESPECÍFICOS. ....</b>	<b>33</b>
1.3.1 OBJETIVO GENERAL.....	33
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	33
<b>1.4 IMPORTANCIA Y ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN. ....</b>	<b>34</b>
1.4.1 IMPORTANCIA.....	34
1.4.2 ALCANCES.....	34
<b><u>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....</u></b>	<b><u>35</u></b>
<b>2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO. ....</b>	<b>35</b>
<b>2.2. BASES TEÓRICAS.....</b>	<b>40</b>
2.2.1. IMPORTANCIA DE LAS IMPORTACIONES DE BIENES Y SERVICIOS.....	40
2.2.2. LOS PRECIOS DE IMPORTACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS.....	47
2.2.3. IMPORTANCIA DEL TRANSPORTE .....	51
2.2.4. LOS VOLÚMENES DE IMPORTACIÓN EN RELACIÓN A LOS PRECIOS .....	60
2.2.5. BENEFICIOS DE ZONAS FRANCAS.....	62
2.2.6. POLITICA ADUANERA.....	65
2.2.7. TRIBUTACIÓN .....	71
2.2.8. SEGURIDAD JURÍDICA.....	75
<b>2.3. CONCEPTOS BÁSICOS. ....</b>	<b>76</b>
<b>2.4. HIPÓTESIS. ....</b>	<b>82</b>
2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL .....	82
2.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS .....	82
<b>2.5. VARIABLES. ....</b>	<b>82</b>
<b><u>VARIABLE DEPENDIENTE.....</u></b>	<b><u>82</u></b>

<b><u>INDICADORES:.....</u></b>	<b><u>82</u></b>
<b><u>CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</u></b>	<b><u>84</u></b>
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	84
3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN. ....	84
3.3. POBLACIÓN.....	84
3.3.1. POBLACIÓN O UNIVERSO (N).....	84
3.4. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION. ....	84
3.4.1. INSTRUMENTOS .....	84
3.5. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS.....	84
3.6. SELECCIÓN Y VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN .....	85
3.6.1. CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO .....	85
<b><u>CAPÍTULO IV: ANALISIS DE RESULTADOS .....</u></b>	<b><u>89</u></b>
4.1. TRATAMIENTO ESTADÍSTICO E INTERPRETACIÓN DE CUADROS .....	89
4.1.1. CONSIDERACIÓN ESPECIAL.....	89
4.1.2. BENEFICIOS DE ZOFRATACNA.....	93
4.1.3. COSTOS DE IMPORTACIÓN .....	101
<b><u>CAPITULO V: CONPROBACIÓN DE HIPÓTESIS.....</u></b>	<b><u>109</u></b>
5.5.1. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS GENERAL .....	109
5.5.2. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECÍFICAS 1.....	112
5.5.3. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECÍFICAS 2.....	115
<b><u>CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS.....</u></b>	<b><u>119</u></b>
<b><u>SUGERENCIAS.....</u></b>	<b><u>119</u></b>
<b><u>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....</u></b>	<b><u>121</u></b>
<b><u>ANEXOS .....</u></b>	<b><u>123</u></b>

## INTRODUCCIÓN

La presente tesis “**INCIDENCIA DE LOS BENEFICIOS DE ZOFRATACNA EN LOS COSTOS DE LOS NEGOCIOS DE IMPORTACION DE LICORES DEL CENTRO COMERCIAL DE POLVOS ROSADOS. CIUDAD DE TACNA 2014-2015**”, se refiere a una investigación que plantea la relación de los beneficios de ZOFRATACNA, en los costos de los negocios que ofertan licores importados en la ciudad de Tacna, específicamente en el centro comercial Polvos Rosados.

Como puede apreciarse en *Planteamiento del Problema*, se ha procedido a desarrollar la descripción de la situación del problema actual, es decir el diagnóstico; así mismo se plantea el problema de la tesis que indica:

¿Cuál es el grado de incidencia de los beneficios de ZOFRATACNA, en los costos de los negocios de importación de licores de los negocios del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna?

Y en consecuencia planteamos el objetivo general que señala:

“Determinar el grado de incidencia de los beneficios de ZOFRATACNA, en los costos de los negocios de importación de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna, para el mejor desarrollo de actividades de importación de negocios de licores”, el mismo que se logra y se describe en las conclusiones de este trabajo de investigación

En el *Capítulo I. Marco Teórico*; se muestra los antecedentes existentes sobre la presente tesis, específicamente sobre los estudios realizados sobre el particular; para luego analizar las teorías y autores, llamado bases teóricas de las variables e indicadores de la investigación y las definiciones teóricas básicas.

En el mismo capítulo planteamos las hipótesis generales y específicas, resaltado la siguiente;

“Los beneficios de ZOFRATACNA, influyen en los costos de los negocios de importación de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna”.

La misma que validamos y demostramos finalmente.

En el *capítulo II Metodología de la Investigación*, señalamos información referente al tipo y diseño de investigación, la población en estudio que asciende a 44 negocios y las técnicas e instrumentos de recolección de información, para finalmente realizar la validación del instrumento de investigación.

En el *capítulo III Análisis de Resultados*, se indica la interpretación de los cuadros estadísticos obtenidos a partir de las encuestas realizadas a las empresas objeto de estudio; también se procedió a contrastar las hipótesis genéricas y específicas, logrando el objetivo trazado y contratando la hipótesis genérica que efectivamente:

**“Los beneficios de ZOFRATACNA, influyen en los costos de importación de los negocios de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna”**

Posteriormente se desarrolla las conclusiones de la investigación, se detalla la bibliografía utilizada y los anexos de la presente tesis.

## **ASPECTOS GENERALES**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1 DESCRIPCION CASUSAS Y EFECTOS**

El interés de los países por desarrollar mecanismo que permitan acelerar el crecimiento económico ha sido notable en los últimos años. El buscar nuevas oportunidades que mejoren la interacción internacional entre los países ha sido uno de los principales objetivos que dichos países poseen.

Una muestra de este interés el desarrollo de las zonas francas que funcionan como motores de los encadenamientos del comercio mundial al ser centros logísticos por excelencia y de servicios por excelencia. De igual manera las zonas francas forman núcleos importantes para conformar la cadena de suministro, al permitir la combinación de los flujos de materiales e información requeridos para proveer, hacer, entregar o distribuir los bienes y servicios a los clientes.

Actualmente la ciudad de Tacna cuenta con una zona franca que ha permitido estimular la interacción comercial con los diferentes países con los que el Perú posee relaciones comerciales. Dicho mecanismo es el actual llamado ZOFRATACNA, que además de actuar como centro logístico, permite el desarrollo de una zona especial que impulsan las importaciones, y uno de los bienes de consumo que más se ha beneficiado de dicho mecanismo son los licores.

### **CAPITULO I: DATOS BASICOS:**

#### **1.1.1 DATOS BASICOS DE ZOFRATACNA**

##### **a) ZOFRATACNA**

La Zona Franca de Tacna es un espacio privilegiado dentro del territorio nacional, que ofrece una serie de beneficios tributarios y aduaneros para las empresas que desarrollen actividades industriales, agroindustriales, ensamblaje, maquila y servicios, dentro de los cuales se incluyen el almacenamiento, distribución, embalaje, desembalaje, envasado y rotulado, clasificación, exhibición; además de actividades de reparación, mantenimiento y/o reacondicionamiento de maquinarias, motores y equipos para la actividad minera; actividades de call center y desarrollo



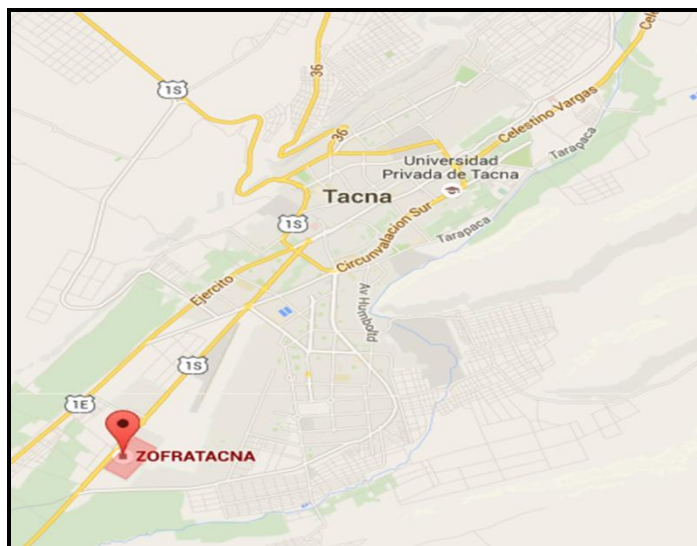
de software.

Según el Informe Económico y Social del BCRP (2013) la ZOFRATACNA tiene un área de 390 hectáreas, de las cuales 180 hectáreas cuentan con servicios de agua, alcantarillado, energía eléctrica, comunicaciones y fibra óptica, así como un sistema de seguridad electrónica. Asimismo, cuenta con diversos operadores como agencias de aduanas, empresas de transporte terrestre y marítimo, y oficinas bancarias, entre otros. Las actividades manufactureras que pueden ser desarrolladas en la ZOFRATACNA comprenden a cerca de 330 sub-partidas arancelarias nacionales.

## b) UBICACIÓN DE ZOFRATACNA

La Zona Franca de Tacna se encuentra ubicada a 9.5 Km. de la ciudad y a 3 km. del aeropuerto, en el kilómetro 1308 de la panamericana sur que une las ciudades de Tacna-Perú y Arica-Chile, como se puede observar en la figura N°1.

**Figura N°1: Ubicación de la Zona Franca de Tacna ZOFRATACNA**



**Fuente:** ZOFRATACNA (2015)

Asimismo se ubica en el centro de la Costa Pacífico de Sudamérica, compartiendo frontera con países como Bolivia y Chile; y a través del mar con toda la Cuenca del Pacífico, lo que le da una ubicación estratégica a nivel Sudamérica como se puede observar en la figura N°2.

**Figura N°2: Ubicación estratégica de ZOFRATACNA**



**Fuente:** ZOFRATACNA (2015)

**c) HISTORIA DE ZOFRATACNA**

El Sistema Especial de Tacna ZOFRATACNA opera desde el año 1989, anteriormente tuvo la denominación de ZOTAC (1989) y posteriormente CETICOS Tacna (1996).

A través de su funcionamiento ha permitido dinamizar las actividades comerciales, de servicios logísticos, industriales y otras vinculadas con el uso de la tecnología, como el desarrollo de software y call center; todas ellas, así como los servicios complementarios, han permitido darle un importante movimiento socioeconómico a la región Tacna.

La ZOFRATACNA ha hecho aportes significativo al desarrollo de la región sur fronteriza y del país; y entre los principales indicadores que muestran su operatividad se tiene que promueve las exportaciones, el aprovechamiento del potencial productivo macroregional, la generación de empleo y la atracción de inversiones.

Como todo sistema especial, su evolución se ha orientado a fortalecer las actividades industriales, actividades tecnológicas y de servicios de exportación, complementando las comerciales que por la naturaleza fronteriza del departamento de Tacna se han desarrollado.

**d) MISIÓN Y VISIÓN**

**Misión:**

"Brindar una plataforma de servicios competitivos de comercio exterior que generen valor a los negocios de nuestros clientes".

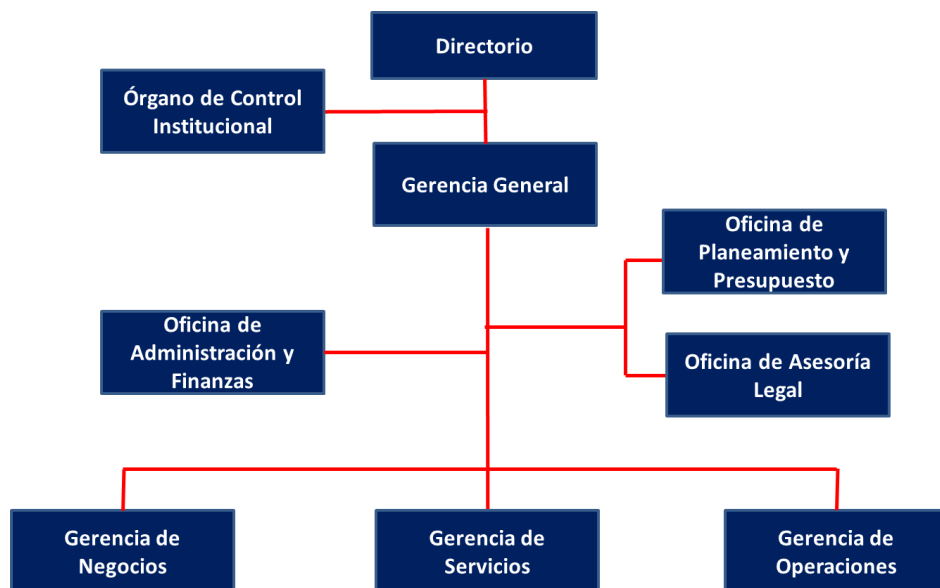
**Visión:**

"Ser uno de los principales centros de negocios, con ventajas competitivas sostenibles, en las actividades industriales, comerciales y de servicios en Sudamérica; para contribuir al desarrollo socioeconómico de la región de Tacna".

**e) ORGANIGRAMA**

La estructura organizacional del Sistema Especial de Tacna ZOFRATACNA se organiza por medio del organigrama presentando en la figura N°3.

**Figura N°3: Organigrama de ZOFRATACNA**



**Fuente:** ZOFRATACNA (2015)

**f) DATOS ESTADÍSTICOS**

El movimiento económico que ha desarrollado ZOFRATACNA en los últimos años, es notable, en lo que respecta al ingreso y salida de mercancías y vehículos a través de ZOFRATACNA, se puede observar

un gran dinamismo, que contribuye al fortalecimiento económico de la ciudad de Tacna. Sin embargo, este crecimiento ha favorecido más a las exportaciones e importaciones de mercancías que en lo que respecta a los vehículos como se mostrará a continuación.

En la tabla N°1 se puede apreciar la importación o compra de mercancías y vehículos a través de ZOFRATACNA del periodo 2010 al 2014. Según ZOFRATACNA en su Informe Estadístico (2015) el total de mercancías y vehículos importados en el año 2010 fue de 304,824.23 de miles de US\$ valor CIF, y en el año 2014 este monto disminuyó a 270,849.34 miles de US\$ valor CIF. Lo cual indica que el nivel importación en los últimos 4 años de ZOFRATACNA ha disminuido en aproximadamente 30 millones de US\$.

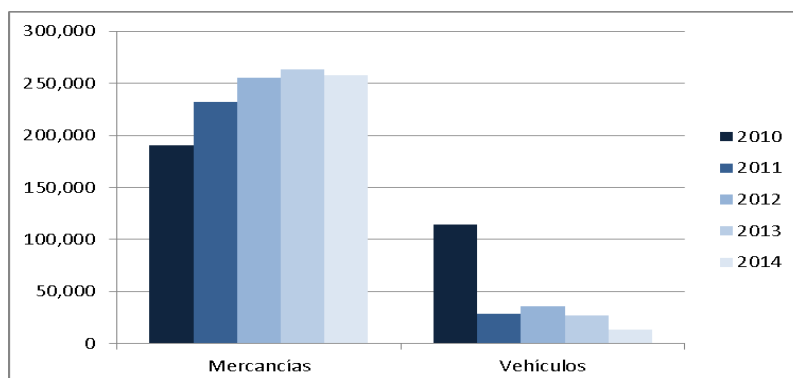
**Tabla N°1: Compras de Mercancías y Vehículos 2010-2014 (Valor CIF Miles de US\$)**

<b>Año</b>	<b>Mercancías</b>	<b>Vehículos</b>	<b>Total</b>
<b>2014</b>	257,358.48	13,490.86	270,849.34
<b>2013</b>	263,486.68	27,085.27	290,571.95
<b>2012</b>	255,085.51	35,865.93	290,951.44
<b>2011</b>	231,927.23	28,342.52	260,269.75
<b>2010</b>	190,631.00	114,193.23	304,824.23
<b>Total</b>	<b>1,198,488.90</b>	<b>218,977.81</b>	<b>1,417,466.71</b>

**Fuente:** ZOFRATACNA (2015)

La disminución del monto compras de ZOFRATACNA en los últimos 4 años se explica, por la gran disminución de la compra de Vehículos a través de ZOFRATACNA. En el gráfico N°1 se puede apreciar que según ZOFRATACNA (2015) en los últimos años, la compra de vehículos ha presentado una tendencia negativa, en cambio las mercancías, han presentado un crecimiento positiva. La tabla N°1 indica que de contar con un monto de 114,193.23 miles de US\$ en el 2010, se contó con un monto mínimo de 13,490.86 miles de US\$ en vehículos comprados. En cambio el total mercancías compradas de contar con 190,631 miles de US\$ paso a contar con un monto de 257,358.48 miles de US\$, un crecimiento notable.

**Gráfico N°1: Compras de Mercancías y Vehículos 2010-2014 (Valor CIF Miles de US\$)**



**Fuente:** ZOFRATACNA (2015)

En la tabla N°2 se puede apreciar la venta de mercancías y vehículos a través de ZOFRATACNA del periodo 2010 al 2014. Según ZOFRATACNA (2015) el total de mercancías y vehículos vendidos en el año 2010 fue de 300,572.90 de miles de US\$ valor CIF, y en el año 2014 este monto disminuyó a 285,480.06 miles de US\$ valor CIF. Lo cual indica que el nivel de ventas en los últimos 4 años de ZOFRATACNA ha disminuido en aproximadamente 15 millones de US\$.

**Tabla N°2: Ventas de Mercancías y Vehículos 2010-2014 (Valor CIF Miles de US\$)**

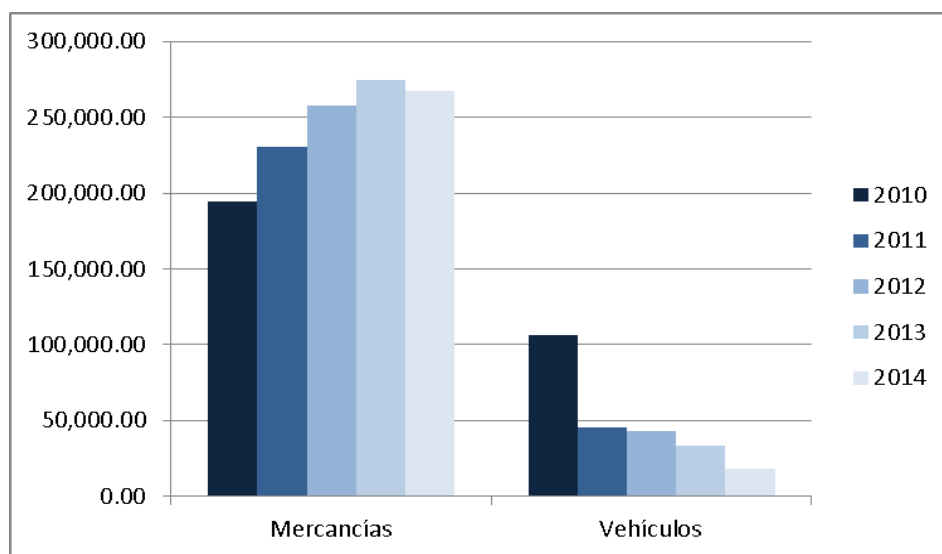
<b>Año</b>	<b>Mercancías</b>	<b>Vehículos</b>	<b>Total</b>
<b>2014</b>	267,224.71	18,255.35	285,480.06
<b>2013</b>	274,603.58	33,173.37	307,776.95
<b>2012</b>	257,919.46	42,798.89	300,718.35
<b>2011</b>	230,345.26	45,410.14	275,755.40
<b>2010</b>	194,215.54	106,357.36	300,572.90
<b>Total</b>	<b>1,224,308.55</b>	<b>245,995.11</b>	<b>1,470,303.66</b>

**Fuente:** ZOFRATACNA (2015)

La disminución del monto vendido de ZOFRATACNA en los últimos 4 años se explica, por la disminución de ventas de Vehículos a través de ZOFRATACNA. En el gráfico N°2 se puede apreciar que según ZOFRATACNA (2015) en los últimos años, la importación de vehículos ha presentado una tendencia negativa, a diferencia de las mercancías, que han presentado un crecimiento positivo. La tabla N°2 indica que de

contar con un monto de 106,357.36 miles de US\$ en el 2010, se contó con un monto mínimo de 18,255.35 miles de US\$ en vehículos exportados. En cambio el total mercancías vendidas de contar con 194,215.54 miles de US\$ paso a contar con un monto de 267,224.71 miles de US\$.

**Gráfico N°2: Ventas de Mercancías y Vehículos 2010-2014 (Valor CIF Miles de US\$)**



**Fuente:** ZOFRATACNA (2015)

En lo que respecta a las ventas de productos según destino por medio de ZOFRATACNA se puede apreciar en la tabla N°3 que según ZOFRATACNA en su Informe Estadístico (2015), en el año 2014, la Zona Comercial de Tacna fue el destino con mayor cantidad de productos provenientes de ZOFRATACNA con un total de 112,408 miles de US\$, seguido del Régimen General, es decir a los territorios nacionales con un total de 118,113 miles de US\$. Luego en lo que respecta a la reexportación se tiene un total de 51,420 miles de US\$, seguido del productos vendidos al exterior con un total de 3,535 miles de US\$ y finalmente Otros CETICOS con un monto de 2,855.55 miles de US\$.

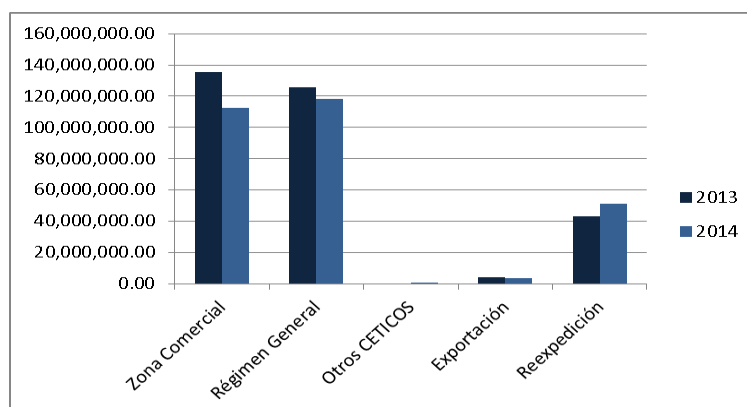
**Tabla N°3: Ventas por destino 2010-2014 (Valor CIF Miles de US\$)**

Destino	Años		Var %
	2013	2014	
Zona Comercial	135,263,812.49	112,408,709.70	-16.90%
Régimen General	125,489,534.15	118,113,056.43	-5.88%
Otros CETICOS	0	2,855.55	0.00%
Exportación	3,835,752.17	3,535,076.26	-7.84%
Reexportación	43,187,845.21	51,420,365.16	19.06%
<b>Total</b>	<b>307,776,944.02</b>	<b>285,480,063.10</b>	<b>-7.24%</b>

Fuente: ZOFRATACNA (2015)

En el gráfico N°3 se puede observar una disminución del monto de ventas a la Zona Comercial de Tacna y los Territorios Nacionales, del año 2013 al 2014. En lo que respecta a las ventas hacia la Zona Comercial de Tacna en la tabla N°3 se puede observar que según el Informe Estadístico (2015) de ZOFRATACNA se tiene una variación notable de -16.90%, de contar con un total de 135,263 miles de US\$ en el año 2013, se tuvo un monto de 112,408 miles de US\$ en el 2014. En lo que respecta a la venta hacia los territorios nacionales se tienen una disminución de 5.88%, de contar con un total de 125,489 mil de US\$ se llegó a un nivel de 118,113 miles de US\$ en el 2014.

**Gráfico N°3: Ventas por destino 2010-2014 (Valor CIF Miles de US\$)**



Fuente: ZOFRATACNA (2015)

En lo que respecta únicamente a la evolución comercial de las mercancías de ZOFRATACNA, se tiene en la tabla N°4 que según el Informe Estadístico (2015) de ZOFRATACNA, se tiene que en el año

2014, se tuvo un total de 88,116 mil de US\$ de mercancías vendidas hacia la Zona Comercial de Tacna, seguido de 81,942 miles de US\$ hacia los demás Territorios Nacionales, 40,490 miles de US\$ por la modalidad de Reexpedición, 1,857 miles de US\$ de mercancías vendidas hacia el exterior y finalmente 2.86 miles de US\$ vendidas a otros CETICOS.

**Tabla N°4: Ventas de mercancías por destino 2010-2014 (Valor CIF Miles de US\$)**

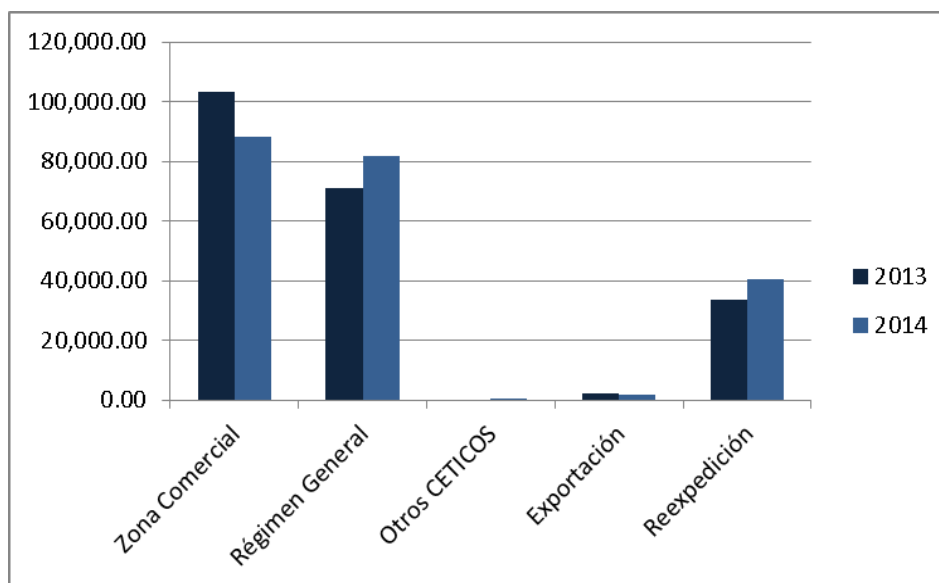
Destino	Años		Var %
	2013	2014	
Zona Comercial	103,072.07	88,116.89	-14.51%
Régimen General	70,862.73	81,942.57	15.64%
Otros CETICOS	0	2.86	0.00%
Exportación	2,301.82	1,857.17	-19.32%
Reexpedición	33,828.28	40,490.41	19.69%
<b>Total</b>	<b>210,064.90</b>	<b>212,409.90</b>	<b>1.12%</b>

**Fuente:** ZOFRATACNA (2015)

En el gráfico N°4 se puede apreciar una disminución del monto de ventas a la Zona Comercial de Tacna y un incremento hacia los Territorios Nacionales, del año 2013 al 2014. En lo que respecta a las ventas hacia la Zona Comercial de Tacna en la tabla N°4 se puede observar que según el Informe Estadístico (2015) de ZOFRATACNA se tiene una variación negativa de -14.51%, de contar con un total de 103,072 miles de US\$ en el año 2013, se tuvo un monto de 88,116 miles de US\$ en el 2014. En lo que respecta a la venta hacia los territorios nacionales se tienen una variación positiva de 15.64%, de contar con un total de 70,862 miles de US\$ se llegó a un nivel de 81,942 miles de US\$ en el 2014.



**Gráfico N°4: Ventas de mercancías por destino 2010-2014 (Valor CIF Miles de US\$)**



**Fuente:** ZOFRATACNA (2015)

Finalmente, se debe mencionar que gracias al Sistema de ZOFRATACNA, las empresas pueden gozar de los beneficios de la Zona Comercial de Tacna, los cuales se explican en el siguiente apartado, pero como requisitos para la acogida a estos beneficios ZOFRATACNA exige un arancel especial de 6% a estas empresas, para la ingreso de sus productos a la Zona Comercial de Tacna. En la tabla N°5 según el Informe Estadístico (2015) de ZOFRATACNA se puede apreciar que la recaudación de este arancel no ha sufrido mucha variación del año 2000 al 2014, como se puede ver en el año 2000 se recaudó un total de US\$ 7,545,358 y en el 2014 se obtuvo una recaudación de US\$ 7,436,811. Sin embargo se presentaron años donde esta recaudación tuvo niveles altos como es el caso del año 2012 donde se obtuvo una recaudación de US\$ 9,016,340.

**Tabla N°5: Recaudación del Arancel Especial (En Dólares US\$)**

<b>Año</b>	<b>Monto (En Dólares US\$)</b>
2000	7,545,358
2001	8,769,631
2002	9,452,501
2003	8,245,255
2004	8,461,412
2005	9,044,757
2006	8,917,243
2007	9,500,661
2008	9,719,801
2009	6,564,666
2010	8,089,922
2011	8,945,158
2012	9,016,340
2013	8,728,160
2014	7,436,811

**Fuente:** ZOFRATACNA (2015)

Cabe mencionar que el arancel especial recaudado por el ingreso de productos a la Zona Comercial de Tacna sirve como beneficio a la economía de la ciudad de Tacna, ya que el monto recaudado se distribución a los diferentes organismos públicos, para que desarrollen inversiones a lo largo de los años. En la tabla N°6 según el Informe Estadístico (2015) de ZOFRATACNA el organismo receptor con mayor recaudación fue el PET con un monto de 2,842.35 miles de US\$ seguido del mismo ZOFRATACNA con un total de 1,967.78 miles de US\$. Asimismo se debe mencionar que producto a la disminución del monto recaudado del año 2013 al 2014, estos organismos recibieron un monto menor al año anterior.

**Tabla N°6: Distribución del Arancel Especial (En miles US\$)**

<b>Organismo Receptor</b>	<b>Distribución % actual</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
CONAFRAN - MINCETUR	2%	175	148.74
PET	39%	3,336	2,842.35
ZOFRATACNA	27%	2,309	1,967.78
CETICOS ILO	10%	855	728.81
M.P.TACNA	7%	599	510.17
M. DIST.A.ALIANZA	3%	257	218.64
GOBIERNO REGIONAL	7%	599	510.17
ENAPU	1%	86	72.88
CETICOS PAITA	4%	342	291.52
CETICOS MATARANI	2%	171	145.76
<b>TOTAL</b>		<b>8,728.15</b>	<b>7,436.82</b>

Fuente: ZOFRATACNA (2015)

#### **1.1.2 PRINCIPALES BENEFICIOS A LA IMPORTACIÓN QUE OFRECE ZOFRATACNA**

##### **a) LA ZONA COMERCIAL DE TACNA**

La Zona Comercial de Tacna es uno de los dos sistemas que conforman ZOFRATACNA, es el área geográfica que comprende el distrito de Tacna y los centros comerciales del distrito de Alto de la Alianza, en el que las mercancías que en ella se internen desde Depósitos Francos de ZOFRATACNA estarán exoneradas del IGV, IPM, ISC, así como de todo impuesto creado o por crearse, incluso de aquellos que requieren de exoneración expresa, pagando únicamente un Arancel Especial del 6%.

##### **b) USUARIOS DE LA ZONA COMERCIAL DE TACNA**

Los usuarios de la Zona Comercial de Tacna son aquellas personas naturales o Jurídicas que ingresan mercancías del exterior a través del Régimen Simplificado o adquiere mercancías en los Depósitos Francos para su venta al detalle en la Zona Comercial.

##### **c) UBICACIÓN DE LA ZONA COMERCIAL DE TACNA**

La Zona Comercial de Tacna está conformada por centros comerciales donde se puede comprar una gran variedad de productos que están liberados de los impuestos de importación a precios altamente

atractivos.

Para esta zona franca es muy importante el paso de frontera Santa Rosa en Tacna, pues es el único paso fronterizo que une Chile y Perú, por lo tanto por ahí se realiza el ingreso y salida de mercancías y personas. Los centros comerciales que conforman la Zona Comercial de Tacna se mencionan en la tabla N°7.

**Tabla N° 7: Ubicación de la Zona Comercial de Tacna**

<b>Zona Comercial de Tacna</b>	
CC. Feria 28 de Julio	CC. Galerías Coronel Mendoza
Com. Min. Alfonso Ugarte	CC. Mercadillo Bolognesi
CC. Túpac Amaru I	C.. Magollo
Asoc. Com. Federico Barreto	CC. Túpac Amaru II
Asoc. Com. Micaela Bastidas	Asoc. Com. Manuel A. Odría

**Fuente:** ZOFRATACNA (2015)

**d) BENEFICIOS DE LA ZONA COMERCIAL DE TACNA**

Uno de los beneficios de la Zona Comercial de Tacna, consiste en el ingreso de terceros países a través de los depósitos francos públicos y/o particulares y/o Industrias de la Zona Franca, pagando un arancel único del 6% sobre el valor CIF siempre y cuando se encuentren dentro del listado de mercancías autorizados para dicha zona.

El segundo beneficio consiste en que las operaciones de venta hacia los turistas que visitan la ciudad de Tacna están exoneradas de los siguientes impuestos:

- Impuestos General a las Ventas.
- Impuesto Selectivo al Consumo.
- Impuesto de Promoción Municipal.
- Demás tributos creados y por crearse que graven las operaciones de venta, excepto el Impuesto a la Renta.

Finalmente los costos logísticos de almacenamiento de los Depósitos Francos de ZOFRATACNA son inferiores a los depósitos temporales de Aduana.

### **1.1.1. CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LOS NEGOCIOS QUE IMPORTAN A TRAVÉS DE ZOFRATACNA**

#### **a) PRINCIPALES NEGOCIOS QUE IMPORTAN LICORES A TRAVÉS DE ZOFRATACNA**

Los principales importadores de licores que utilizan el sistema de ZOFRATACNA, son en su mayoría personas naturales con negocio, micro comercializadores, que se localizan alrededor de la Zona Comercial de Tacna, para aprovechar las ventajas que ofrece dicho sistema, en relación a sus beneficios tributarios y aduaneros.

Es decir microcomercializadores que se encuentran ubicados en los alrededores de los diferentes centros comerciales como es el Mercadillo Bolognesi, Feria 28 de Julio, Coronel Mendoza, entre otros mencionados anteriormente.

Cabe destacar que estos comercializadores, muchos de ellos trabajan con terceros, los cuales actúan como proveedores, y son quienes importan directamente en grandes cantidades de las bebidas alcohólicas, para poder después distribuir las a minoristas, los cuales son los microcomercializadores que poseen distintos puestos dentro y fuera de los centros comerciales mencionados anteriormente que conforman la Zona Comercial de Tacna.

Asimismo uno de los problemas más frecuentes en los últimos años, en relación a la importación de licores en la ciudad de Tacna, es el contrabando, es decir la importación ilegal de bebidas alcohólicas. Este contrabando se da porque las importaciones que ingresan a la Zona Comercial de Tacna solo tienen que pagar un arancel especial de 6%, mencionado anteriormente. Supuestamente, estos productos deben pagar todos los impuestos que dejaron de pagar si se dirigen al resto del país, no obstante, la realidad es otra, buena parte entra de contrabando. Un ejemplo de esta problemática se desarrolló en el año 2003, donde ZOFRATACNA registro importaciones de whiskey por US\$ 10.9 millones cuando a nivel nacional las importaciones de dicho producto solo alcanzaron los US\$ 7.3 millones. De igual manera la cerveza de malta registro US\$ 1.5 millones por ZOFRATACNA, frente a US\$ 1.3 millones

registrados a nivel nacional. Esta realidad lo que ocasiona es una competencia desleal para las empresas del resto del país.

**b) CARACTERÍSTICAS DE LOS NEGOCIOS DE LICORES QUE IMPORTAN A TRAVÉS DE ZOFRATACNA EN POLVOS ROSADOS**

Como se mencionó anteriormente, los negocios de licores que importan a través de ZOFRATACNA, son en su mayoría personas naturales con negocio, es decir micro comercializadores, que se ubican con sus puestos en la Zona Comercial de Tacna, para aprovechar las ventajas que ofrece dicho sistema, teniendo como principal beneficio la exoneración de impuestos como el IGV, ISC y el IPM, solo pagando un arancel especial del 6%.

Para efectos de la presente investigación se ha seleccionada a los importadores de licores que se encuentran en el Mercadillo Polvos Rosados y sus alrededores, por el hecho de que estos son uno de los principales comercializadores de bebidas alcohólicas o espirituosas en la ciudad de Tacna, los cuales se encuentran ubicados en el distrito de Alto de la Alianza los cuales se describen en el Anexo 1, y alcanzan un total de 44 empresas.

Entre las principales características de estos negocios es que el 70.45% de estos negocios se constituye como personal natural con negocio, como se puede observar en la tabla N°7, es decir son micro comercializadores que poseen pequeños puestos dentro y fuera de los Centros Comerciales que conforman la Zona Comercial de Tacna. Dichos comerciantes, administran sus negocios de una manera semi informal, si bien es cierto están constituidas como empresas y cuentan con un RUC, la administración de estos negocios es improvisada, no cuentan con horarios de atención fijos, los productos se encuentran almacenados en el mismo local de manera desordenada y exagerada. El resto de negocios se constituyen como E.I.R.L. conformando un 18.18% y Sociedad Anónima Cerrada constituyendo un 11.36%.

**Tabla N° 8: Importadoras de Polvos Rosados través de ZOFRATACNA según tipo de contribuyente**

<b>Tipo de Contribuyente</b>	<b>Cantidad de Empresas</b>	<b>%</b>
<b>PERSONA NATURAL CON NEGOCIO</b>	31	70.45%
<b>EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA</b>	8	18.18%
<b>SOCIEDAD ANONIMA CERRADA</b>	5	11.36%
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: SUNAT (2015)

Otra característica de estos negocios es la diferencia, entre proveedores y microcomercializadores, en la tabla N° 9, se puede observar que el 68% de los negocios se dedican a la venta al por menor de estos productos, es decir estos, representan a los comercializadores que poseen sus pequeños puestos en los centros comerciales de la Zona Comercial de Tacna, luego el 32% que llegan a un total de 14 empresas, se dedican a la venta al por mayor, es decir son los proveedores de estas empresas y que también actúan como micro comerciantes, contando con distintos puestos en estas zonas.

**Tabla N° 9: Importadoras de Polvos Rosados través de ZOFRATACNA según actividad económica**

<b>Actividad Económica</b>	<b>Cantidad de Empresas</b>	<b>%</b>
<b>VTA. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.</b>	14	32%
<b>VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.</b>	30	68%
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>

Fuente: SUNAT (2015)

### 1.1.3 PROCESO DE IMPORTACION DE LOS LICORES DE PARTE DE LOS NEGOCIOS

#### a) INGRESO Y SALIDA DE LAS MERCANCIAS POR ZOFRATACNA

El proceso general que desarrollan las empresas para poder importar y posteriormente exportar, a las diferentes zonas estratégicas, como la Zona Comercial de Tacna, se encuentra detallado en la figura N°4.

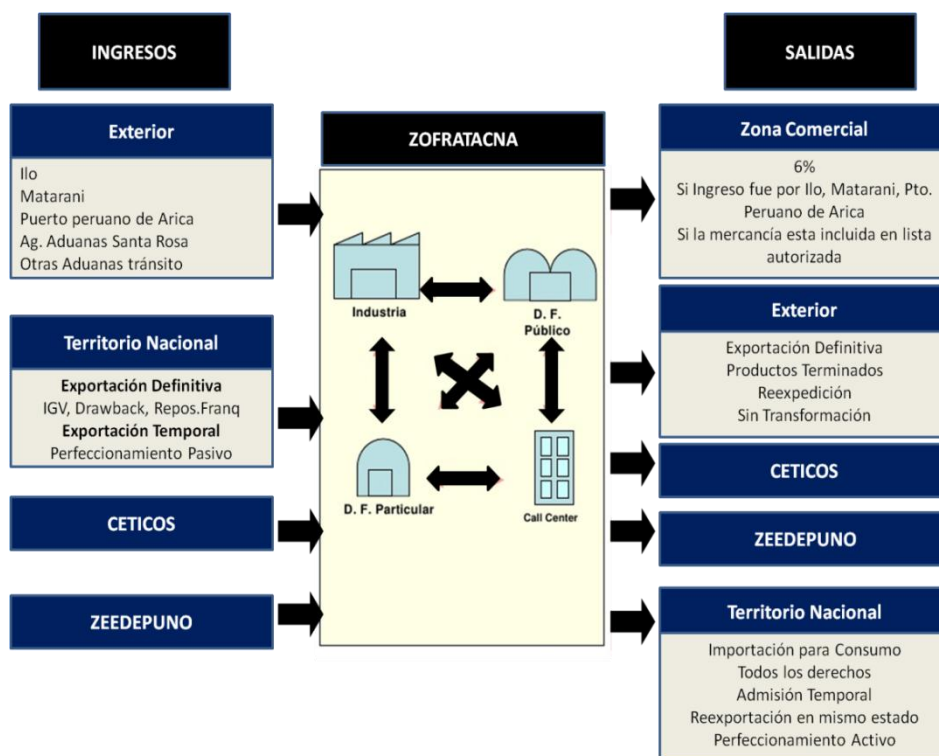
Como se puede apreciar el primer proceso que desarrollan estas empresas de manera general, es el ingreso de sus mercancías, ya sea del Territorio Nacional, el cual está conformado por los diferentes departamentos del Perú, por medio de dos principales modalidades Exportación Definitiva o Exportación Temporal. Si se trata de mercancía proveniente del exterior, los Puertos y Aduanas por donde ingresan son el Puerto de Ilo, Matarani y el Puerto peruano de Arica, asimismo, la aduanas más frecuente para el ingreso de la mercancía es la Aduana de Santa Rosa. Otros lugares por donde proviene la mercancía para el ingreso a ZOFRATACNA es CETICOS, la cual ha dejado de tener movilidad como se pudo observar anteriormente en datos estadísticos y ZEEDEPUNO (Zona Económica Especial de Puno).

Una vez ingresada la mercancía a la ZOFRATACNA, esta es almacenada en un Deposito Franco Publico o un Deposito Franco Particular, dependiendo de la naturaleza de la empresa que está desarrollando el ingreso y salida de la mercancía. Las ventajas de almacenar las mercancías en los depósitos francos son la exoneración de derechos de importación, y en el caso de mercancía proveniente en el exterior no requiere de Agente de Aduanas. Cabe destacar que el Deposito Franco Publico brinda los servicios de embalaje, desembalaje, rotulado y etiquetado, división-picking. En cambio el Deposito Franco Particular, brinda los servicios de clasificación, exhibición y envasado.

Posteriormente de almacenar la mercancía en los Depósitos Franco de ZOFRATACNA, la mercancía es trasladada al exterior por la modalidad de Exportación Definitiva o Reexpedición, al exterior. Asimismo también puede ser trasladada al territorio nacional, por la modalidad de Importación para el Consumo, Admisión Temporal, Reexportación en el mismo Estado o Perfeccionamiento Activo. En lo que respecta al traslado a la Zona Comercial de Tacna, la cual utilizan los importadores objeto de estudio, tienen que pagar un arancel especial del 6%, siempre y cuando las mercancías hayan ingresado por el puerto de Ilo, Matarani, o el Puerto Peruano de Arica.



**Figura N°4: Proceso de Ingreso y salida de mercancías por ZOFRATACNA**



Fuente: ZOFRATACNA (2015)

**b) COMPRA EN LOS DEPÓSITOS FRANCO DE LA ZONA FRANCA DE TACNA**

El usuario de la Zona Comercial de Tacna compraría sus mercancías en los Depósitos Francos de la ZOFRATACNA, a un usuario de Depósito Franco Público, y/o a un usuario de administrador de Depósito Franco Particular.

- El vendedor le emite al usuario de Zona Comercial una factura de venta sin IGV o IVA-
- El Depósito Franco emite la orden de compra de distintivos de identificación de mercancías de la Zona Comercial y elabora la Declaración de Salida de Mercancías
- El usuario de Zona Comercial se apersona a Caja de Tesorería de la ZOFRATACNA a cancelar los distintivos de identificación, el arancel especial del 6% del valor CIF de las mercancías

adquiridas, y el derecho por el servicio de salida de mercancías desde los depósitos francos

- El usuario retorna al Depósito Franco a colocar los distintivos de identificación a las mercancías comprendidas en la declaración de salida con destino a la Zona Comercial
  
- Antes de la salida de las mercancías, el Depósito Franco verifica:
  - Que éstas tengan adherido el distintivo de identificación,
  - Que la declaración de salida tenga los sellos de haber cancelado el Arancel Especial y la factura de los distintivos de identificación y
  - La factura por el servicio de salida de mercancías, así como
  - La presentación de algún requisitos o autorización de los órganos competentes para el ingreso de las mercancías al país, como ser registros sanitarios para la importación de juguetes o alimentos, etc.
  
- De estar todo conforme el Depósito Franco autoriza la salida de las mercancías en un vehículo el cual tiene que haber sido pesado vacío al ingreso al complejo y a la salida con las mercancías,
  
- El usuario o el transportista a la salida del Complejo de ZOFRATACNA presentará en la garita de la Gerencia de Operaciones la Declaración de Salida y demás documentos que sustenten la salida de las mercancías
  
- Las mercancías obligatoriamente deberán ser trasladadas hacia los puntos de ventas autorizados en la ficha RUC del usuario.
  
- El usuario comercializará sus mercancías en su local de venta autorizado a los turistas que visitan la ciudad. Las compras que realicen los turistas son sin fines comerciales ni empresariales de acuerdo a la Franquicia Turística que permite el ingreso de las mercancías de la Zona Comercial hacia el resto del territorio nacional

**c) INGRESO DE MERCANCÍAS A LA ZONA COMERCIAL UTILIZANDO EL RÉGIMEN SIMPLIFICADO DE LA ZOFRATACNA**

El usuario ingresaría sus mercancías a la Zona Comercial utilizando el Régimen Simplificado de la ZOFRATACNA.

- El usuario de la Zona Comercial de Tacna adquiere las mercancías en el extranjero y las embarca con destino a la ZOFRATACNA, indicando en el manifiesto de carga como destino al Depósito Franco de Régimen Simplificado. Debe tener en consideración que por este Régimen solo se permite el ingreso mercancías hasta por 2,000 dólares americanos por despacho diario y un máximo de 10,000 dólares americanos mensuales.
- Una vez arribado el vehículo transportador con las mercancías al depósito Franco de Régimen Simplificado, el usuario solicita al transportista su factura, manifiesto de carga y Carta Porte, los cuales son presentados en la ventanilla de recepción de documentos de la administración del Depósito Franco, la información de estos documentos es ingresada al sistema informático de ZOFRATACNA.
- Seguidamente, el usuario se apersona a caja a comprar los distintivos de identificación de mercancías para adherirlos a sus mercancías.
- Posteriormente personal de la Gerencia de Operaciones realiza las siguientes actividades:
  - Reconocimiento físico de las mercancías de acuerdo con los documentos presentados por el usuario.
  - Codificación de las mercancías.
  - Valoración de las mercancías.
  - Impresión de la Declaración Simplificada de importación ZOFRATACNA donde se señalan las mercancías que van a ingresar a la Zona Comercial y el monto a pagar del Arancel Especial correspondiente al 6% del valor CIF de las mercancías.
- Después de haber cancelado el Arancel Especial y el derecho por el servicio de Ingreso y Salida de Mercancías del Depósito Franco de Régimen Simplificado, se autoriza la salida de las

mercancías del usuario con destino a la Zona Comercial en un vehículo transportador.

- El usuario o el transportista a la salida del Complejo de ZOFRATACNA presentará en la garita de la Gerencia de Operaciones la Declaración de Simplificada y demás documentos que sustenten la salida de las mercancías
- Las mercancías obligatoriamente deberán ser trasladadas y/o almacenados en los puntos de ventas autorizados en la ficha RUC del usuario.
- El usuario comercializará sus mercancías en su local de venta autorizado a los turistas que visitan la ciudad. Las compras que realicen los turistas son sin fines comerciales ni empresariales de acuerdo a la Franquicia Turística que permite el ingreso de las mercancías de la Zona Comercial hacia el resto del territorio nacional.

#### **1.1.4 PRINCIPALES LICORES DE IMPORTACIÓN Y SUS CARACTERISITICAS**

##### **a) DEMANDA DE LOS LICORES EN LA CIUDAD DE TACNA**

El mercado de bebidas alcohólicas importadas ha crecido en los últimos años en la ciudad de Tacna, como se ha observado en datos estadísticos anteriormente mencionados, favorecido por el crecimiento de la demanda interna y recuperación de la capacidad adquisitiva y en especial a las ventajas que ofrece el contar con una Zona Franca y Zona Comercial en Tacna.

Asimismo según el estudio Mercado de Bebidas Alcohólicas Reporte Anual 2011 de CENTRUM, el crecimiento de bebidas alcohólicas importadas ha sido heterogéneo: entre 2006 y 2010, se destacó el crecimiento de las importaciones de la categoría de coñac, brandy y similares, al aumentar en más de 5 veces, el tequila (2.8 veces), ron y aguardiente de caña (1.9 veces) en un contexto en el que el promedio de categorías lo hizo en 1.6 veces. La expansión de los diversos segmentos socioeconómicos y descentralización del consumo no solo impulsó la proliferación de más marcas (al 2010 se identificó cerca de 198 marcas) sino una mayor competencia en categorías donde se tiene presencia de productos locales como el caso de la cerveza, ron y licores de anís.

Según la Cámara de Comercio de Lima (2014) las bebidas de mayor preferencia entre los peruanos son en primer lugar, el pisco seguido por el whisky, ron y vodka, sin dejar de lado a la cerveza. El consumo por persona adulta en el país se calcula en 1.2 litros, que está comprendido en: 0.5 litros de pisco, 0.4 litros de ron, 0.2 litros de whisky y 0.1 litros de vodka.

De acuerdo a la Cámara de Comercio de Lima (2014) los peruanos han cambiado mucho sus preferencias en los últimos años y se está consumiendo el pisco en diversas presentaciones lo cual no ocurría antes. Sin embargo actualmente existe una gran preferencia por los licores importados.

**b) BEBIDAS ALCOHÓLICAS IMPORTADAS A TRAVÉS DE ZOFRATACNA**

Como se mencionó anteriormente las bebidas alcohólicas importadas a través de ZOFRATACNA, concuerdan con las bebidas alcohólicas más demandadas por los peruanos, las cuales son en primer lugar, el pisco seguido por el whisky, ron, vodka, y la cerveza

En la tabla N° 10, se puede apreciar todas las partidas arancelarias junto con su descripción de las bebidas alcohólicas que se pueden importar por medio de ZOFRATACNA. Asimismo se puede observar que algunas de dichas partidas, se les requiere al momento de desarrollar el procedimiento aduanero presentar el código de barras de los productos para poder acogerse al arancel especial de ZOFRATACNA.

**Tabla N° 10: Bebidas alcohólicas importadas a través de  
ZOFRATACNA**

<b>Partida arancelaria</b>	<b>Descripción</b>	<b>Barras</b>
2203.00.00.00	Cerveza de malta.	SI
2204.10.00.00	- Vino espumoso	SI
2205.10.00.00	Vermut y demás vinos de uvas frescas preparados con plantas o sustancias aromáticas, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l	SI
2206.00.00.00	Las demás bebidas fermentadas (por ejemplo: sidra, perada, aguamiel); mezclas de bebidas fermentadas y mezclas de bebidas fermentadas y bebidas no alcohólicas, o expresadas ni comprendidas en otra parte	SI
2208.20.22.00	Singani	NO
2208.20.29.00	Los demás aguardientes de vino (excepto pisco, singani)	SI
2208.20.30.00	Aguardiente de orujo de uvas (<<grappa>> y similares)	SI
2208.30.00.00	Whisky	SI
2208.40.00.00	Ron y demás aguardientes procedentes de la destilación, previa fermentación, de productos de la caña de azúcar	SI
2208.50.00.00	<Gin> y ginebra	SI
2208.60.00.00	Vodka	SI
2208.70.10.00	Licores de anís	SI
2208.70.20.00	Licores de cremas	SI
2208.70.90.00	Los demás licores, excepto los de anís y de cremas	SI
2208.90.20.00	Aguardientes de ágaves (tequila y similares)	SI
2208.90.42.00	Aguardientes de anís	SI
2208.90.49.00	Los demás aguardientes	SI
2208.90.90.00	Los demás licores y bebidas espirituosas	SI

Fuente: ZOFRATACNA (2015)

### **1.1.5 CARACTERÍSTICAS DEL PROBLEMA**

#### **a) IMPORTACIÓN DE LICORES**

El sector comercial de licores en la ciudad de Tacna, al igual que en la mayoría de provincias alrededor del Perú, se mantiene dependiente de las importaciones de estos productos provenientes de otros países extranjeros. Al no contar con una industria de licores desarrollada, el país se ve en la necesidad de satisfacer la demanda de estas bebidas por medio de las importaciones. Es por ello que a nivel Tacna, se cuenta con una gran cantidad de pequeños importadores que comercializan estos productos en los diferentes centros comerciales de Tacna. Este tipo de comerciantes encajan en la denominación de importadores oportunistas, es decir estos buscan alrededor del mundo productos que puede importar y vender rentablemente a ciudadanos locales. Estos comerciantes ven un hueco en el mercado local, ya sea real (los clientes no pueden encontrar lo que quieren) o percibido. Explotan esta oportunidad mediante la importación de productos disponibles solo a partir de proveedores extranjeros.

Asimismo estos importadores, no le dan mucha prioridad a la calidad del producto, al no contar con una industria de bebidas alcohólicas a nivel nacional. Estos importadores se dan el lujo de comercializar productos de bajo costos en grandes cantidad, ganando mayor utilidades.

Cabe mencionar que estos importadores utilizan las ventajas que ofrece ZOFRATACNA para poder importar estos productos, sin tener que incurrir en muchos costos, como son los diferentes impuestos, como el Impuesto General a las Ventas, Impuesto Selectivo al Consumo y el Impuesto de Promoción Municipal.

#### **b) PRECIOS DE PRODUCTOS IMPORTADOS**

Producto a la liberación del comercio en las últimas décadas, la interacción comercial entre los países ha ido incrementándose cada vez y a una velocidad mayor. Esto se ve reflejado en la gran cantidad productos que se importan a nivel Tacna, una región que cuenta con una ubicación estratégica y actualmente con una Zona Franca, que le permite promover tanto sus exportaciones como importaciones, contribuyendo al desarrollo económico de la ciudad.

Un aspecto interesante al momento de evaluación la evolución de estas importaciones, son los diferentes precios de los distintos productos que se importan a la ciudad de Tacna. Si bien es cierto existen productos que al ser producidos en otros países con mejores tecnologías y con mayores ventajas, sus precios son elevados, con el sistema especial de la Zona Franca de Tacna y la Zona Comercial de Tacna, estos precios pueden resultar no tan altos para los importadores. Tal es el caso de las bebidas alcohólicas, bienes suntuarios, que al no contar con el sistema especial de ZOFRATACNA, tendrían precios elevados. Como es el caso de productos como el whisky y el vino, bebidas alcohólicas muy cotizadas actualmente y que tienen una demanda grande no solo a nivel Tacna, sino también a nivel nacional.

#### **c) TRANSPORTE DE LA MERCADERIA**

El transporte de mercancías es de suma importancia, en todos sentido, hablar del transporte en logística es hablar del movimiento de carga de todas sus formas conocidas ya sea área, marítima y terrestre, mediante las cuales se trasladan todo tipo de productos de un punto a otro, ya sea internamente o a nivel internacional.

Los importadores deben considerar el transporte como pilar fundamental para la comercialización de sus productos. Deben trabajar de la mano con los exportadores de los países extranjeros, para que se desarrolle una correcta cada logística en relación al transporte. A nivel Tacna, las importaciones de licores se desarrollan por vía marítima, la mercancía llegue a los distintos puertos como es el puerto de ENAPU, donde luego pasan a la Zona Franca de Tacna, para poder acogerse a las ventajas aduaneras y tributarias que ofrecen, y posteriormente trasladar de manera terrestre sus productos a la Zona Comercial de Tacna, donde tendrán que pagar un impuesto especial de 6%.

#### **d) VOLUMENES DE COMPRA DE IMPORTACIÓN**

A nivel mundial los Estados desarrollan una estrategia de liberalización del comercio, la cual se basa en las exportaciones de sus productos más representativos. Pero para que haya exportaciones deben existir países demandantes. Este equilibrio se da en la demanda y oferta de productos,



tal es el caso de la ciudad de Tacna, que al no contar con una industria de bebidas alcohólicas, se ve en la necesidad de importar estos productos, los cuales no produce. Como se ha visto anteriormente, los volúmenes de importaciones de la ciudad de Tacna, por medio de ZOFRATACNA anualmente llegan a montos muy altos. Es decir que cada uno de los importadores a nivel local, desarrollan compras de volúmenes notables.

Este crecimiento importador permite, así como también el crecimiento de la demanda de estos productos a nivel Tacna, permiten de una u otra forma abaratar los costos. Asimismo muchos de los importadores, se unen para poder adquirir volúmenes grandes, de los cuales se dividen proporciones de estos, para poder comercializar en pequeñas cantidad en sus locales a nivel de los centros comerciales que se encuentran en la Zona Comercial de Tacna.

#### **e) BENEFICIOS DE ZOFRATACNA**

La creciente liberalización del comercio, ha obligado a los negocios a ir más allá de la búsqueda de ventajas naturales, subsidios y otros instrumentos proteccionistas de la política económica de un país, rompiendo las barreras tradicionales establecidas por los Estados para la protección de su industria y de la producción de bienes y servicios.

En consecuencia, se busca incursionar en nuevos mercados y productos que regulen los precios internos de un país, y que contribuyan al bienestar y desarrollo del mismo, aprovechando las economías de escala y la curva de experiencia de las empresas que las lleva a obtener costos más favorables, y su derivación en precios más competitivos. Por ello es que se han desarrollado a nivel mundial Zonas Francas, las cuales permiten la libre comercialización de productos, así como también fomentar las exportaciones e importaciones en los Estados.

Un ejemplo de esto es la Zona Franca de Tacna, la cual ha permitido el crecimiento comercial de muchos productos, sobre todo en lo concerniente a las importaciones, ya sea de vehículos, prendas de vestir, y bebidas alcohólicas.

#### **f) POLÍTICA ADUANERA FAVORABLE**

La política comercial es uno de los pilares fundamentales para determinar la eficiente asignación de los recursos productivos y así maximizar el bienestar de la población. Para ello, la política comercial incluye un conjunto de instrumentos de política económica que permiten asegurar la libre comercialización de bienes y servicios, tales como aranceles, reglas de origen, procedimientos aduaneros, compras públicas, promoción de la inversión, entre otros.

En lo concerniente a la política de aranceles estos se han ido liberalizando a lo largo de los últimos años, una gran variedad de partidas arancelarias se encuentran libres y con aranceles mínimos, lo que permite el ingreso de mercancía a precios competitivos. En el caso de las bebidas alcohólicas se ha visto que por medio de la Zona Franca, muchas partidas de estos productos se han liberalizado y se pueden acoger a los beneficios que brinda Zofra Tacna, como el pago de un arancel mínimo de 6%. Asimismo la facilitación del comercio a través de la simplificación de formalidades y procedimientos, y en la estandarización y armonización de los procesos con las prácticas a nivel internacional, es un ejemplo de los beneficios que brinda la Zona Franca y Zona Comercial de Tacna.

#### **g) TRIBUTACIÓN**

En lo concerniente a las obligaciones tributarias que exige la Zona Franca de Tacna, este beneficio se puede ver especialmente en la Zona Industrial del Sistema ZOFRATACNA, donde las empresas industriales están libres del Impuesto a la Renta.

Sin embargo en lo que respecta a las actividades comerciales como son las importaciones de bebidas alcohólicas, dichas importaciones están libres de impuestos como el Impuesto General a las Ventas, el Impuesto Selectivo al Consumo y el Impuesto de Promoción Municipal, lo que permite desarrollar estas importaciones con mejores ventajas y poder comercializar los distintos productos a nivel más competitivo.

## **h) SEGURIDAD JURÍDICA DE ZOFRATACNA**

La seguridad jurídica se basa en la certeza de los derechos, tanto en el ámbito de su publicidad como en su aplicación, y que significa la seguridad de que se conoce, o puede conocerse, lo previsto como prohibido, ordenado o permitido por el poder público.

La seguridad jurídica es, en el fondo, la garantía dada al individuo por el Estado de modo que su persona, sus bienes y sus derechos no serán violentados o que, si esto último llegara a producirse, le serán asegurados por la sociedad, la protección y reparación de los mismos. En lo que respecta la seguridad jurídica que posee Zofra Tacna, esta se ve reflejado en los diferentes decretos supremos en los que se ampara, como es el caso de las partidas arancelarias que se pueden acoger al Sistema de la Zona Comercial de Tacna (D.S. N° 263-2013-EF) y las diferentes leyes:

- Ley N° 26831  
Ley que sustituye artículos del DL 842 y 864
- Ley N° 27191  
Ley sobre las Exoneraciones Tributarias a los CETICOS.
- Ley N° 27444  
Ley del Procedimiento Administrativo General.
- Ley N° 27806  
Ley de Transparencia.
- Ley N° 27973  
Ley de Valor Aduanero SUNAT.
- Ley N° 28008  
Ley de los Delitos Aduaneros.
- Ley N° 28405  
Ley de Rotulado de Productos Industriales Manufacturados.
- Ley N° 28528  
Ley que regula el traslado de mercancías con destino a ZOFRATACNA, CETICOS y terceros países
- Ley N° 28544  
Ley que prohíbe la importación de ropa y calzado usados.
- Ley N° 28547  
Ley que deroga la disposición complementaria única de la Ley N° 28528, Ley que regula el traslado de mercancías con destino a la

ZOFRATACNA, los CETICOS y terceros países.

- Ley N° 28569  
Ley que otorga autonomía a los CETICOS.
- Ley N° 28977  
Ley de Facilitación del Comercio Exterior.
- Ley N° 29014  
Ley que Adscribe los CETICOS a los gobiernos regionales.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.**

### **1.2.1 PROBLEMA GENERAL**

¿Cuál es el grado de incidencia de los beneficios de ZOFRATACNA, en los costos de los negocios de importación de licores de los negocios del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna?

### **1.2.2 PROBLEMAS ESPECÍFICOS**

¿Cuál es la condición de los beneficios de ZOFRATACNA, para la importación de licores en la ciudad de Tacna?

¿Cuál es la condición de los costos de los negocios de importación de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna?

## **1.3 OBJETIVOS:**

### **1.3.1 OBJETIVO GENERAL**

Determinar el grado de incidencia de los beneficios de ZOFRATACNA, en los costos de los negocios de importación de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna, para el mejor desarrollo de actividades de importación de negocios de licores.

### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Determinar la condición de los beneficios de ZOFRATACNA, para la importación de licores en la ciudad de Tacna, para el mejor entendimiento de dicho mecanismo.

Determinar la condición de los costos de los negocios de importación de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna, para el mejor entendimiento del desempeño de dichos negocios.

## **1.4 IMPORTANCIA Y ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **1.4.1 IMPORTANCIA**

La presente investigación propone aportes a la solución de los problemas existentes de los negocios que ofertan licores importados, cuyos beneficios económicos podrían mejorar ostensiblemente, dos las condiciones de precios de importación, del transporte de la mercadería fundamentalmente. Es decir aprovechar de la mejor manera los beneficios de ZOFRATACNA, respecto a este punto específico

### **1.4.2 ALCANCES**

La presente investigación, tiene como alcance llegar a establecer la relación existente entre los costos de los negocios de importación de licores a través de ZOFRATACNA y los beneficios que esta última institución alcanza a mejora los beneficios de estas empresas de importación. Problemática existente que requiere pronta solución

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO.**

#### **A. INTERNACIONAL**

Arcos, Y., Escalante, A. (2009) Zonas Francas como mecanismo de incentivo para la inversión en el Ecuador

Arcos y Escalante (2009) desarrollaron una investigación basada en el estudio al elegir a una Zona Franca como opción de atracción a la inversión extranjera en el Ecuador con el fin de determinar que este régimen especial representa ventajas potenciales en el ámbito comercial y socioeconómico para el país, y que el sacrificio de tributos en esta opción de inversiones sería compensado con los beneficios que traen consigo estas zonas de tratamiento especial tentado a mayores inversiones para el desarrollo de la nación. Dentro de dicha investigación se detallaron conceptos básicos y generalidades respecto a zonas francas e identificamos las zonas francas en el Ecuador, problemática y posibles soluciones para mejorar el uso del régimen franco. El tipo de investigación de dicha tesis fue de tipo descriptivo, donde solo se describieron los hechos como fueron observados, asimismo la principal técnica de recopilación de datos consistió en un análisis documental, basado en fuentes secundarias. Asimismo se desarrolló la técnica de recopilación de datos de la encuesta, dirigida a expertos en temas de Zonas Francas en Ecuador.

Como primera conclusión se tiene que el aprovechamiento de las Zonas Francas en el Ecuador contribuye al desarrollo y crecimiento económico del país fomentando la inversión, pues como se ha experimentado en otros países, si son empleadas correctamente, estas áreas se convierten en instrumentos efectivos para los objetivos para los cuáles fueron creadas, entre los que tenemos los múltiples que ya hemos mencionado a lo largo de este trabajo, pero especialmente la generación de empleo digno, que resulta fundamental para el desarrollo económico de un pueblo.

La segunda conclusión menciona que las actividades desarrolladas en zonas francas, sean estas industriales, comerciales y/o de servicios, deben estar orientadas principalmente hacia el exterior (territorio extra – aduanal) y no al mercado nacional de los países. Esto quiere decir que la producción será destinada a la exportación, sin embargo se debe utilizar mano de obra nacional,

y en gran proporción, insumos nacionales, generando de esta manera importantes beneficios directos e indirectos a la comunidad.

Como tercera conclusión se tiene que para incentivar la inversión extranjera en estas áreas, se debe ofrecer a los inversionistas un ambiente de negocios internacionalmente competitivo, con infraestructura y sofisticadas comunicaciones, transporte, trabajadores educados y administración eficiente, incluyendo la Aduana, que debe facilitar el comercio legal y ejercer un control eficiente, con procedimientos ágiles que desarrollen una mayor competitividad de nuestra producción; además, es necesaria una base legal estable, clara, segura y que conceda ventajas competitivas frente a otras opciones regionales.

Como cuarta conclusión se tiene que el sacrificio fiscal que un Estado realiza para atraer inversión, no es perjudicial si se aplica correctamente, pues como se demostró en el ejemplo de aplicación, dicho sacrificio se recupera en otro tipo de beneficios, tales como los causados por actividades portuarias, de transporte, bancarias, de seguros, mano de obra, servicios profesionales, comunicaciones, fabril por el suministro de insumos nacionales a las actividades industriales y de valor agregado, entre otros; todo esto genera un mayor poder adquisitivo en las familias, dinamizando la economía del país.

Por último, se resalta que el óptimo desempeño de las Zonas Francas y el aporte que éstas brinde al país, dependerá del soporte otorgado por el Gobierno al régimen, los controles adoptados por los organismos responsables de su funcionamiento y de las condiciones ofrecidas a los inversionistas, tanto nacionales como extranjeros, que deseen instalarse bajo esta modalidad. Se debe considerar, también, que si el Ecuador quiere obtener buenos resultados y aprovechar las ventajas de este régimen, debe ser reactivo y proactivo en el manejo de atracción de inversiones extranjeras y mostrar una agresividad en el manejo de los regímenes especiales, lo cual debe reflejarse en una política de Estado consistente con la búsqueda de oportunidades que la inversión extranjera se encuentre valorando.

Rivas, D. R. (2008) La importancia de la Zona Franca de Bogotá como herramienta gerencial de gestión logística para las empresas colombianas.

Rivas (2008) desarrollo un estudio con el objetivo de hacer un análisis de las ventajas logísticas, cuantitativas y cualitativas con las cuales cuentan los

gerentes o los “inversionistas” (las empresas colombianas productoras) al estar radicadas en las Zonas francas, es decir el costo logístico que estarían enfrentando al no establecerse dentro de las mismas. Esto con el fin de contribuir a cumplir sus objetivos como lo son sobrevivir en un entorno competitivo, y finalmente ser más rentables para poder favorecer de una manera óptima su crecimiento en particular con miras a la globalización ya sea importador o exportador. Asimismo la metodología que se desarrollo fue de tipo descriptiva, y se utilizó como principal técnica de recopilación de datos, el análisis documental, basad en fuentes secundarias.

Como primera conclusión se tiene que la Zona Franca de Bogotá no solamente trae beneficios en materia financiera, sino también en materia cambiaria, aduanera y de acuerdos internacionales, por lo cual resulta un elemento indispensable de la gestión logística.

Como segunda conclusión la ley orgánica tributaria de la Zona Franca de Bogotá tiene estrictos decretos reglamentarios, los cuales aseguran éxito para las empresas y transparencia en sus diversas operaciones que se lleven a cabo dentro de ella.

La tercera conclusión menciona que aunque la Zona Franca de Bogotá se encuentra ubicada en una posición relativamente buena debido a que tiene acceso a una vía importante hacia afuera del país, ésta no se encuentra cerca del aeropuerto y así mismo tampoco posee vías que la comuniquen rápidamente con éste, por lo tanto se encuentra en una posición no muy buena geográficamente.

Como cuarta conclusión se tiene que al permitir que la mercancía sea nacionalizada en el momento de la venta y no antes, resulta de gran ventaja para las empresas ya que de esta forma no se afecta tanto su flujo de caja, ya que pueden realizar el desembolso en el momento que les entra el dinero y no sacarlo de su disponible para trabajo.

Finalmente, las empresas que opten por la opción de establecerse dentro de la Zona Franca de Bogotá cuentan con una ventaja frente a las que no lo hagan, y esto es debido a que en vez de pagar un 35% de impuesto a la renta, solo están pagando un 15% lo que marca una diferencia porcentual de 20 puntos, y que



resulta muy elevada depende del nivel de utilidades que las empresas generen en el año contable.

## **B. NACIONAL**

Mayuri, J. (2009) Transformación de mercancías para consumo: estrategia para mejorar el nivel de competitividad de las empresas importadoras de materias primas y productos intermedios

Mayuri (2009) elaboró un estudio con el objetivo de identificar mecanismos viables que permitan generar competitividad al comercio exterior del Perú, en orden a reducir la brecha entre los volúmenes de exportaciones e importaciones. Los niveles de exportaciones han alcanzado volúmenes significativos para el desarrollo del país; no obstante, las importaciones, básicamente de materias primas y productos intermedios requieren también ser incentivadas a través de instrumentos normativos que permitan hacer frente a una serie de tratados de libre comercio que el Perú ha suscrito y firmado, así como de los que se encuentran en proceso de negociación y los que están por venir en un futuro próximo. Cabe mencionar que el tipo de investigación que se desarrolló en dicha tesis fue de tipo descriptiva, explicativa y aplicada. Asimismo se tuvo como técnicas de recopilación de datos a la entrevista y a la encuesta, así como también en análisis documental. La muestra que se escogió fue de un total de 54 empresas importadoras.

Como primera conclusión se tuvo que la implementación del régimen aduanero de perfeccionamiento “Transformación de mercancías para consumo” es factible como estrategia competitiva con lo cual permitirá mitigar el impacto negativo que pudieran sufrir las empresas importadoras de materias primas y productos intermedios, debido a una agresiva política comercial de promoción de exportaciones a través de la suscripción de tratados de libre comercio con distintos países y bloques comerciales, pues dicho régimen generaría un incentivo para las empresas importadoras de materia primas y productos intermedios, debido a que sería una herramienta por la cual ayudaría al sector productor y manufacturero del país a competir en mejores condiciones, generando básicamente mayor grado de liquidez en las empresas y que tendría su principal incidencia en los precios finales de venta de los productos producidos, generando mayor grado de competencia perfecta siendo el beneficiario directo los usuarios y consumidores finales.

Como segunda conclusión se tiene que el nivel de aceptación de las empresas importadoras de materias primas y productos intermedios que tendría la implementación del régimen aduanero de “Transformación de mercancías para consumo” es alto por los beneficios que generaría la aplicación del régimen. El estudio indica que los sectores empresariales estudiados tienen una actitud positiva frente a la intención de acogerse al Régimen Transformación de Mercancías para el consumo, ya que estarían dispuestos a acogerse a dicho régimen el 83.4% de las empresas consultadas, dicho dato nos indica que la intencionalidad de acogerse al régimen propuesto por el Convenio de Kyoto es bastante alto, por otro lado el 16.7% de las empresas consultadas denotan desconfianza por el régimen propuesto y se percibe que esperarían para destinar mercancías bajo esta nueva alternativa, cabe indicar que ninguna empresa consultada descarto de plano la opción a destinar mercancías bajo el régimen de Transformación de Mercancías para el consumo.

Como tercera conclusión dentro de las características más resaltantes que se resaltan sobre el régimen son la suspensión en el pago de derechos de aduana, la inclusión a otros regímenes aduaneros como la importación definitiva y admisión temporal, la transformación no solo del propietario sino que la mercancía se pueda endosar a un tercero, además que los que se acojan al régimen tengan la opción de pagar impuestos menores y que se pueda adecuar a sus procesos de ensamblaje, la única característica calificada como regular es frecuencia de operaciones, las características que no tienen buena aceptación y que son calificadas negativas son la presentación de garantía, el control que ejercería Sunat, en las instalaciones de la empresa y que los desechos y desperdicios paguen impuestos, en cuanto a la decisión de solicitar licencia ante SUNAT/ADUANAS como zona primaria aduanera, en términos genéricos las empresas tenderían a solicitar dicha licencia en su mayoría.

Como conclusión final se tuvo que la implementación del régimen aduanero de perfeccionamiento “Transformación de mercancías para consumo”, en relación a las materias primas y productos intermedios, según la clasificación por uso o destino económico, se incrementaría pero no de manera significativa debido a que el uso del régimen está en función de la optimización de los recursos de la empresa, siendo estos más eficientes, con lo cual conllevaría a la reducción de costos básicamente financieros, es por ello que se deduce que la optimización

radicaría en el mejor desempeño en el manejo de los recursos, humanos, financieros y materiales y no en incrementar significativamente los ingresos por ventas ya que ello estaría relacionado estrechamente al mercado el cual atiende cada empresa en particular.

## **2.2. BASES TEÓRICAS.**

### **2.2.1. IMPORTANCIA DE LAS IMPORTACIONES DE BIENES Y SERVICIOS**

#### **Definición de los negocios internacionales**

Según Grosse (1992) los negocios internacionales son vistos por mucha gente como grandes negocios, esta gente ve a los negocios internacionales como algo concerniente a las grandes empresas o corporaciones, las cuales tienen tanto poder económico que muchas veces influyen en la política y autonomía de los países. Otras personas, sin embargo, relacionan los negocios internacionales con el comercio exterior, pensando solo en importaciones y exportaciones. Algunas trabajan en dichas corporaciones que venden productos en todo el mundo y algunas de ellas fabrican los productos en sus países. Pero para muchos, los negocios internacionales son sinónimo de grandes oportunidades de negocios.

Según Álvarez (2004) el comercio internacional puede definirse como aquellas actividades de negocios que comprenden el cruce de fronteras nacionales, las cuales incluyen las siguientes actividades:

- Importación y exportación de mercancías y bienes manufacturados.
- Inversión de capital en bienes de manufactura, extractivos, agrícolas, de transportación y de comunicación.
- Supervisión de empleados en diferentes países.
- Inversión en servicios internacionales como banca, publicidad, turismo, venta al menudeo y construcción.
- Transacciones que comprenden derechos de autor, patentes, marcas registradas y tecnología del proceso.

Todas estas actividades pueden tener lugar entre individuos, empresas y otros cuerpos públicos y privados. Los niveles de riesgo que intervienen

en el comercio internacional son, por lo tanto, claramente más altos que aquellos en transacciones locales.

Según Daniels et al (2013) el comercio internacional en la forma de exportaciones e importaciones siempre ha sido importante para la economía mundial. A medida que la globalización, los tratados de libre comercio y el desarrollo institucional abrieron las economías de cada vez más países, la importancia del comercio aumentó. Además, la composición y dirección de los flujos comerciales han cambiado significativamente, dada la transformación en curso de las economías en desarrollo hacia versiones de industrialización, con los mercados emergentes sacando jugo de las herramientas de los países desarrollados para seguir haciéndolo, y buscando en sus contrapartes en desarrollo productos y servicios a precios competitivos.

Las empresas de todo el mundo responden en consecuencia, viendo a las exportaciones e importaciones como medios poderosos para participar en los negocios internacionales. Claro que las empresas participan en los negocios internacionales en una variedad de formas. Sin embargo las operaciones más importantes consisten en las exportaciones e importaciones, las cuales se detallan en la tabla N° 11.

**Tabla N°11: Diferencia entre exportación e importación**

<b>Exportación</b>	La exportación es la venta de bienes o servicios producidos por una empresa con sede en un país a clientes que residen en otro país. La idea de exportar bienes manufacturados presenta una situación clara, como en el caso del envío de automóviles del fabricante japonés Toyota a clientes radicados en Rusia. En este caso, Toyota es el exportador, mientras que los compradores de Rusia son los importadores. Las exportaciones incluyen cualquier bien o servicio comercializado entre vendedores localizados en un país y compradores ubicados en otro país. Las exportaciones incluyen bienes, servicios o propiedad intelectual.
<b>Importación</b>	La importación es la compra de un bien o servicio realizada por un comprador ubicado en un país a un vendedor ubicado en otro país. Al comprador extranjero se le conoce como importador mientras que el vendedor, con sede en otro país, es conocido como exportador. La importación de bienes es sencilla: el envío que hace Toyota desde Japón de un automóvil para un comprador localizado en Bangkok se registra como una importación de Tailandia.

**Fuente:** Daniels et al (2013)

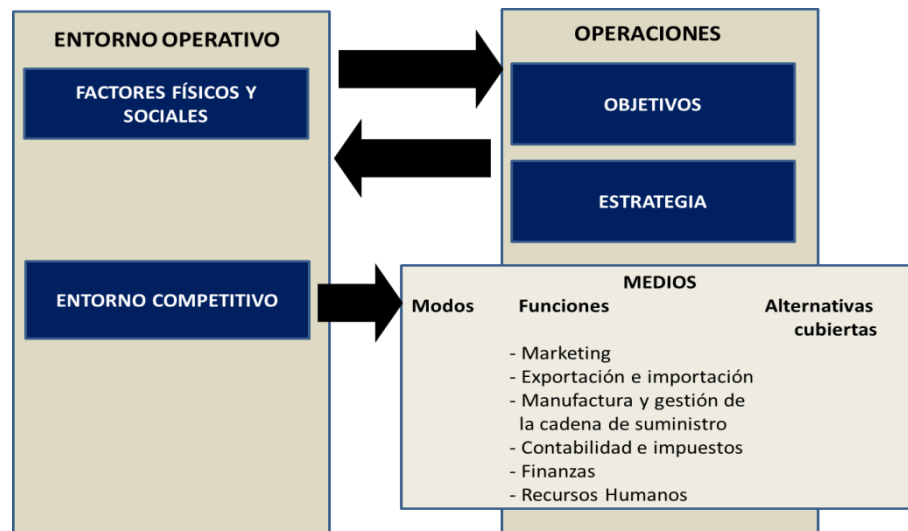
### **El ambiente de los negocios internacionales**

Según Taggart (1996) el ambiente de los negocios internacionales se ve como la suma total de todas las fuerzas que trabajan para una empresa mientras esta lleva a cabo sus negocios en los mercados externos e internos. El ambiente a menudo se subdivide en dos partes subsecuentes, el ambiente de operaciones y el ambiente remoto.

El ambiente de operaciones de la empresa es en efecto, la industria dentro de la cual opera e incluye factores como el mercado de trabajo, las instituciones crediticias, los clientes y los competidores. De la misma manera como estos factores ejercen una influencia sobre la empresa, el ambiente de operaciones, en su momento, en ocasiones se ve afectado por las decisiones estratégicas de las empresas individuales.

Asimismo la elección que hace una empresa en términos de comercio internacional, como por ejemplo, exportación contra licencias contra empresas conjuntas contra inversión extranjeras directa, sigue su interpretación de los factores externos tanto como de las habilidades internas, como se observa en la figura N°5.

**Figura N°5: Factores ambientales que influyen en las operaciones de importación y exportación**



**Fuente:** Daniels et al (2013)

### Definición de la importación

Según Daniels et al (2013) se puede definir a la importación como la compra de un bien o servicio realizada por un comprador ubicado en un país a un vendedor ubicado en otro país. Al comprador extranjero se le conoce como importador mientras que el vendedor, con residencia en otro país, es conocido como exportador. Las importaciones de servicios, dada su intangibilidad, asumen varias formas. Los bancos extranjeros, como el Royal Bank of Canada, que proveen servicios financieros a clientes de otros países califican como importadores de servicios. De igual modo, cuando Lloyd's of London expide una póliza de seguro para un cliente en Brasil, las autoridades comerciales de Brasil registran una importación.

## **Tipos de importadores**

Según Daniels et al (2013) los importadores se pueden clasificar en tres tipos: optimizadores de insumos, oportunistas y arbitrajistas, los cuales se detallan continuación:

### ➤ **Optimizadores de insumos**

Este tipo de importador utiliza aprovisionamiento extranjero para optimizar, en términos de precio o calidad, los insumos que alimentan una cadena de suministro. Esencialmente, una empresa recorre el mundo para encontrar insumos óptimos. Una vez localizados, los dirige hacia varios puntos de producción distribuidores entre diversos países. Estas fábricas los ensamblan para elaborar productos terminados que luego son importados por los mercados de todo el mundo. Lógicamente, los flujos de insumos y productos terminados de país a país, además de representar importaciones, también califican como exportaciones.

### ➤ **Oportunistas**

Este tipo de importador busca alrededor del mundo productos que puede importar y vender rentablemente a ciudadanos locales. Estos comerciantes ven un hueco en el mercado local, ya sea real (los clientes no pueden encontrar lo que quieren) o percibido (la presunción de que productos de algunos países son intrínsecamente superiores a los sustitutos locales). Explotan esta oportunidad mediante la importación de productos disponibles solo a partir de proveedores extranjeros.

Para el importador oportunista, el producto es poco importante. Por el contrario, el juego está en utilizar las importaciones para tapar, ganando a la vez utilidades, los huecos en el mercado local. Por ejemplo, la liberación del iPad2 fue testigo de compras frenéticas por parte de una variedad de consumidores, incluyendo a revendedores que tenían la intención de explotar un hueco temporal en el mercado. Específicamente, el iPad2, cuando fue su introducción, solo estaba disponible en Estados Unidos durante las primeras semanas. La inmensa demanda en otros países creó oportunidades atractivas. Por ejemplo, compradores ubicados en

China contrataron a compradores de Nueva York para adquirir cualquier cantidad que pudieran y la enviaran por paquetería durante la noche a Shanghai. Un iPad2 se vendió allá entre el doble y el triple de su precio en Estados Unidos. Finalmente a medida que las tiendas de Apple comenzaron a venderlo en China, el hueco se cerró.

### **Factores que estimulan las importaciones**

De acuerdo a Daniels et al (2013) diversos factores estimulan a una empresa para comenzar a importar así como para motivar la actividad continua. La investigación subraya la alta calidad del producto, el procesamiento satisfactorio de los pedidos, la confiabilidad de entrega, precios más bajos y escasez doméstica. Estos factores, individual y colectivamente, empujan a los importadores a buscar en los mercados mundiales productos de menor precio, mejor calidad, o no disponibles localmente. Los principales factores que han motivado las importaciones en los últimos años se describen en la tabla N° 12.



**Tabla Nº12: Factores que estimulan las importaciones**

<b>Especialización del trabajo</b>	Los gerentes dividen un proceso de producción en una secuencia de etapas. Asignan a los trabajadores a etapas específicas de modo que un trabajador ejecute una tarea, otro otra tarea, y así sucesivamente. Esta especialización del trabajo permite organizar la producción para aprovechar las economías de ubicación, en especial las diferentes tasas salariales, que hay entre los países. Las eficiencias mejoradas reducen los costos que animan a las empresas a importar productos más baratos.
<b>Rivalidad global</b>	Industrias con un alto grado de rivalidad competitiva global, tales como las de telecomunicaciones, automóviles, y servicios de negocios, imponen implacables presiones de costos. Muchos productos, como las aeronaves o las automóviles, dependen de miles de piezas producidas en fábricas de todo el mundo. Las empresas utilizan proveedores extranjeros con el fin de disminuir los costos de los insumos o de mejorar la calidad de sus productos finales.
<b>Falta de disponibilidad local</b>	Las empresas importan productos que no pueden conseguir localmente por razones geográficas, reglamentarias o de desarrollo. Por ejemplo, Canadá importa plátanos de climas tropicales debido a su propio clima inadecuado. Sin las importaciones, los canadienses no disfrutarían de plátanos frescos.
<b>Diversificación</b>	Los importadores, igual que los exportadores, diversifican los riesgos operativos al aprovechar los mercados internacionales. El desarrollo de proveedores alternativos hace que una empresa sea menos vulnerable a los dictados o fortunas de un proveedor local. Por ejemplo, los clientes de empresas siderúrgicas de Estados Unidos, tales como las compañías de la industria del automóvil, han diversificado sus compras para incluir proveedores europeos, de India y de Corea del Sur.

**Fuente:** Daniels et al (2013)

### **Formas de importación**

Según Daniel et al (2004) existen dos principales formas de importación, las cuales se pueden apreciar en la tabla Nº 13.

**Tabla N°13: Formas de exportación**

<b>Importación directa</b>	Es la labor que realizan las empresas dedicadas a la importación de diferentes tipos de productos (bienes de capital, intermedios y directos) para su distribución en el mercado local. La empresa importadora es la responsable de todas las obligaciones, así como del pago de los impuestos correspondientes.
<b>Importación indirecta</b>	Se da cuando una empresa utiliza los servicios de otra empresa para llevar a cabo la importación de productos. En este caso, la empresa intermediaria es la que se responsabiliza por liquidar los gastos aduaneros y efectuar el pago de impuestos.

**Fuente:** Daniels et al (2013)

## **2.2.2. LOS PRECIOS DE IMPORTACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS**

### **Los precios internacionales y el comercio internacional**

En la segunda mitad del siglo veinte se dio un incremento notorio de los lazos económicos internacionales, es decir, de las transacciones económicas en las que participan agentes económicos que residen en distintos países. Se habla de la globalización creciente de la economía mundial, refiriéndose tanto al aumento del comercio internacional como de las inversiones extranjeras directas, de las transacciones financieras internacionales o la internacionalización de las empresas, que cada vez más tienden a operar en varios países.

### **Los precios internacionales de los alimentos y bebidas**

De acuerdo a Paz y Benavides (2008) la transmisión de los precios internacionales de productos transables al mercado interno depende de la política comercial (medidas como la protección arancelaria, las cuotas de importación y los subsidios a las exportaciones restringen el comercio internacional); de la estructura del mercado interno (presencia de monopolios y oligopolios); del tipo de cambio (la apreciación de las monedas locales suavizan la transmisión del aumento de los precios internacionales); y de los costos de transacción o de internalización de los

productos, que al mismo tiempo se ven afectados por el aumento en los precios del petróleo.

Dicha transmisión de los precios al interior de las cadenas agro-productivas va a depender de la estructura de la cadena (concentración de industrias, empresas, comerciantes, etc.), la transparencia en el manejo de la información (sobre todo de precios y mercados), el grado de organización y coordinación entre los actores y de los costos de transacción.

### **Obstáculos en los precios internacionales**

Según Daniels et al (2014) el precio es más complejo internacionalmente que en el país de origen debido a varios factores que se detalla a continuación:

#### ➤ **Intervención del gobierno**

Cada país tiene leyes que afectan los precios de los bienes, como los controles de precios. Generalmente se establecen precios mínimos para impedir que las empresas eliminen a sus competidores y obtengan posiciones de monopolio. Los precios máximos generalmente se establecen para que los consumidores pobres puedan comprar productos y servicios.

La OMC, bajo sus normas antidumping, permite a los países establecer restricciones contra cualquier importación que entre a un precio inferior al costo. Una empresa que vende por debajo de su costos, puede desear inducir a los clientes aprobar un producto, ofreciéndolo a un precio bajo o incluso mediante muestras gratuitas. En segundo lugar, puede estar probando el mercado. Nestlé hizo esto cuando exporto sus productos de Lean Cuisine de Canadá a Reino Unido a un precio por debajo del costo, y luego los vendió temporalmente al precio de consumo que cobraría si los produjera en Reino Unido. La pérdida fue pequeña en comparación el valor de la información obtenida y la cantidad del eventual compromiso de Nestlé. Sin embargo, las normas antidumping pueden impedir a las empresa utilizar al máximo a las ventajas de tales ventas temporales por debajo del costo.

➤ **Diversidad de mercado**

Aunque una compañía puede segmentar el mercado interno y cobrar precios diferentes en cada segmento, las variaciones de país a país crean aún más segmentos naturales. Una compañía de mariscos vendería pocos erizos de mar o globos oculares de atún en Estados Unidos a cualquier precio, pero puede exportarlos a Japón, donde son manjares.

Los estereotipos de país de origen también limitan las posibilidades de fijación de precios. Por ejemplo, los exportadores de los países debido a la percepción negativa sobre la calidad de sus productos. El peligro es que un precio más bajo puede reducir aún más la imagen del producto.

La diversidad en la compra a crédito afecta a las ventas. La compra a crédito eleva los costos, y en algunos países los consumidores están menos dispuestos a pagarlos que en otros lugares. Por ejemplo, en Japón es más difícil usar los pagos a crédito como medio para inducir la venta de bienes que en Estados Unidos.

**Las fluctuaciones en el valor de la moneda**

Según Rosenwald (2001) para las empresas acostumbradas a operar con una moneda (relativamente) estable, los precios en monedas altamente volátiles pueden ser extremadamente perturbadores. Los gerentes deben fijar el precio que asegure a la empresa los suficientes fondos con los cuales reponer su inventario y todavía obtener una ganancia. De lo contrario, pueden estar obteniendo “ganancias de papel” mientras se liquidan a sí mismos – es decir, lo que muestran los libros contables como ganancia puede ser resultado de no hacer ajustes por la inflación mientras la mercancía está en inventario.

De acuerdo a Wiggins y Flood (2008) en el segundo caso, los frecuentes aumentos de precio pueden dificultar la capacidad de cotizar los precios en cartas o catálogos, o en lo que la empresa

prefiera para su distribución en otra circunstancia. Por ejemplo, los aumentos de precio en las ventas de máquinas y tener que poseer monedas o fichas que correspondan a los nuevos precios. Otra alternativa es cambiar el tamaño del producto, lo cual hizo Coca-Cola en sus latas de refresco en Hong Kong cuando aumentaron los precios del aluminio.

Los cambios en el valor de una moneda también afectan las decisiones de precio para cualquier producto que tenga competencia extranjera potencial. Por ejemplo, cuando el dólar estadounidense es fuerte, las empresas pueden vender mercancías fabricadas fuera de Estados Unidos más baratas en el mercado estadounidense porque disminuye su precio en dólares. En tal situación, los productores de Estados Unidos deberían aceptar un menor margen de utilidad para ser competitivos. Cuando el dólar está débil, sin embargo, los productores extranjeros tendrán que ajustar sus márgenes hacia abajo.

### **Negociación de precios de importación - exportación**

Según Daniels et al (2014) a menudo, las empresas internacionales negocian sus precios de exportación con los importadores. Las pequeñas empresas, especialmente las de los países en desarrollo, con frecuencia dan concesiones de precio demasiado rápido, limitando su capacidad para negociar en una gama de factores de marketing que afectan sus costos:

- Descuentos por cantidad o pedidos de repetición.
- Plazos que incrementan los costos de producción o de transporte.
- Condiciones de crédito y pago.
- Servicio.
- Suministro de material promocional.
- Capacitación de personal de ventas o de clientes.

De acuerdo a Campoy (2004) las costumbres también influyen en las negociaciones de precio, como la renuncia de la mayoría de los

directos alemanes a tomarse necesario para negociar. En vez de eso, simplemente tienden a decir gracias y a buscar otro proveedor.

Según Gopinath (2002) las costumbres también provocan una variación sustancial en cuanto a que si regate, donde y en que productos consumidores lo harán con el finde acordar un precio. En Estados Unidos, los consumidores comúnmente regatean en el precio de los automóviles, bienes raíces y grandes pedidos de suministros industriales, pero no en comestibles. Sin embargo, algunos concesionarios de automóviles venden solo sobre una base de precio fijo, mientras negocian por artículos más pequeños, a medida que internet permite a los consumidores hacer frente a los distribuidores con precios alternativos que han obtenido fácilmente. En contraste, en la mayoría de los países en desarrollo los consumidores negocian comúnmente por artículos tanto grandes como pequeños, pero más habitualmente en los mercados tradicionales que en las tiendas minoristas.

### **2.2.3. IMPORTANCIA DEL TRANSPORTE**

#### **El transporte en los negocios internacionales**

Según Molins (2011) la etimología de la palabra transporte implica un concepto de “traslado”, bien sea de personas o de cosas. Si el transporte se realiza sin cruce de fronteras, se tiene el transporte interior o nacional, en caso contrario el internacional.

El transporte internacional de mercancías es el traslado de las mismas desde un punto A, situado en un cierto país, hasta otro punto B, situado en un país de distinto, efectuado en tal forma que la mercancía llegue a su destino en las condiciones de contrato.

De acuerdo Soret (2010) el transporte de mercancías cuenta con varios componentes esenciales para lograr un mejor desempeño, entre ellos podemos citar:

- La infraestructura, en la cual se incluyen las vías naturales o artificiales (ríos, lagos, océanos, espacio aéreo, rieles, carreteras) y las terminales.

- Las operaciones, compuestas por los modos de movilización que pueden ser unimodal o multimodal, es decir que involucra más de un medio de transporte, las unidades de operación (vagones, camiones, barco, aviones) y operadores de unidades.
- Los servicios que incluyen tanto a los proveedores individuales como corporativos (transportistas, conferencias navieras o aéreas) y los usuarios individuales o corporativos (importadores, exportadores, comercializadores o consejos de usuarios).

Según Daniels et al (2013) para una empresa, el transporte de mercancías en un contexto internacional es extremadamente complicado en cuanto a documentación, elección del transportista (aéreo o marítimo) y la decisión de si establecer o no su propio departamento de transporte o subcontratar a un tercero intermediario. El transporte es un elemento fundamental de un sistema de logística. La clave es vincular a los proveedores y fabricantes en un lado y a los fabricantes y consumidores finales en el otro. En el camino, la empresa tiene que determinar la configuración de su almacén. Por ejemplo para el suministro de alimentos a sus franquicias el mundo,

### **El flete y el transporte internacional**

Asimismo según Molins (2011) se denomina al flete al traslado o transporte de bienes desde el puerto de origen hasta el puerto de destino, o desde una bodega localizada en un país determinado hasta otra situada en un país distinto, cruzando las fronteras de dos o más países, por cualquier medio de transporte, por cuyo servicio se cobra un valor (llamado "flete"), que se expresa en el conocimiento de embarque, guía aérea o terrestre o carta de porte.

La tarifa del flete se basa en el peso (tonelada) o en el volumen (cúbico). El armador cobra lo que sea más conveniente para obtener ingresos. Es determinada para cobrar fletes por mercadería.

En cuanto a los costos portuarios, los países siguen modelos tarifarios propios, algunos agregando tasas no correspondientes a la prestación de servicio como, por ejemplo, concernientes a la utilización de faroles en los

buques, otros valiéndose del cobro por la utilización de los puertos calculando la tonelada bruta o el porte del buque.

Entre los gastos incidentes en el movimiento de las cargas en los puertos, las exportaciones deben pagar una tasa aduanera, cobrada por la utilización de las instalaciones portuarias y la estiba, tasa debida a la organización de las cargas en el buque con la utilización del equipamiento a bordo.

Cabe mencionar que respecto a los fletes se considera los tipos de traslados:

- **House to house:** Mercadería colocada en un contenedor en la fábrica del exportador y entregada en la del consignatario.
- **Pier to pier:** Traslado entre dos terminales marítimas.
- **Pier to house y/o House to pier:** Mercadería almacenada en la terminal marítima que, al ser embarcada, es colocada en el contenedor por exigencia del exportador o por conveniencia del buque; mercadería retirada de las instalaciones del exportador en un contenedor, para ser desembarcada en la terminal marítima, y no en la dirección del consignatario.

Asimismo se debe considerar las responsabilidades de la compañía transportadora (condiciones de carga)

- **Liner Terms o Berth Terms:** las operaciones de carga, estiba, desestiba y descarga se cotiza dentro del flete. Se excluyen, en función de los usos y costumbres de los puertos, el costo de las operaciones previas al gancho en la carga o posteriores a este en la descarga. Esta forma de cotizar se utiliza en buques de línea o conferenciados, para la carga general.
- **Free In /F I (Libre dentro...o Franco dentro...):** Los gastos de la operación de carga no están incluidos en el flete y debe abonarlo la mercadería. Se incluyen los gastos de estiba y descarga.
- **Free In ad Out /FIO (Libre dentro y fuera...):** Significa que el flete cotizado no incluye los gastos de las operaciones de carga y descarga, sí los de estiba.



- **Free In and Out and Stowed /FIOS (Libre dentro y fuera, libre de estiba):** El flete no incluye los gastos de las operaciones de carga, descarga y estiba
- **Free In and Out and Stowed and Trimmed / FIOST (Libre dentro, libre de estiba, trimado y puesto fuera del buque):** Se diferencia de la cláusula anterior en la exclusión del gasto del paleo del grano por cuenta del transportista, quedando a cargo de la mercadería.
- **Free in Liner Out / FILO (Gastos de carga por cuenta de la mercadería):** Gastos de descarga por cuenta del armador o transportista.
- **Liner in Free Out / LIFO (Gastos de carga por cuenta del armador o transportista).** Es la inversa de FILO.

Además de los fletes marítimos también se tiene los fletes aéreos y terrestres. Los fletes aéreos son muy costosos, solo se recomiendan cuando se tiene verdadera prisa por recibir en el lugar de destino la mercancía. Y en segundo lugar los fletes terrestres son más caros que los fletes marítimos sin embargo más baratos que el aéreo.

### **Los seguros y el transporte internacional**

Según Mercado (2000) el seguro de transporte tiene por objeto indemnizar al asegurado de las pérdidas y/o daños que pudieran sufrir las mercancías transportadas por los medios propios de locomoción: terrestre, marítima y aere.

En cualquier movimiento de bienes de un punto a otro, estos se encuentran sujetos a la ocurrencia de daños o perdidas en mayor o menor escala; pero no terminan hasta su llegada al punto de su destino final. Estos riesgos están en relación íntima con la naturaleza propia del objeto transportado, medio de transporte empleados, forma de embalaje o empaque, distancia del recorrido de acuerdo con los puntos de origen, destino y circunstancias varias prevaecientes durante su tránsito, tanto climatológicas como físicas.

Asimismo dentro de los seguros de transporte es necesario establecer y determinar con absoluta claridad y precisión que riesgos se cubren y

cuáles no, y los que pueden cubrirse mediante convenio expreso en cada ocasión, para ellos se tiene la siguiente clasificación de coberturas del seguro de transporte:

➤ **Cobertura de riesgos ordinarios**

Son aquellos que constituyen la esencia d la póliza o contrato de seguro que comprueba la existencia real de la protección otorgada a los bienes. Se tienen dos clases:

- Riesgos ordinarios de tránsito marítimo: Daños materiales que pudieran sufrir los bienes asegurados como: incendio, rayo y explosión, hundimiento o colisión del buque, pérdida total de bultos enteros al mar durante maniobras de carga, transbordo o descarga, avería gruesa o general y cargos de salvamento.
- Riesgos ordinarios de tránsito terrestre, aéreo o combinado: Se refiere a los daños materiales causados a los bienes directamente por incendio, rayo, explosión, caída de aviones, colisión, volcaduras o descarrilamiento del vehículo u otro medio de transporte empleado, hundimientos o roturas de puente.

➤ **Cobertura de todo riesgo**

Cobertura de todas las eventualidades a que se encuentran expuestos los bienes durante su transporte. Se excluyen:

- Los riesgos de infracción a cualquier ley
- La naturaleza perecedera
- La demora o pérdida del mercado

➤ **Cobertura de riesgos especiales**

Son aquellos que mediante convenio expreso pueden cubrirse:

- Guerra a flote
- Huelgas
- Alborotos populares
- Conmoción civil

- Piratería del capital del buque o de su tripulación

Asimismo dentro de lo que respecta al seguro en el transporte terrestre y/o aéreo, es importante considerar la vigencia del seguro y los riesgos cubiertos al igual que en el transporte marítimo:

➤ **Vigencia del seguro:**

Este seguro comienza a surtir sus efectos desde el momento en que los bienes asegurados quedan a cargo de los porteadores para su transporte y termina cuatero y ocho (48) horas hábiles después de la llegada de los bienes al punto de destino estipulado, o con su entrega al consignatario si esto ocurriera primero.

Riesgos cubiertos:

➤ **Riesgos cubiertos:**

Este seguro solo cubre pérdidas o daños causados directamente por incendio, rayo, explosión, auto ignición, desplome, colisión, volcadura o descarrilamiento del vehículo u otro medio de transporte empleados, incluyendo hundimiento o rotura de puentes.

### **Los incoterms y el transporte internacional**

Para efectos de analizar el transporte internacional es importante también considerar a los Incoterms, los cuales permiten definir con claridad las obligaciones de los principales agentes del comercio internacional el importador y el exportador. Según Llamazares (2011) las operaciones de compraventa internacionales están sujetas a mayores riesgos e incertidumbres por muy diversos motivos, entre los que cabe destacar las diferencias de idioma entre las partes, en las normativas reguladoras de los contratos, en los usos y costumbres, además de la inseguridad en torno al cobro de la operación y, por supuesto, la mayor complejidad de la cadena logística (gestión y documentación aduanera, transporte, etc.) que requiere su desarrollo. Para resolver el problema de la carencia de uniformidad jurídica de los contratos, y con el afán de acometer una normalización en los diferentes ámbitos de la compraventa, la Cámara de Comercio Internacional (CCI) elaboró los llamados Incoterms, de International Chamber of Commerce TradeTerms.

Asimismo Llamazares (2011) los Incoterms conforman un conjunto normalizado de reglas que fijan los términos comerciales en la compraventa de mercancías, estableciendo las principales obligaciones de las partes –empresas vendedora (exportador) y compradora (importador)– en el marco del contrato de compraventa, con el fin de reforzar la seguridad jurídica, unificar las prácticas comerciales y evitar malentendidos y litigios entre las partes. Existe una estrecha relación entre estas reglas, el contrato de compraventa y la gestión de la cadena logística internacional, ya que mediante la aplicación de un Incoterm dado a una operación de compraventa, las partes determinan y se reparten sus obligaciones respecto a:

- La contratación del transporte internacional (qué parte le corresponde a cada una, y hasta qué punto);
- La entrega de la mercancía y la transmisión del riesgo del vendedor al comprador;
- Los trámites aduaneros y su documentación y costes asociados.

Aunque los Incoterms se aplican en el contrato de compraventa, influyen decisivamente en las obligaciones de las partes en la gestión logística internacional de las operaciones, por lo que resulta imprescindible conocerlos para, en función de los costes a asumir, poder ofrecer precios basados en distintos Incoterms, interpretar las cotizaciones de los proveedores, cumplir con las obligaciones que cada término asigna a la empresa exportadora y exigir que el importador cumpla a su vez las suyas. Los diferentes Incoterms que se utilizan en el comercio internacional se encuentran descritos en la tabla N°14.

**Tabla N°14: Incoterms 2014**

<b>INCOTERMS 2010</b>		
<b>Termino que no exige mayores obligaciones al exportador</b>		
<b>Grupo E</b>	<b>EXW</b>	En fabrica (...lugar designado)
<b>Términos de salida y/o de entrega de la mercancía en origen</b>		
<b>Grupo F</b> Términos que no implican el pago del transporte principal por parte del vendedor o exportador.	<b>FCA</b>	Franco transportista (...lugar designado)
	<b>FAS</b>	Franco al costado del buque (...puerto de carga convenido)
	<b>FOB</b>	Franco a bordo (...puerto de carga convenido)
<b>Grupo C</b> Términos que implican el pago del transporte principal por el vendedor, pero cuyas entregas son en el país de origen.	<b>CFR</b>	Costo y flete (...puerto de destino convenido)
	<b>CIF</b>	Costo, seguro y flete (...puerto de destino convenido)
	<b>CPT</b>	Transporte pagado hasta (...lugar de destino convenido)
	<b>CIP</b>	Transporte y seguro pagado hasta (...lugar de destino convenido)
<b>Términos que implican la entrega de la mercancía en destino</b>		
<b>Grupo D</b> Términos que responsabilizan al vendedor de entregar la mercancía en el país del comprador. Estos términos se conocen como ventas en destino o términos de llegada o entrega en destino.	<b>DAT</b>	Puesto a disposición del comprador en terminal, descargada del medio de transporte de llegada
	<b>DAP</b>	Puesto a disposición del comprador en lugar designado, y cargada sobre medio de transporte
	<b>DDP</b>	Puesto a disposición del comprador en lugar designado, cagada sobre medio de transporte y despachada de importación.

**Fuente:** Cabrera (2014)

### **Modalidades de transporte internacional**

Según Soret (2010) las necesidades y los requerimientos de los sistemas de transporte pueden variar enormemente en función del tipo de industria. Aparecen, así, factores como la relación existente entre el valor del producto y el coste del transporte, la localización geográfica, la obsolescencia del producto, etc., que hacen inevitable una cuidadosa selección del sistema de transporte idóneo. Es por ello que existen diferentes modalidades de transportes adecuados para cada necesidad, estos se encuentran descritos en la tabla N°15.

**Tabla N°15: Modalidades de transporte internacional**

<b>Transporte Ferroviario</b>	Es el sistema de transporte terrestre guiado sobre carriles o rieles de cualquier tipo, que hacen el camino o vía férrea sobre el cual circulan los trenes. La elevada inversión inicial, el alto costo de la operación y mantenimiento encarecen el servicio, sin embargo, por el fuerte volumen de carga que puede desplazar, se convierte en un medio económico y rentable para el transporte de carga. Su utilización es conveniente cuando se requiere mover altos pesos o volúmenes a distancias largas. Para distancias menores se estima que el auto transporte es más adecuado.
<b>Transporte por carreteras</b>	Es uno de los sistemas más importantes en el desarrollo económico, ya que atiende un porcentaje alto del movimiento terrestre de carga en las naciones, su importancia radica en las facilidades de acceso a diferentes puntos geográficos, su flexibilidad operativa y los requerimientos menores de inversión en relación con otros medios de transporte. Por su facilidad de acceso a los diferentes rincones de nuestro territorio resulta insustituible como instrumento para una eficiente articulación en los procesos de producción, distribución y consumo.
<b>Transporte Marítimo</b>	Es la acción de llevar cargas solidas o liquidas por el mar, de un punto geográfico a otro a bordo de un barco u otra clase de embarcaciones con un fin lucrativo. Aproximadamente el 80% de la superficie de la tierra está cubierta por agua, por lo que es natural que el transporte marítimo sea un factor fundamental para el intercambio de los productos que demandan las diferentes regiones, además de que constituye una vía de comunicación natural. Las características que este medio de transporte tiene son su gran capacidad de carga y su adaptabilidad para transportar toda clase de productos, de volúmenes y de valores.
<b>Transporte Aéreo</b>	El transporte aéreo internacional de carga es el transporte de aquella actividad que permite el traslado de mercancías de un país a otro, utilizando un medio de transporte denominado aeronave, ya sea para recorrer largas distancias o para efectuar vuelos en el menor tiempo posible; manteniendo las correspondientes condiciones de seguridad.

**Fuente:** Soret (2010)

## **2.2.4. LOS VOLÚMENES DE IMPORTACIÓN EN RELACIÓN A LOS PRECIOS**

### **Los costos de importación**

De acuerdo a Alfaro (2010) se llama así al costo resultante de las adquisiciones hechas en el exterior del país donde es importante establecer el costo de moneda extranjera original más los gastos que demanda la compra, los derechos o impuestos a la importación y los gastos propios ocurridos en el país hasta que llega la mercadería al almacén.

El costo de importación está constituido por el precio original de compra, más todos los gastos incurridos para poner el producto importado en el almacén de la empresa. Estos gastos adicionales están constituidos por: flete, seguro, derechos e impuestos que gravan la importación, transporte, acarreo y gastos de aduana en general, por consiguiente atribuye todos los gastos atribuibles directamente al producto, así como también los indirectos, como son los gastos administrativos generados por los entes que apoyan a la operación de compra venta del exterior. No se incluyen en el costo de importación a los gastos financieros, por ser ajenos al valor real de la mercancía importada.

### **Ventajas y desventajas de la importación en volúmenes y precios**

Actualmente se piensa que las importaciones solo traen ventajas, pues se cree erróneamente que por este simple hecho se tendrán mejores productos a mejor precio. No se considera que importar, como todas las actividades existentes, también presenta desventajas que si no son analizadas y valoradas de manera adecuada pueden ocasionar grandes dolores de cabeza.

De acuerdo a Sotomayor (2011) existen ventajas y desventajas de las importaciones a nivel macro, es decir, a nivel territorio o país, y a nivel micro, con relación a los efectos que traen a los importadores particulares.

Entre las principales ventajas de la importación a nivel macro se tienen las siguientes:

- En los países en vías de desarrollo es necesario alcanzar un nivel internacional de calidad, lo que los obliga a mejorar la maquinaria, las materias primas y los procesos a base de importaciones, porque son necesarios para producir artículos competitivos para exportar.
- En los países con costos altos de fabricación, probablemente sea más barato importar que fabricar, lo que los convierte en revendedores, y así pasan de ser fabricantes a comerciantes (comercializadores).
- En países que han firmado tratados internacionales de libre comercio, la reducción paulatina de impuestos de importación hasta llegar a cero bajará el costo de la compra internacional

Entre las principales desventajas de la importación a nivel macro se tienen las siguientes:

- Comprar en otro país reduce los ingresos del país comprador o importador. Un síntoma de problemas económicos es tener mayores importaciones que exportaciones (desequilibrio en la balanza comercial), pues reduce las fuentes de empleo y provoca la salida de moneda nacional que se cambia por moneda extranjera.
- Las importaciones siempre llevan implícito el riesgo de un aumento en el precio de la moneda extranjera. Los países atados al aumento de moneda extranjera por importaciones, cuando son su principal fuente de ingresos, deberían contar con planes o políticas de contingencia para paliar tales aumentos.
- Las importaciones en alto grado vuelven dependiente al país que compra a nivel internacional.

Entre las principales ventajas de la importación a nivel particular se tienen las siguientes:

- Se puede tener acceso tanto a artículos que no se encuentran de manera local como a una gran variedad de calidades y precios, y de esta manera generar una mayor



utilidad, ya sea al producir con tales bienes otros diferentes como al venderlos de manera directa.

- No se necesita importar solamente para producir. Se pueden buscar oportunidades de mercado sin realizar una gran inversión, ya que si se consiguen créditos y, al mismo tiempo, clientes que necesiten esos productos, uno se puede convertir en un comercializador, lo que le da una gran plusvalía a esta compra y reventa.
- Se pueden acaparar mayores mercados al conseguir licencias exclusivas de productos importantes o de gran prestigio que nadie más pueda importar.

Entre las principales desventajas de la importación a nivel particular se tienen las siguientes:

- Si no se cuenta con una buena elaboración de un costeo, la importación puede resultar al final más cara que comprar el producto de manera local, y así nos encontremos con que no podemos vender satisfactoriamente el producto.
- Si no se contempla que las importaciones no sólo tienen restricciones monetarias, sino también arancelarias (permisos, cuotas, normas a cumplir, etcétera), la importación puede convertirse en un calvario, con el riesgo de volverse muy caro el producto, uno puede hacerse acreedor a una multa o, en el peor de los casos, perder la importación o incurrir en un delito.
- Si no se tiene la certeza de que el proveedor sea serio, se corre el riesgo de recibir un producto defectuoso, inservible o con especificaciones diferentes a las pactadas, y podría ser muy difícil entablar una demanda, ya que este proceso judicial se llevaría a cabo en el extranjero.

## **2.2.5. BENEFICIOS DE ZONAS FRANCAS**

### **Historia de las Zonas Francas**

Según Arcos y Escalante (2009) el esquema comercial de las Zonas Francas no es nuevo, tiene más de 2000 años de existencia, y fue utilizado, especialmente por fenicios y romanos como plataforma

logística y punto de encuentro de las actividades de comercio exterior donde convergían exportaciones e importaciones. Con el tiempo han surgido nuevas necesidades, y las actividades desarrolladas en estas zonas, se han adaptado a las mismas. Es así como en los años 60 estas zonas de tratamiento especial dejan de dedicarse netamente a la actividad comercial, para proyectarse hacia el siglo XXI empezando a promover actividades industriales, de servicios, entre otras.

### **Las Zonas Francas y sus beneficios**

De acuerdo a Arcos y Escalante (2009) una Zona Franca es un área de territorio delimitada y autorizada, sujeta a regímenes especiales por ley, en materia laboral, tributaria, cambiaria, financiera, de comercio exterior, aduanas y tratamiento de capitales, en la que los usuarios debidamente autorizados, se dedican a la producción y comercialización de bienes para la exportación o reexportación, así como a la prestación de servicios vinculados con el comercio internacional, o a la prestación de servicios turísticos, educativos y hospitalarios. Las zonas francas pueden ser comerciales, industriales y/o de servicios y por lo general se ubican en los puntos neurálgicos del comercio exterior de un país, muy cerca de un aeropuerto o puerto marítimo, específicamente porque existen fortalezas comerciales que un país debe desarrollar.

Las Zonas Francas fueron creadas para incentivar el desarrollo económico de un país; es por eso que entre sus principales objetivos están:

- Promover el empleo.- Lo que provoca un aumento en el poder adquisitivo de las familias y por ende un mayor consumo por parte de las mismas.
- Transferencia tecnológica.- La cual permite a los empresarios y trabajadores el conocimiento y manejo de tecnología avanzada en sistemas y procesos.
- Desarrollo de zonas geográficas deprimidas del país: Mejoran las condiciones de vida de los habitantes de las zonas de influencia.
- Incremento de exportaciones de bienes y servicios.
- Generación de divisas

- Inversión extranjera.

### **Principio de extraterritorialidad de las Zonas Francas**

De acuerdo Carriquiry y Barceló (2007) las Zonas Francas son mecanismos especiales de comercialización por su condición extraterritorial. Mediante la aplicación de este principio se estipula que las mercancías que ingresan a esas áreas aún no han ingresado al territorio aduanero del país donde se ubica la zona franca. Siendo normalmente utilizadas para realizar procesos de importación de materias primas e insumos para reconvertirlas en productos finales e interiorizarlas al territorio donde se encuentra el régimen especial. De esta manera sus usuarios gozan de una serie de beneficios, que generalmente son ventajas en los aspectos de carácter tributario, laboral, arancelario y de preferencias en los acuerdos comerciales internacionales; y a la vez el país que brinda la posibilidad de trabajar bajo estos esquemas recibe mayores fuentes de empleo, generación de recursos y aprovechamiento en cuanto a la capacitación y calificación de su mano de obra. Sin embargo es muy importante aclarar el concepto sobre la aplicación de la “condición de extraterritorialidad” que persiste en las Zonas Francas; pues algunos gobiernos y personas particularmente, piensan que esta condición se aplica de manera general, lo que representaría una pérdida de soberanía para el País que adopte el Régimen Franco.

Cuando el verdadero concepto de esta condición es que se aplica específicamente en los cuatro aspectos antes mencionados (ámbitos: tributario, laboral, arancelario y de preferencias en los acuerdos comerciales internacionales) y no en su totalidad. Demostrando así que el Ecuador como país soberano al crear las Zonas Francas no está cediendo o perdiendo su soberanía.

### **Importancia de las Zonas Francas**

Según Arcos y Escalante (2009) el fenómeno económico mundial, denominado Globalización, ha obligado a los negocios a ir más allá de la búsqueda de ventajas naturales, subsidios y otros instrumentos proteccionistas de la política económica de un País, rompiendo las barreras tradicionales establecidas por los Estados para la protección de su industria y de la producción de bienes y servicios. En consecuencia,

se busca incursionar en nuevos mercados y productos que regulen los precios internos de un país, y que contribuyan al bienestar y desarrollo del mismo, aprovechando las economías de escala y la curva de experiencia de las empresas que las lleva a obtener costos más favorables, y su derivación en precios más competitivos. Para esto es necesario un alto nivel de competitividad, tener habilidades estratégicas con respecto a la tecnología, el conocimiento, la infraestructura, la cultura y la mentalidad de los pueblos.

Asimismo Porter (2005) señala que toda empresa debe buscar su liderazgo, bien sea por diferenciación o bien por costo; y en este aspecto, la adecuada implementación de las Zonas Francas, representa un instrumento básico para ganar ventajas competitivas a través de las exportaciones y los otros beneficios ya mencionados.

#### **2.2.6. POLITICA ADUANERA**

##### **La política comercial y aduanera en el Perú**

Según el Ministerio de Economía y Finanzas (2015) la política comercial es uno de los pilares fundamentales para determinar la eficiente asignación de los recursos productivos y así maximizar el bienestar de la población. Para ello, la política comercial incluye un conjunto de instrumentos de política económica que permiten asegurar la libre comercialización de bienes y servicios, tales como aranceles, reglas de origen, procedimientos aduaneros, compras públicas, promoción de la inversión, entre otros.

Sin embargo, el crecimiento continuo de los volúmenes de comercio y los consecuentes riesgos existentes tienden a generar “cuellos de botella” en las cadenas de transporte y del tránsito entre fronteras, lo cual debe ser enfrentado con marcos normativos aduaneros que contemplen procedimientos simplificados para el manejo del flujo de mercancías en las aduanas. El enfrentar dichos problemas contribuirá a la reducción de los costos de transacción del comercio internacional, lo que, a su vez, generará un incremento de la competitividad económica del país y, por tanto, un mayor bienestar de la sociedad en general a través del aumento de las posibilidades de consumo e inversión.

- La facilitación del comercio a través de la simplificación de formalidades y procedimientos, y en la estandarización y armonización de los procesos con las prácticas a nivel internacional; y,
- Una mejora continua de los procesos y supervisión de las posibles prácticas desleales asociados a la libre competencia asociadas al contrabando, la evasión, la elusión, la subvaluación o la sobrevaloración.

Bajo el primer principio, por ejemplo, se han contemplado procesos como el Nuevo Proceso Despacho Aduanero recogido en la Nueva Ley General de Aduanas mediante el actual se regula el despacho en 48 horas en el Punto de Llegada y sin traslado obligatorio a otros recintos o el procedimiento de Envíos de Entrega Rápida el cual permite el despacho aduanero dentro de las 6 horas siguientes a la presentación de los documentos aduaneros necesarios por parte de las empresas que brindan un servicio integral de envíos express, entre otros procedimientos. La meta es que a través de la simplificación de formalidades y procedimientos se pueda ir reduciendo constantemente el costo de las transacciones y las complejidades para efectuar los negocios de comercio internacional.

### **La política arancelaria**

La política arancelaria es el instrumento de política económica mediante el cual un Estado define la estructura arancelaria que regirá el comercio exterior de mercancías.

Sobre ella recae, entre otros aspectos, la fijación de las tarifas arancelarias, las mismas que tienen una especial incidencia en el comportamiento comercial de un país.

Según Chang (2006) los aranceles, como instrumento de política económica, tienen una larga historia y han estado influidos por la situación política, las doctrinas económicas y la implantación de instrumentos de política económica alternativos. Varias veces se les ha satanizado como obstáculos para el crecimiento económico, pero en la

historia han sido usados por los países desarrollados, que abogan por su erradicación.

### Funciones de los aranceles

De acuerdo a Góngora y Medina (2010) los aranceles han sido usados a lo largo de la historia para proteger la industria de una nación. El mecanismo detrás de esto es que los aranceles desalientan las importaciones de un sector económico, al encarecerlas, y se promueve la producción nacional del mismo sector al hacerla más barata, la cual sería requerida para cubrir la demanda interna insatisfecha. En el caso de industrias incipientes los aranceles permitirían resolver los problemas de transferencia de conocimiento y aprendizaje en un sector, que una industria en sus inicios no podría resolver con facilidad y competiría en desventaja con industrias extranjeras ya desarrolladas. En caso de no haber producción nacional, esta requeriría avanzar con ciertos apoyos.

Actualmente, los aranceles también pueden tener otras motivaciones, más allá del crecimiento de una industria nacional, las cuales pueden estar fundamentadas en objetivos políticos, sociales, económicos o ecológicos, pero muchas veces, la línea que separa cada uno de estos propósitos es delgada. Estos impulsos se observan en la tabla N°16.

**Tabla N°16: Motivaciones de los aranceles**

<b>Motivos de política económica</b>	Por objetivos diferentes a la promoción industrial, por ejemplo, la protección al empleo.
<b>Motivos ecológicos</b>	Para evitar la entrada de bienes que alteren la calidad ambiental de un país (aranceles a la importación de automóviles usados).
<b>Motivos políticos</b>	Protección a ciertos grupos políticos, con fines electorales o por conflictos internacionales.
<b>Motivos recaudatorios</b>	Es posible usarlos para obtener ingresos para los gobiernos nacionales.
<b>Motivos de competencia económica</b>	Cuotas compensatorias contra competencia desleal.

**Fuente:** Góngora y Medina (2010)

### Tipos de aranceles

Según el Ministerio de Economía y Finanzas (2015) existen dos tipos de aranceles, ad-valorem y los aranceles específicos. A partir de la combinación de ellos, se genera el arancel mixto.

- Arancel ad-valorem es el que se calcula como un porcentaje del valor de la importación CIF, es decir, del valor de la importación que incluye costo, seguro y flete.
- Arancel específico es el que calcula como una determinada cantidad de unidades monetarias por unidad de volumen de importación.
- "Arancel mixto" es el que está compuesto por un arancel ad-valorem y un arancel específico.

### **El despacho simplificado de importación y la Zona Comercial de Tacna**

El “despacho simplificado de importación” es el régimen aduanero utilizado para la importación de mercancías que por su cantidad, calidad, especie, uso, origen o valor y sin fines comerciales, o si los tuviere no son significativos a la economía del país.

Asimismo según el INTA-PE.01.01 las personas que pueden efectuar dicho despacho es el importador, dueño o consignatario de la mercancía o un tercero habilitado por éste mediante carta poder notarial y/o el agente de aduanas. Carta poder notarial sólo tiene validez para el despacho en el cual se presenta. En caso que el importador, dueño o consignatario sea una persona jurídica, la carta poder y la Declaración Simplificada deben estar suscritas por el representante legal, debidamente acreditado

Los documentos requeridos para el desarrollo del despacho simplificado de importación son los siguientes:

- Declaración Simplificada de Importación.
- Conocimiento de embarque, guía aérea o carta porte, según el medio de transporte utilizado.
- Factura, ticket de pago, boleta de venta y/o declaración jurada.

- Copia del DNI en caso de peruanos; carné de extranjería o pasaporte o salvoconducto tratándose de extranjeros; cuando realicen importaciones sin fines comerciales y en los montos máximos permitidos.
- Documento de seguro si la mercancía se encuentra asegurada.
- Otros documentos que la naturaleza de la mercancía lo requiera.

Asimismo las mercancías que ingresan a la Zona Comercial de Tacna pueden proceder:

- De terceros países.
- De terceros países y sean ingresados por otras zonas especiales de desarrollo económico: CETICOS y zonas francas.
- De la Zona Franca de Tacna, incluida su zona de extensión.
- Del resto del territorio nacional (mercancías nacionales o nacionalizadas).

El ingreso de mercancías procedentes de terceros países a la Zona Comercial de Tacna se efectúa a través de los depósitos francos ubicados en la ZOFRATACNA, y por los siguientes puntos de ingreso:

- Intendencia de Aduana de Ilo, directamente desde el exterior o a través de traslados desde el Puerto del Callao.
- Intendencia de Aduana de Mollendo, directamente desde el exterior o a través de traslados desde el Puerto del Callao.
- Aeropuerto Internacional Crnl. FAP Carlos Ciriani Santa Rosa.
- Muelle Peruano en Arica, de acuerdo al Protocolo Complementario del Tratado de 1929.
- Aeropuerto Internacional Jorge Chávez para su posterior traslado al Aeropuerto Internacional Coronel FAP Carlos Ciriani Santa Rosa.
- Puntos de ingreso aduanero autorizados en la frontera con Brasil y Bolivia.



- Zonas especiales de Desarrollo Económico: CETICOS o Zonas Francas.
- Complejo Fronterizo de Santa Rosa, sólo a través del Régimen Simplificado de Mercancías, que establece US\$ 2 000 (dos mil dólares americanos) de valor FOB por despacho diario, hasta un límite de US\$ 10 000 (diez mil dólares americanos) de valor FOB por mes.

### **Depósitos francos**

Según García (2005) en la mayor parte de los países del mundo, donde existía una concentración de actividades relacionadas con el comercio exterior, se ha procurado que se designasen zonas francas y depósitos francos, los cuales son emplazamientos de no aplicación de los efectos arancelarios y fiscales. Todo ello con la clara finalidad de promover las actividades de almacenaje, elaboración, transformación, distribución y exportación de mercancías

Se entiende por depósito aduanero, todo lugar reconocido por las autoridades aduaneras y sometido a control, en el que pueden almacenarse mercancías en las condiciones establecidas. El depósito aduanero es en sí mismo un depósito aduanero y un régimen aduanero. Existen dos conceptos de depósito aduanero que suelen utilizarse conjuntamente. Normalmente se solicita y se autoriza un local como Depósito Aduanero, donde se utiliza simultáneamente el régimen de depósito aduanero para almacenar las mercancías provenientes de un tercer país no comunitario, aunque de forma excepcional también pueden utilizarse de forma separada.

El depósito, como «local», es cualquier lugar o emplazamiento delimitado, debidamente reconocido, autorizado por las autoridades aduaneras y sometidas a su control, en el que, con carácter general, pueden almacenarse mercancías por tiempo ilimitado en las condiciones reglamentariamente establecidas. Por otra parte, el «régimen» de depósito aduanero es uno de los regímenes aduaneros económicos que permite el almacenamiento de mercancías vinculadas al mismo, en un local autorizado como depósito aduanero o, con carácter general excepcional en las instalaciones del titular de la autorización.

Los depósitos aduaneros como «local» pertenecen a empresas privadas que los han solicitado previamente al departamento de Aduanas e Impuestos Especiales, pero al margen de pertenecer a empresas privadas se pueden utilizar con fines públicos o privados. Los primeros son utilizados por cualquier persona para el almacenaje de mercancías vinculadas a tal régimen, mientras que los segundos se encuentran reservados al uso exclusivo del titular para el almacenaje de mercancías propias de su actividad, distinta del almacenaje por cuenta de terceros.

### **2.2.7. TRIBUTACIÓN**

#### **La política fiscal**

Según Samuelson y Nordhaus (2001) la política fiscal es una rama de la política económica que configura el presupuesto del Estado, y sus componentes, el gasto público y los impuestos, como variables de control para asegurar y mantener la estabilidad económica, amortiguando las variaciones de los ciclos económicos, y contribuyendo a mantener una economía creciente, de pleno empleo y sin inflación alta. El nacimiento de la teoría macroeconómica keynesiana puso de manifiesto que las medidas de la política fiscal influyen en gran medida en las variaciones a corto plazo de la producción, el empleo, y los precios.

Los principales objetivos que posee la política fiscal son los siguientes:

- Acelerar el crecimiento económico.
- Plena ocupación de todos los recursos productivos de la sociedad, tanto humanos, como materiales y capitales.
- Plena estabilidad de los precios, entendida como los índices generales de precios para que no sufran elevaciones o disminuciones importantes.

#### **Tipos de política fiscal**

Según Dornbush y Fischer (1995) existen dos tipos de política fiscal los cuales se detallan en la tabla N°17.

**Tabla N°17: Tipos de política fiscal**

<b>Política fiscal expansiva</b>	Genera un déficit en los Presupuestos de Estado (es decir, una situación en que el gasto público es superior a los ingresos fiscales) que se financia mediante la emisión de deuda pública. Los mecanismos a usar son: 1) aumentar el gasto público, para aumentar la producción y reducir el paro, o 2) aumentar el gasto privado, bajando los impuestos para aumentar la renta disponible de los agentes económicos privados, lo que provocará un mayor consumo de las personas y una mayor inversión de las empresas (en definitiva, un aumento de la demanda económica). Se denomina 'expansiva' porque se ejecuta para estimular el crecimiento económico y crear empleo.
<b>Política fiscal restrictiva</b>	Genera un superávit en los Presupuestos del Estado (es decir, una situación en que el gasto público es inferior a los ingresos fiscales). Los mecanismos son los contrarios que en la expansiva: 1) reducir el gasto público, para bajar la demanda y por tanto la producción, o 2) reducir el gasto privado, subiendo los impuestos para que los ciudadanos tengan una renta menor, disminuyan su consumo y, con ello, la demanda económica. Se ejecuta cuando la economía conoce un período de excesiva expansión y tiene necesidad de frenarse para evitar el aumento de los precios (inflación)

**Fuente:** Dornbush y Fischer (1995)

### **Definición de los tributos**

El tributo es una obligación que cumple el sujeto pasivo a beneficio del sujeto activo; según su capacidad contributiva, el pago de esta obligación es de carácter pecuniario, esto hace el Estado para financiar su Presupuesto General y con ello satisfacer necesidades.

Según Jarach (2004) el impuesto es el tributo que se establece sobre los sujetos en razón de la valorización política de una manifestación de la riqueza objetiva independientemente de la consideración de las circunstancias personales de los sujetos a los que esta riqueza pertenece o entre las cuales se transfiere o subjetiva, teniendo en cuenta las circunstancias personales de los sujetos pasivos, tales como el estado civil, cargas de familias, monto total de ingresos y fortunas.

### **Clasificación de los tributos**

Según Jarach (2004) Asimismo los tributos se clasifican en impuesto, tasas y contribuciones especiales. Los impuestos pueden ser: indirectos y directos, impuestos reales y personales, impuestos generales y especiales, impuestos periódicos e impuestos de una sola vez.

### **Principales impuestos del derecho tributario peruano**

Según la SUNAT (2015) los principales impuestos en el sistema tributario peruano son los siguientes:

#### ➤ **Impuesto a la Renta**

El Impuesto a la Renta grava: (i) las rentas que provengan del capital, del trabajo y de la aplicación conjunta de ambos factores, entendiéndose como tales aquellas que provengan de una fuente durable y susceptible de generar ingresos periódicos; (ii) las ganancias de capital; (iii) otros ingresos que provengan de terceros, establecidos por la Ley del Impuesto a la Renta; y (iv) las rentas imputadas, incluyendo las de goce o disfrute, establecidas por la Ley del Impuesto a la Renta.

#### ➤ **Impuesto General a las Ventas**

El Impuesto General a las Ventas grava las siguientes operaciones: (i) la venta en el país de bienes muebles; (ii) la prestación o utilización de servicios en el país; (iii) los contratos de construcción; (iv) la importación de bienes; y (v) la primera venta de inmuebles que realicen los constructores de los mismos. Del mismo modo, grava la posterior venta del inmueble que realicen las empresas vinculadas con el constructor, cuando el inmueble haya sido adquirido directamente de éste o de empresas vinculadas económicamente con el mismo. Cabe mencionar que con respecto a la importación la base imponible de dicho impuesto está constituida por el valor CIF aduanero determinado según el Acuerdo del Valor de la O.M.C. más los derechos arancelarios y demás impuestos que gravan la importación y su tasa impositiva es de 16%.

➤ **Impuesto de Promoción Municipal**

El Impuesto de Promoción Municipal grava la importación de bienes afectos al Impuesto General a las Ventas. Asimismo con respecto a su base imponible esta es la misma que la del IGV y su tasa impositiva es de 2%.

➤ **Impuesto Selectivo al Consumo**

El Impuesto Selectivo al Consumo grava, en forma adicional al IGV, determinados productos considerados suntuarios, por ejemplo: licores, vehículos nuevos y usados, bebidas gaseosas, cigarrillos, etc. Asimismo, dicho impuesto grava los juegos de azar y apuestas. Cabe mencionar que con respecto a la base imponible de importación esta se aplica por tres sistemas:

- **Sistema al valor:** la base imponible la constituye el valor CIF aduanero determinado según el Acuerdo del Valor de la O.M.C. más los derechos arancelarios a la importación.
- **Sistema específico:** la base imponible lo constituye el volumen importado expresado en unidades de medida.
- **Sistema de precio de venta al público:** la base imponible está constituida por el precio de venta al público sugerido por el importador multiplicado por el factor 0.840.

Cabe mencionar que para desarrollar una importación además IGV, IPM y el ISC según SUNAT (2015) se necesita pagar el impuesto ad valorem el cual grava la importación de todos los bienes y su base imponible es el valor CIF aduanero determinado según el Acuerdo del Valor de la O.M.C. y posee tres niveles de tasa impositiva: 0%, 6% y 11%.

Asimismo de acuerdo al Decreto Supremo N° 142-2008-EF (04.12.2008) se establece en 6% el Arancel Especial a que se refiere el artículo 19° de la Ley N° 27688, Ley de Zona Franca y Zona Comercial de Tacna, modificada por el artículo 8° de la Ley N° 28599, para los bienes

provenientes de terceros países que, a través de los depósitos francos, se internen para su comercialización en la Zona Comercial de Tacna, conforme lo establece el artículo 18 de la citada Ley; este Arancel Especial se aplicará sobre el valor CIF aduanero o sobre el valor de adquisición de los bienes por el usuario de la Zona Comercial de Tacna, el que resulte mayor.

#### **2.2.8. SEGURIDAD JURÍDICA**

##### **Definición de la seguridad jurídica**

Según Carbonell (2004) la seguridad jurídica es un principio del Derecho, universalmente reconocido, que se basa en la «certeza del derecho», tanto en el ámbito de su publicidad como en su aplicación, y que significa la seguridad de que se conoce, o puede conocerse, lo previsto como prohibido, ordenado o permitido por el poder público.

La palabra seguridad proviene de la palabra latina securitas, la cual deriva del adjetivo securus (de segura) que significa estar seguros de algo y libres de cuidados. El Estado, como máximo exponente del poder público y primer regulador de las relaciones en sociedad, no sólo establece (o debe establecer) las disposiciones legales a seguir, sino que en un sentido más amplio tiene la obligación de crear un ámbito general de "seguridad jurídica" al ejercer el poder político, jurídico y legislativo.

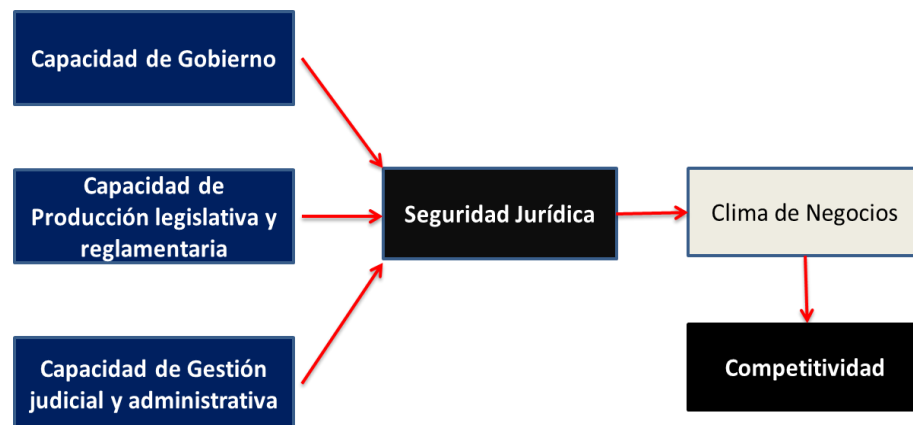
La seguridad jurídica es, en el fondo, la garantía dada al individuo por el Estado de modo que su persona, sus bienes y sus derechos no serán violentados o que, si esto último llegara a producirse, le serán asegurados por la sociedad, la protección y reparación de los mismos. En resumen, la seguridad jurídica es la «certeza del derecho» que tiene el individuo de modo que su situación jurídica no será modificada más que por procedimientos regulares y conductos legales establecidos, previa y debidamente publicados.

##### **Fuentes de la seguridad jurídica**

La seguridad jurídica es una característica del sistema jurídico que se asienta en los niveles de certeza. Entre más maduro sea el ordenamiento y más calidad tengan sus elementos, mayores niveles de seguridad se generan.

La seguridad jurídica depende prioritariamente de tres capacidades. Esta afecta el clima de negocios que incide sobre la competitividad, como se puede observar en la figura N°6.

**Figura N°6: Fuentes de la seguridad jurídica**



**Fuente:**Umaña (2002)

La **capacidad de gobierno** es de naturaleza política y tiene que ver con el grado de institucionalidad del país y la gobernabilidad, es decir, con la forma en que las decisiones se toman y se ejecutan. En el caso particular de la seguridad jurídica, la gobernabilidad tiene que ver con el balance entre los poderes del Estado, el respeto al derecho en general como fuente de estabilidad e institucionalidad.

### 2.3. CONCEPTOS BÁSICOS.

**Actividad económica:** Se le define como cualquier proceso donde se generan e intercambian productos, bienes o servicios para cubrir las necesidades del hombre. La actividad económica permite la generación de riqueza dentro de una comunidad (ciudad, región, país) mediante la extracción, transformación y distribución de los recursos naturales o bien de algún tipo de servicio.

**Competitividad empresarial:** La posición relativa que tiene un competidor con relación a otros competidores.

**Costo de importación:** Costo resultante de las adquisiciones hechas en el exterior del país donde es importante establecer el costo de moneda extranjera original más los gastos que demanda la compra, los derechos o impuestos a la importación y los gastos propios ocurridos en el país hasta que llega la mercadería al almacén.

**Crecimiento económico:** Es el aumento de la renta o valor de bienes y servicios finales producidos por una economía (generalmente de un país o una región) en un determinado periodo (generalmente en un año). A grandes rasgos, el crecimiento económico se refiere al incremento de ciertos indicadores, como la producción de bienes y servicios, el mayor consumo de energía, el ahorro, la inversión, una balanza comercial favorable, el aumento de consumo de calorías per cápita, etc.

**Demanda:** Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado).

**Deposito aduanero:** Lugar reconocido y controlado por la Aduana en el que pueden almacenarse mercancías en ciertas condiciones

**Divisa:** Es toda moneda extranjera, es decir, perteneciente a una soberanía monetaria distinta de la nuestra.<sup>1</sup> Las divisas fluctúan entre sí dentro del mercado monetario mundial.

**Empresa exportadora:** Aquélla que concentra su actividad productiva en el país de origen y que comercializa sus bienes o servicios en al menos un mercado exterior.

**Empresa internacional:** Aquella que sigue una estrategia de internacionalización.

**Estrategia de diferenciación:** Consiste en la diferenciación del producto o servicio que ofrece la empresa, creando algo que el mercado (los clientes), perciba como único.



**Estrategia de enfoque:** Consiste en concentrarse en un grupo de compradores particular (nicho), en razón de sus preferencias, gustos, ámbito geográfico o tipo de productos que demanden.

**Exportación directa:** La exportación directa se determina cuando la empresa toma la iniciativa de buscar una oportunidad de exportación, la cual puede deberse a varias causas entre las que destacan son.

**Exportación indirecta:** La exportación indirecta es utilizada por aquellas empresas que no tienen mucha experiencia o bien están en el inicio de realizar transacciones en los mercados internacionales.

**Exportación:** Es cualquier bien o servicio enviado fuera del territorio nacional. La exportación es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios desde un territorio aduanero hacia otro territorio aduanero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera aduanera de un Estado o bloque económico.

**Importación directa:** Es la labor que realizan las empresas dedicadas a la importación de diferentes tipos de productos (bienes de capital, intermedios y directos) para su distribución en el mercado local. La empresa importadora es la responsable de todas las obligaciones, así como del pago de los impuestos correspondientes.

**Importación indirecta:** Se da cuando una empresa utiliza los servicios de otra empresa para llevar a cabo la importación de productos. En este caso, la empresa intermediaria es la que se responsabiliza por liquidar los gastos aduaneros y efectuar el pago de impuestos.

**Importación:** La importación es la compra de un bien o servicio realizada por un comprador ubicado en un país a un vendedor ubicado en otro país. Al comprador extranjero se le conoce como importador mientras que el vendedor, con sede en otro país, es conocido como exportador

**Impuesto:** Es una clase de tributo (obligaciones generalmente pecuniarias en favor del acreedor tributario) regido por derecho público. Se caracteriza por no

requerir una contraprestación directa o determinada por parte de la administración hacendaria (acreedor tributario).

**Incentivos aduaneros:** Son aquellas medidas encaminadas a genera la devolución, suspensión, exención, o aplazamiento de los gravámenes impuesto a las importaciones.

**Incentivos fiscales:** Son aquellos mecanismos en que participa de manera activa el gobierno estableciendo unas condiciones especiales para los exportadores, quienes de alguna forma crean una relación de dependencia con el Estado haciendo que su éxito dependa de las decisiones gubernamentales.

**Incentivos impositivos:** Pretenden otorgar un tratamiento especial en relación con el régimen tributario, sean impuesto o contribuciones, a quienes desarrollen una determinada actividad que este en función de las exportaciones.

**Incoterms:** Son los términos comerciales internacionales que definen y reparten claramente las obligaciones, los gastos y los riesgos del transporte internacional y del seguro, tanto entre el exportador y el exportador. Estos términos son reconocidos como estándares internacionales por las autoridades aduaneras y las cortes en todos los países.

**Internacionalización:** La internacionalización de la empresa se puede definir como el conjunto de actividades que la empresa desarrolla fuera de los mercados que constituyen su entorno geográfico natural.

**Logística:** Conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución. En el ámbito empresarial existen múltiples definiciones del término logística, que ha evolucionado desde la logística militar hasta el concepto contemporáneo del arte y la técnica que se ocupa de la organización de los flujos de mercancías, energía e información.

**Oferta:** Se define la oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado.

**Política arancelaria:** La política arancelaria es el instrumento de política

económica mediante el cual un Estado define la estructura arancelaria que regirá el comercio exterior de mercancías.

**Política comercial:** La política comercial incluye un conjunto de instrumentos de política económica que permiten asegurar la libre comercialización de bienes y servicios, tales como aranceles, reglas de origen, procedimientos aduaneros, compras públicas, promoción de la inversión, entre otros.

**Política fiscal:** Es una rama de la política económica que configura el presupuesto del Estado, y sus componentes, el gasto público y los impuestos, como variables de control para asegurar y mantener la estabilidad económica, amortiguando las variaciones de los ciclos económicos, y contribuyendo a mantener una economía creciente, de pleno empleo y sin inflación alta.

**Sector comercial:** Comprende las actividades de intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se efectúan a través de un comerciante o un mercader.

**Seguridad jurídica:** La seguridad jurídica es un principio del Derecho, universalmente reconocido, que se basa en la «certeza del derecho», tanto en el ámbito de su publicidad como en su aplicación, y que significa la seguridad de que se conoce, o puede conocerse, lo previsto como prohibido, ordenado o permitido por el poder público.

**Tipo de cambio:** Relación de equivalencia entre dos monedas de diferentes países que sirve de referencia para las transacciones comerciales.

**Transporte aéreo:** El transporte aéreo internacional de carga es el transporte de aquella actividad que permite el traslado de mercancías de un país a otro, utilizando un medio de transporte denominado aeronave, ya sea para recorrer largas distancias o para efectuar vuelos en el menor tiempo posible; manteniendo las correspondientes condiciones de seguridad.

**Transporte carretero:** Es uno de los sistemas más importantes en el desarrollo económico, ya que atiende un porcentaje alto del movimiento terrestre de carga en las naciones,

**Transporte ferroviario:** Es el sistema de transporte terrestre guiado sobre carriles o rieles de cualquier tipo, que hacen el camino o vía férrea sobre el cual circulan los trenes.

**Transporte internacional:** Es el traslado de las mismas desde un punto A, situado en un cierto país, hasta otro punto B, situado en un país de distinto, efectuado en tal forma que la mercancía llegue a su destino en las condiciones de contrato.

**Transporte marítimo:** Es la acción de llevar cargas solidas o liquidas por el mar, de un punto geográfico a otro a bordo de un barco u otra clase de embarcaciones con un fin lucrativo.

**Ventaja comparativa:** Teoría que muestra que los países tienden a especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes que fabrican con un coste relativamente más bajo respecto al resto del mundo, en los que son comparativamente más eficientes que los demás y que tenderán a importar los bienes en los que son más ineficaces y que por tanto producen con unos costes comparativamente más altos que el resto del mundo.

**Ventaja competitiva:** Son ventajas que posee una empresa ante otras empresas del mismo sector o mercado, que le permite destacar o sobresalir ante ellas, y tener una posición competitiva en el sector o mercado.

**Zonas francas:** Es un lugar dentro del territorio de una nación en el cual se ofrecen una serie de incentivos en materia cambiaria, aduanera, tributaria y de comercio exterior, con el objeto de fomentar la producción de bienes y servicios que pretendan salir a mercados en el exterior.

## 2.4. HIPÓTESIS.

### 2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL

H1= los beneficios de ZOFRATACNA, influyen en los costos de los negocios de importación de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna.

H0= los beneficios de ZOFRATACNA, no influyen en los costos de los negocios de importación de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna.

### 2.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

#### Hipótesis Específica 1

H1: la condición de los beneficios de ZOFRATACNA, para la importación de licores en la ciudad de Tacna. Son positivos

H0: la condición de los beneficios de ZOFRATACNA, para la importación de licores en la ciudad de Tacna. Son negativos

#### Hipótesis Específica 2

H1: los costos de los negocios de importación de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna. Son bajos

H1: los costos de los negocios de importación de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna. Son altos

## 2.5. VARIABLES.

Las variables por su naturaleza, son cuantitativas, valores que se determinan en la encuesta

Así mismo la Operacionalización de define de la siguiente manera:

#### **Variable Dependiente (VD)** Importación de Licores

Indicadores:

1. Precios de productos importados
2. Transporte de mercadería
3. Volúmenes de compra de importación

**Variable Independiente (VI) Beneficios de Zofratacna**

Indicadores:

1. Política aduanera favorable
2. Tributación
3. Seguridad jurídica

## **CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.**

El tipo de Investigación es aplicada

### **3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.**

Es de diseño Observacional porque busca medir el fenómeno estudiado; no se modificara a voluntad propia ninguno de los factores que intervienen en el proceso

Es retrospectivo porque utiliza información captada anteriormente a su planeación con fines ajenos.

Es transversal porque es un estudio en el cual se realiza una sola medición por cada variable involucrada y de inmediato se procede a su descripción o análisis,

### **3.3. POBLACIÓN**

#### **3.3.1. POBLACIÓN O UNIVERSO (N)**

La población es de 44 empresas de importación de licores ubicados en el centro comercial Polvos Rosados.

### **3.4. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION.**

#### **3.4.1. INSTRUMENTOS**

Tenemos los siguientes:

Cuestionario de encuesta, análisis de contenidos,

### **3.5. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS.**

Se ha hecho uso de la estadística descriptiva al realizar la exposición de los resultados de la encuesta, para ese efecto se usaron tablas figuras entre otras de importancia.

Por el lado de la estadística inferencial están las pruebas de hipótesis que tendrán que realizarse utilizando paquete estadístico SPSS v.15, los modelos de correlación de kendall, prueba de Kolmogorov-Smirnov la Prueba de Wilcoxon.

Se realizó una encuesta piloto validándose con Coeficiente Alfa de Cronbach, con

su respectiva validación con el Stargraphic y SPSS y luego la encuesta definitiva.

### 3.6. SELECCIÓN Y VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

#### 3.6.1. CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

Se aplicó para la determinación de la confiabilidad del cuestionario implementado el Estadístico de Alpha de Cronbach (de valores comprendidos entre 0 y 1; que implica que mientras más cercano a 1 el cuestionario es más confiable), reflejada en la siguiente fórmula, donde  $k = n_0$  de preguntas del cuestionario y  $S^2 =$  Varianza de las respuestas a cada pregunta o ítem:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

**K:** El número de ítems

**Si<sup>2</sup>:** Sumatoria de Varianzas de los Ítems

**ST<sup>2</sup>:** Varianza de la suma de los Ítems

**α :** Coeficiente de Alfa de Cronbach

Se planteó para un mejor análisis de los Beneficios de Zofratacna, una Escala de Valoración, para lo cual se utilizó la Escala de Likert (cuyos valores oscilan entre de 1 a 5, de donde el valor 1 = muy permanente con lo expresado en el ítem y el valor 5 = nunca con lo expresado en el ítem).

En el cuadro siguiente se plasma la relación de cada uno de los ítems del cuestionario aplicado en el presente trabajo de investigación con el indicador respectivo, de donde:



**TABLA Nº18: INDICADOR – ÍTEM BENEFICIOS DE ZOFRATACNA**

<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS</b>
<b>BENEFICIOS DE ZOFRATACNA</b>	Política aduanera	a, b
	Tributación	c, d
	Seguridad jurídica	e, f

**Fuente: Elaboración Propia**

También se planteó para un mejor análisis de los Costos de Importación de los Negocios de Licores del Centro Comercial “Polvos Rosados”, una Escala de Valoración, para lo cual se utilizó la Escala de Likert (cuyos valores oscilan entre de 1 a 5, de donde el valor 1 = muy en desacuerdo con lo expresado en el ítem y el valor 5 = muy de acuerdo con lo expresado en el ítem).

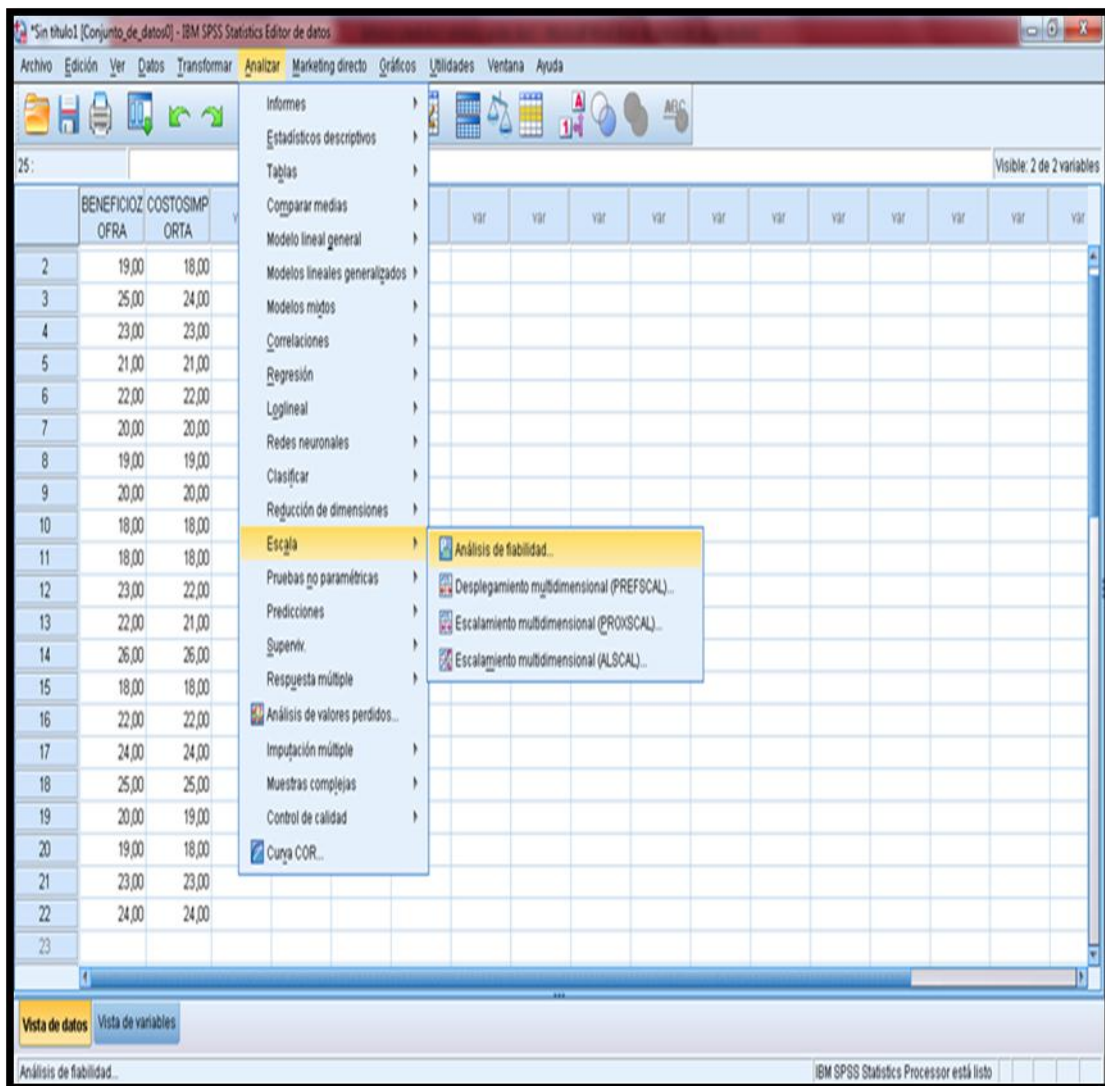
En el cuadro siguiente se plasma la relación de cada uno de los ítems del cuestionario aplicado en el presente trabajo de investigación con el indicador respectivo, de donde:

**TABLA Nº19: INDICADOR – ÍTEM COSTOS DE IMPORTACIÓN**

<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS</b>
<b>COSTOS DE IMPORTACIÓN</b>	Precios de productos importados	a, b
	Transporte de mercadería	c, d
	Volúmenes de compra de importación	e, f

**Fuente: Elaboración Propia**

Para poder validar este instrumento, se procedió a aplicar una encuesta piloto al 50% del total de los Negocios de Importación de Licores del Centro Comercial “Polvos Rosados”, siendo 22 boutiques de la población; asimismo, para el cálculo de este coeficiente se utilizó el programa estadísticos: SPSS v.19, como se puede observar a continuación:



El valor del Estadístico Alpha de Cronbach fue de 0,992 para una muestra piloto de 22 Negocios de Importación de Licores del Centro Comercial “Polvos Rosados” en estudio cuyo resultado permite concluir que el cuestionario es muy adecuado, pues muestra una consistencia interna de las preguntas que la conforman con 99.20 % de confiabilidad por lo cual se recomienda su aplicación.

**TABLA Nº 20: ALPHA DE CRONBACH- CUESTIONARIO**

<b>Resumen del procesamiento de los casos</b>			
		<b>N</b>	<b>%</b>
Casos	Válidos	22	100.0
	Excluidosa	0	.0
	Total	22	100.0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento

<b>Estadísticos de fiabilidad</b>	
<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
.992	2

**Fuente: Elaboración Propia**

El cuestionario fue aplicado directamente, aclarando aspectos relevantes, y registrando inmediatamente según la respuesta de los encuestados. La encuesta fue aplicada los días entre el 28 y 29 de Julio del año 2015.

## **CAPÍTULO IV: ANALISIS DE RESULTADOS**

### **4.1. TRATAMIENTO ESTADÍSTICO E INTERPRETACIÓN DE CUADROS.**

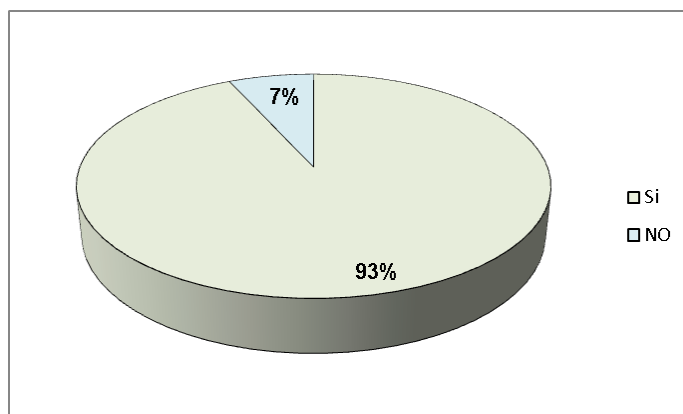
La base de los datos del Anexo N°1 han sido obtenidos a partir de la encuesta, en concordancia con el método de Likert; para su procesamiento se utilizó el programa SPSS v.19.

Asimismo, con la misma información debidamente ordenada se procedió a ser trasladada a formatos de Microsoft Office Excel para obtener los gráficos en pastel.

La comprobación de hipótesis obedece a un diseño lógico y teórico, específicamente el análisis descriptivo. Para ello se ha utilizado el análisis estadístico de regresión lineal simple en lo que respecta a la comprobación de la hipótesis general y la prueba t student para una muestra, en relación a las hipótesis específicas.

#### **4.1.1. CONSIDERACIÓN ESPECIAL**

**GRÁFICO N° 5: ¿LOS CONSUMIDORES DE LICORES IMPORTADOS ADQUIEREN LOS PRODUCTOS PREFERENTEMENTE POR EL PRECIO?**

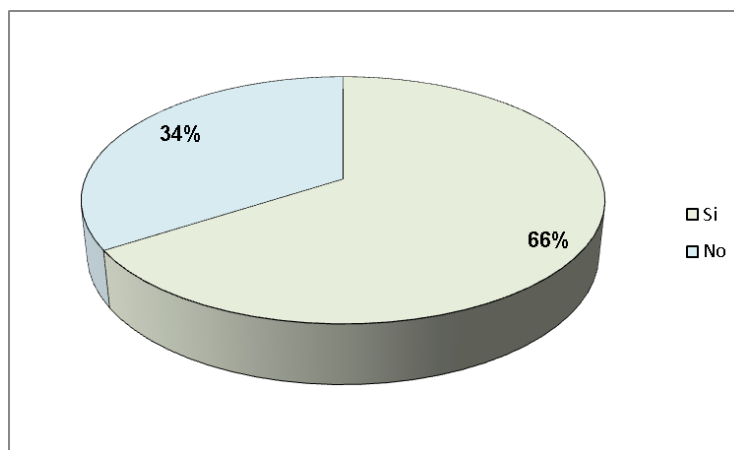


**Fuente: Encuesta; Elaboración propia**

**INTERPRETACIÓN:** El 93% de los encuestados considera que los consumidores de licores importados adquieren los productos preferentemente por el precio, mientras que tan solo el 7% no considera que los consumidores de licores adquieren los productos preferentemente por el precio.

**ANÁLISIS:** Casi la totalidad de la población de Negocios de Importación de Licores del Centro Comercial “Polvos Rosados” considera que los consumidores de licores adquieren los productos preferentemente por el precio, es decir el precio es un factor determinante durante el proceso de compra de dichos productos. Esto también se puede explicar a raíz de las ventajas que gozan los Negocios de Importación de Licores, al beneficiarse de la Zona Comercial de Tacna, lo que permite ofrecer sus productos a precios más atractivos que el resto de negocios que no gozan de dichos beneficios.

**GRÁFICO N°6: ¿CONSIDERA USTED IMPORTANTE LLEVAR CONTROL DE COSTOS EN SU EMPRESA?**



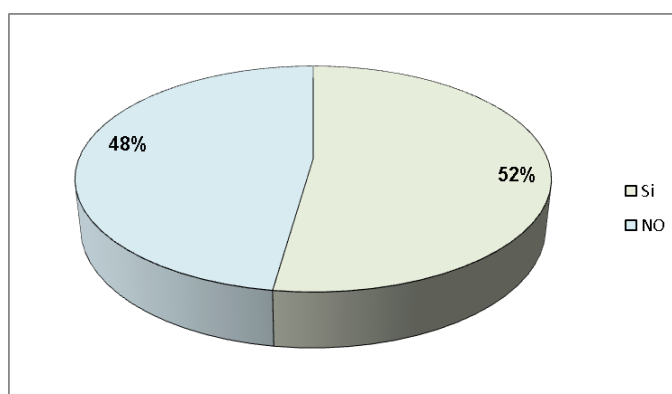
**Fuente: Encuesta; Elaboración propia**

**INTERPRETACIÓN:** El 66% de los encuestados respondió que considera importante llevar un control de costos en sus empresas, y el 34% respondió que no considera importante llevar un control de costos en sus empresas.

**ANÁLISIS:** Esto indica que más de la mitad de los Negocios de Importación de Licores del Centro Comercial “Polvos Rosados” considera importante llevar un control de costos en sus empresas. Esto permite analizar con detenimiento los costos en los que incurren a la vez que se desarrolla un seguimiento a dichos costos. Sin embargo una buena proporción no considera importante el control de costos en sus empresas, lo que refleja el desorden que poseen al gestionar sus negocios. Asimismo se deben mencionar que es una buena proporción de Negocios de Importación de Licores que si considera importante el control de

costos, sobre todo en lo que respecta a los costos que incurren al momento de importar los productos, ya que básicamente la actividad de dichos negocios es la del comercio y la mayor proporción de sus costos recae en la adquisición de los licores importados. Sin embargo hay que considerar que en lo que respecta a otros aspectos de gestión de sus negocios se tienen muchas señales de informalidad, la única fortaleza de estos negocios son los precios competitivos que poseen.

**GRÁFICO N°7: ¿LOS DEMANDANTES DE LICORES TIENEN PREFERENCIA POR LA MARCA DEL LICOR?**

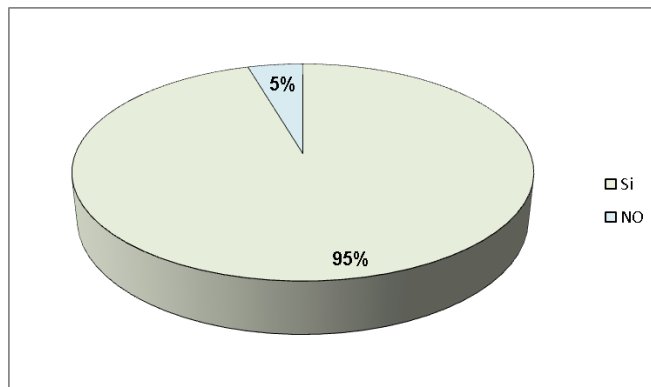


**Fuente: Encuesta; Elaboración propia**

**INTERPRETACIÓN:** El 52% de los encuestados respondió los demandantes de licores tienen preferencias por la marca del licor, y por otro lado el 48% respondió que los demandantes de licores no tienen preferencias por la marca del licor.

**ANÁLISIS:** Esto señala la relativa importación que posee la marca al momento de adquirir licores en grandes cantidades. Si bien es cierto más de la mitad de los encuestados señaló que los demandantes de licores tienen preferencias por la marca del licor, también existe una buena proporción que no considera la marca tan relevante como preferencia de los consumidores. Esto refleja que más que marca, el precio es más importante al momento de adquirir dichos productos. Asimismo se debe considerar que los productos que ofertan los Negocios de Licores del Centro Comercial “Polvos Rosados” poseen marcas de todo tipo, lo que permite al consumidor elegir entre varias opciones dependiendo de la situación en la que se encuentre.

**GRÁFICO N°8: ¿CONSIDERA BENEFICIOSO EL USO DE DEPÓSITOS FRANCOS EN VEZ DE LOS DEPÓSITOS TEMPORALES DE ADUANA?**



**Fuente: Encuesta; Elaboración propia**

**INTERPRETACIÓN:** El 95% de los encuestados considera que es beneficioso el uso de depósitos francos en vez de los depósitos temporales de Aduana, y El 5% no considera beneficioso el uso de depósitos francos en vez de los depósitos temporales de Aduana.

**ANÁLISIS:** Esto nos indica que casi la totalidad de la población de Negocios de Importación de Licores del Centro Comercial “Polvos Rosados” considera beneficioso el uso de depósitos francos en vez de los depósitos temporales de Aduana. Esto quiere decir que la mayoría de la población se ha visto beneficiada por el uso de dichos depósitos que permiten ahorrar en costos logísticos. Sin embargo una mínima proporción no percibe dichos beneficios quizás producto a una mala gestión al momento de importar.

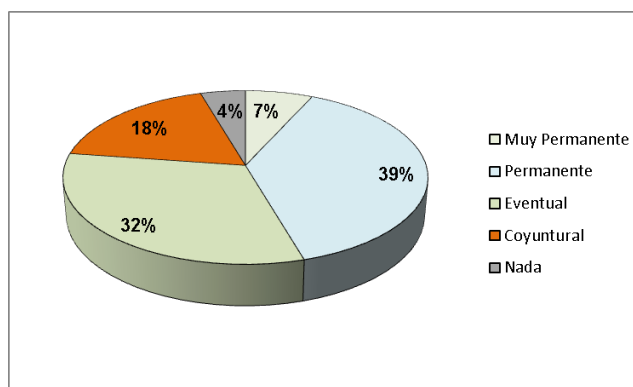
#### 4.1.2. BENEFICIOS DE ZOFRATACNA

**TABLA N° 21: ¿CONSIDERA USTED QUE LA POLÍTICA ARANCELARIA ACTUAL LO BENEFICIA EMPRESARIALMENTE?**

	Frecuencia	Porcentaje
Muy Permanente	3	7%
Permanente	17	39%
Eventual	14	32%
Coyuntural	8	18%
Nada	2	4%
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta: Resultados de Frecuencias del SPSS

**GRÁFICO N° 9: ¿CONSIDERA USTED QUE LA POLÍTICA ARANCELARIA ACTUAL LO BENEFICIA EMPRESARIALMENTE?**



Fuente: Encuesta; Elaboración propia

**INTERPRETACIÓN:** El 39% de los encuestados consideran que permanentemente la política arancelaria actual los beneficia empresarialmente, El 32% de los encuestados consideran que eventualmente la política arancelaria actual los beneficia empresarialmente, El 18% de los encuestados consideran que coyunturalmente la política arancelaria actual los beneficia empresarialmente, El 7% de los encuestados consideran que muy permanentemente la política arancelaria actual los beneficia empresarialmente y El 4% de los encuestados consideran que nunca la política arancelaria actual los beneficia empresarialmente.



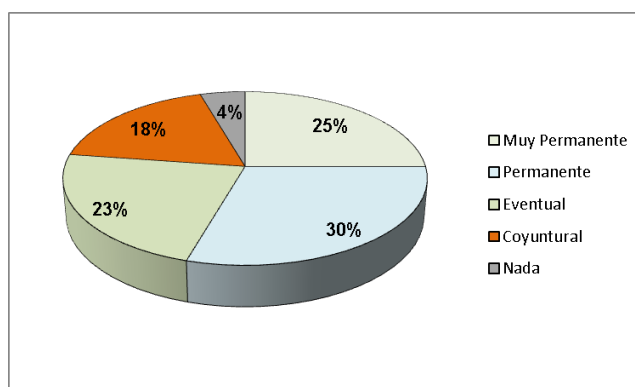
**ANÁLISIS:** La mayoría de los Negocios de Importación de Licores del Centro Comercial “Polvos Rosados” consideran que muy frecuentemente la política arancelaria actual de Zofratacna los beneficia empresarialmente. Esto respecto a la estructura arancelaria que se ha definido en la lista de partidas que pueden acogerse a los beneficios de Zofratacna que permite la reducción del pago de tasas arancelarias, incidiendo esto en los costos de importación. Asimismo esto es un reflejo de lo eficiente que ha demostrado ser la política aduanera para estos negocios.

**TABLA N°23: ¿EL DESPACHO SIMPLIFICADO DE IMPORTACIÓN INCIDE POSITIVAMENTE EN SU NEGOCIO?**

	Frecuencia	Porcentaje
<b>Muy Permanente</b>	11	25%
<b>Permanente</b>	13	30%
<b>Eventual</b>	10	23%
<b>Coyuntural</b>	8	18%
<b>Nada</b>	2	4%
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>

Fuente: Resultados de Frecuencias del SPSS

**GRÁFICO N° 10: ¿EL DESPACHO SIMPLIFICADO DE IMPORTACIÓN INCIDE POSITIVAMENTE EN SU NEGOCIO?**



Fuente: Encuesta; Elaboración propia

**INTERPRETACIÓN:** El 30% de los encuestados respondió que permanentemente el despacho simplificado de importación incide positivamente en sus negocios, El 25% de los encuestados respondió que muy permanentemente el despacho simplificado de importación

incide positivamente en sus negocios, El 23% de los encuestados respondió que eventualmente el despacho simplificado de importación incide positivamente en sus negocios, El 18% de los encuestados respondió que coyunturalmente el despacho simplificado de importación incide positivamente en sus negocios y El 4% de los encuestados respondió que nunca el despacho simplificado de importación incide positivamente en sus negocios.

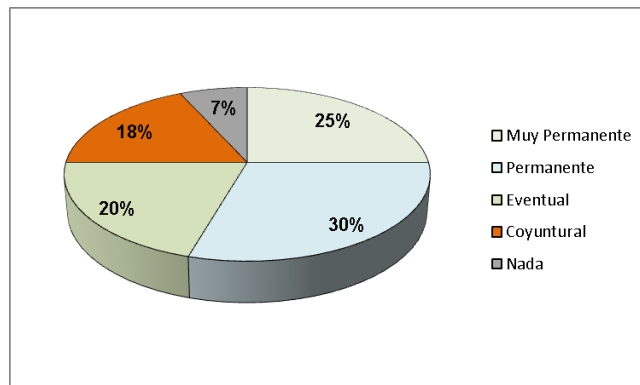
**ANÁLISIS:** Esto nos muestra que existe una gran proporción de Negocios de Licores de Importación del Centro Comercial “Polvos Rosados” que percibe constantemente que el despacho simplificado de importación incide positivamente en sus negocios. Casi la totalidad de dichos negocios consideran beneficioso el despacho simplificado al momento de desarrollar sus importaciones, ya que permite un despacho más rápido, lo que cual incurre en menores tiempos y costos. Dentro de los beneficios que pueden acogerse dichos negocios de licores respecto a la política aduanera de Zofratacna es notable, lo cual demuestra la eficiencia que posee la política aduanera al momento de beneficiar las importaciones de estos negocios.

**TABLA N°24: ¿LA EXONERACIÓN DE LOS IMPUESTOS A LA IMPORTACIÓN SON UN BENEFICIO EN SU NEGOCIO?**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Muy Permanente</b>	11	25%
<b>Permanente</b>	13	30%
<b>Eventual</b>	9	20%
<b>Coyuntural</b>	8	18%
<b>Nada</b>	3	7%
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>

Fuente: Resultados de Frecuencias del SPSS

**GRÁFICO Nº11: ¿LA EXONERACIÓN DE LOS IMPUESTOS A LA IMPORTACIÓN SON UN BENEFICIO EN SU NEGOCIO?**



**Fuente: Encuesta; Elaboración propia**

**INTERPRETACIÓN:** El 30% de los encuestados respondió que la exoneración de los impuestos a la importación permanentemente son un beneficio en sus negocios, El 25% de los encuestados respondió que la exoneración de los impuestos a la importación muy permanentemente son un beneficio en sus negocios, El 20% de los encuestados respondió que la exoneración de los impuestos a la importación eventualmente son un beneficio en sus negocios, El 18% de los encuestados respondió que la exoneración de los impuestos a la importación coyunturalmente son un beneficio en sus negocios y El 7% de los encuestados respondió que la exoneración de los impuestos a la importación nunca son un beneficio en sus negocios.

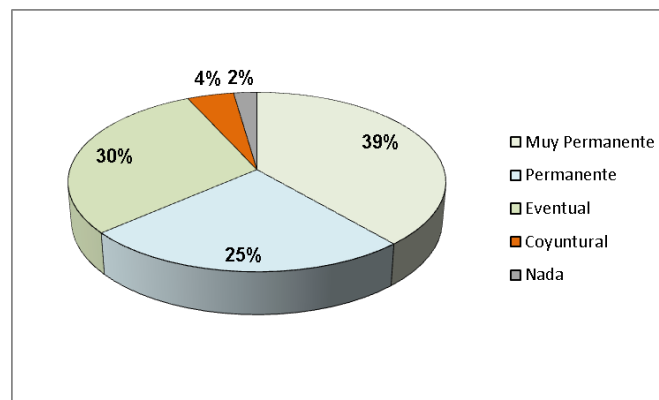
**ANÁLISIS:** Esto nos indica que existe una enorme proporción por no decir la totalidad de los Negocios de Importación de Licores del Centro Comercial “Polvos Rosados”, que muy frecuentemente se han visto beneficiados por la exoneración de los impuestos a la importación por medio de Zofratacna. Respecto a los beneficios tributarios que pueden tener los negocios que decidan importar por medio de Zofratacna hacia la Zona Comercial de Tacna, se puede concluir que han resultado muy eficientes, en relación sobre todo a los Negocios de Importación de Licores del Centro Comercial “Polvos Rosados”.

**TABLA Nº25: ¿EL PAGO DEL ARANCEL ESPECIAL A LA IMPORTACIÓN DE ZOFRATACNA SON UN BENEFICIO EN SU NEGOCIO?**

	Frecuencia	Porcentaje
<b>Muy Permanente</b>	17	39%
<b>Permanente</b>	11	25%
<b>Eventual</b>	13	30%
<b>Coyuntural</b>	2	4%
<b>Nada</b>	1	2%
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>

Fuente: Resultados de Frecuencias del SPSS

**GRÁFICO Nº 12: ¿EL PAGO DEL ARANCEL ESPECIAL A LA IMPORTACIÓN DE ZOFRATACNA ES UN BENEFICIO EN SU NEGOCIO?**



Fuente: Encuesta; Elaboración propia

**INTERPRETACIÓN:** El 39% de los encuestados respondió que el pago del arancel especial a la importación de Zofratacna muy permanentemente es un beneficio en sus negocios, El 30% de los encuestados respondió que el pago del arancel especial a la importación de Zofratacna eventualmente es un beneficio en sus negocios, El 25% de los encuestados respondió que el pago del arancel especial a la importación de Zofratacna permanentemente es un beneficio en sus negocios, El 4% de los encuestados respondió que el pago del arancel especial a la importación de Zofratacna coyunturalmente es un beneficio en sus negocios y El 2% de los encuestados respondió que el pago del arancel especial a la importación de Zofratacna nunca es un beneficio en sus negocios.

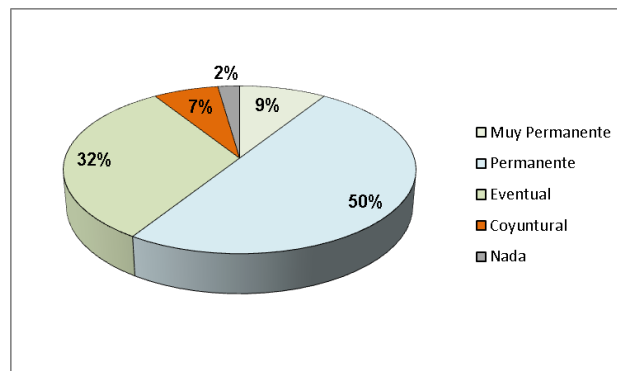
**ANÁLISIS:** Esto nos indica que casi la totalidad de los Negocios de Importación de Licores del Centro Comercial “Polvos Rosados” muy frecuentemente se ha beneficiado del pago del arancel especial a la importación de Zofratacna. El pagar un arancel especial de un 6% a la importación en vez de los aranceles tradicionales que son más altos, sobretodo es una de los mayores beneficios que poseen dichos Negocios de Importación de Licores que se encuentran ubicados en la Zona Comercial de Tacna. Asimismo el pago de este arancel especial es una de las mayores ventajas que poseen dichos negocios respecto a otros.

**TABLA Nº 26: ¿CONSIDERA USTED IMPORTANTE PARA SUS BENEFICIOS ECONÓMICOS LA ESTABILIDAD JURÍDICA DE ZOFRATACNA?**

	Frecuencia	Porcentaje
Muy Permanente	4	9%
Permanente	22	50%
Eventual	14	32%
Coyuntural	3	7%
Nada	1	2%
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>

Fuente: Resultados de Frecuencias del SPSS

**GRÁFICO Nº 13: ¿CONSIDERA USTED IMPORTANTE PARA SUS BENEFICIOS ECONÓMICOS LA ESTABILIDAD JURÍDICA DE ZOFRATACNA?**



Fuente: Encuesta; Elaboración propia

**INTERPRETACIÓN:** El 50% de los encuestados respondió que permanentemente consideran importante para sus beneficios económicos la estabilidad jurídica de Zofratacna, El 32% de los encuestados respondió que eventualmente consideran importante para sus beneficios económicos la estabilidad jurídica de Zofratacna, El 9% de los encuestados respondió que muy permanentemente consideran importante para sus beneficios económicos la estabilidad jurídica de Zofratacna, El 7% de los encuestados respondió que coyunturalmente consideran importante para sus beneficios económicos la estabilidad jurídica de Zofratacna y El 2% de los encuestados respondió que nunca consideran importante para sus beneficios económicos la estabilidad jurídica de Zofratacna.

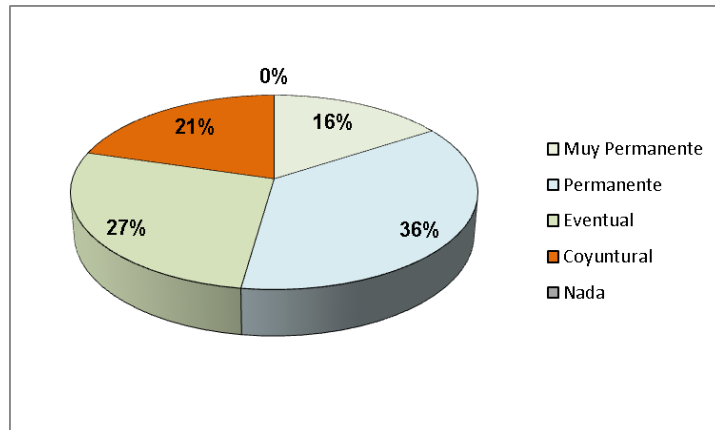
**ANÁLISIS:** Esto nos muestra una enorme proporción de Negocios de Importación de Licores del Centro Comercial “Polvos Rosados” constantemente consideran importante para sus beneficios económicos la estabilidad jurídica de Zofratacna. Esto indica que el contar con la seguridad que otorga la ley de Zofratacna al momento de acogerse a los diferentes beneficios a la importación que pueden acceder es fundamental para el desarrollo de sus actividades y por ende de los beneficios que podrán adquirir actualmente y en el futuro si es que siguen dedicándose a dicha actividad.

**TABLA N° 27: ¿CONSIDERA USTED QUE ES RELEVANTE PARA SUS COSTOS LA PERMANENCIA INDEFINIDA DE ZOFRATACNA?**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Muy Permanente</b>	7	16%
<b>Permanente</b>	16	36%
<b>Eventual</b>	12	27%
<b>Coyuntural</b>	9	20%
<b>Nada</b>	0	0%
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>

Fuente: Resultados de Frecuencias del SPSS

**GRÁFICO N° 14: ¿CONSIDERA USTED QUE ES RELEVANTE PARA SUS COSTOS LA PERMANENCIA INDEFINIDA DE ZOFRATACNA?**



**Fuente: Encuesta; Elaboración propia**

**INTEPRETACIÓN:** El 36% de los encuestados respondió que permanentemente considera relevante para sus costos la permanencia indefinida de Zofratacna, El 27% de los encuestados respondió que eventualmente considera relevante para sus costos la permanencia indefinida de Zofratacna, El 21% de los encuestados respondió que coyunturalmente considera relevante para sus costos la permanencia indefinida de Zofratacna, El 16% de los encuestados respondió que muy permanentemente considera relevante para sus costos la permanencia indefinida de Zofratacna y El 0% de los encuestados respondió que nunca considera relevante para sus costos la permanencia indefinida de Zofratacna.

**ANÁLISIS:** Es una enorme proporción de Negocios de Importación de Licores ubicados en el Centro Comercial “Polvos Rosados” que muy frecuentemente considera relevante para sus costos la permanencia Indefinida de Zofratacna. Esto muestra que la presencia de Zofratacna actualmente es relevante para los costos de importación que puedan incurrir los Negocios de Importación de Negocios ubicados en la Zona Comercial de Tacna. Es por ello que también su permanencia indefinida da seguridad a estos negocios en el aspecto jurídico para poder acogerse a sus beneficios que permiten la reducción de sus costos

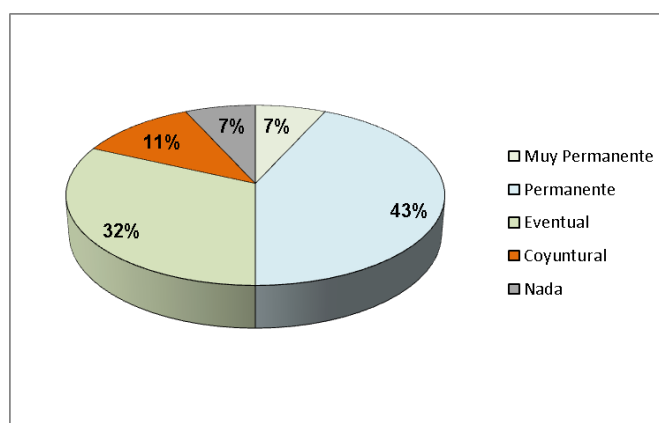
#### 4.1.3. COSTOS DE IMPORTACIÓN

**TABLA Nº 28: ¿PARA LA ADQUISICIÓN DE LOS LICORES IMPORTADOS SOLICITA DESCUENTOS EN LOS PRECIOS?**

	Frecuencia	Porcentaje
Muy Permanente	3	7%
Permanente	19	43%
Eventual	14	32%
Coyuntural	5	11%
Nada	3	7%
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>

Fuente: Resultados de Frecuencias del SPSS

**GRÁFICO Nº 15: ¿PARA LA ADQUISICIÓN DE LOS LICORES IMPORTADOS SOLICITA DESCUENTOS EN LOS PRECIOS?**



Fuente: Encuesta; Elaboración propia

**INTEPRETACIÓN:** El 43% de los encuestados respondió que para la adquisición de los licores importados permanentemente solicita descuentos de precios, El 32% de los encuestados respondió que para la adquisición de los licores importados eventualmente solicita descuentos de precios, El 11% de los encuestados respondió que para la adquisición de los licores importados coyunturalmente solicita descuentos de precios, El 7% de los encuestados respondió que para la adquisición de los licores importados muy permanentemente solicita descuentos de precios y El 7% de los encuestados respondió que para la adquisición de los licores importados nunca solicita descuentos de precios.



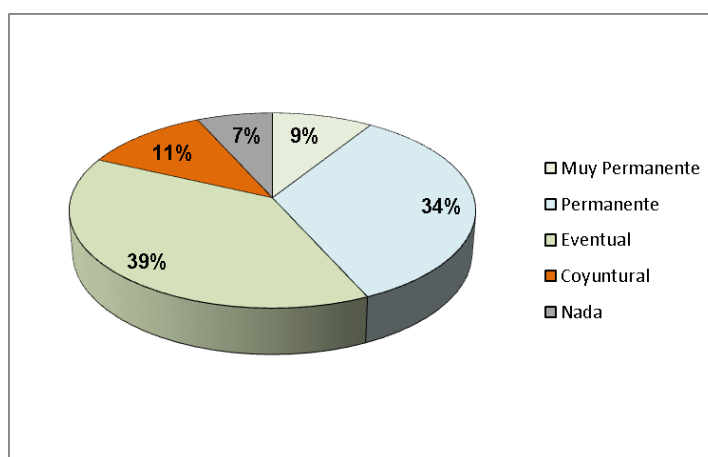
**ANÁLISIS:** Esto muestra que existe una gran proporción de Negocios de Importación de Licores ubicados en el Centro Comercial “Polvos Rosados” que al momento de adquirir los licores importados solicitan descuentos de precios, lo que permite una reducción de costos significativa. Asimismo se puede observar que existe una pequeña proporción que no solicita dichos descuentos y por ende debe cubrir mayores costos al momento de desarrollar sus importaciones de licores.

**TABLA N° 29: ¿PARA LA ADQUISICIÓN DE LICORES IMPORTADOS SOLICITA CRÉDITOS PARA EL PAGO DEL PRECIO PACTADO?**

	Frecuencia	Porcentaje
Muy Permanente	4	9%
Permanente	15	34%
Eventual	17	39%
Coyuntural	5	11%
Nada	3	7%
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>

Fuente: Resultados de Frecuencias del SPSS

**GRÁFICO N° 16: ¿PARA LA ADQUISICIÓN DE LICORES IMPORTADOS SOLICITA CRÉDITOS PARA EL PAGO DEL PRECIO PACTADO?**



Fuente: Encuesta; Elaboración propia

**INTEPRETACIÓN:** El 39% de los encuestados respondió que para la adquisición de licores importados eventualmente solicita créditos para el pago del precio pactado, El 34% de los encuestados respondió que para

la adquisición de licores importados permanentemente solicita créditos para el pago del precio pactado, El 11% de los encuestados respondió que para la adquisición de licores importados coyunturalmente solicita créditos para el pago del precio pactado, El 9% de los encuestados respondió que para la adquisición de licores importados muy permanentemente solicita créditos para el pago del precio pactado y El 7% de los encuestados respondió que para la adquisición de licores importados nunca solicita créditos para el pago del precio pactado.

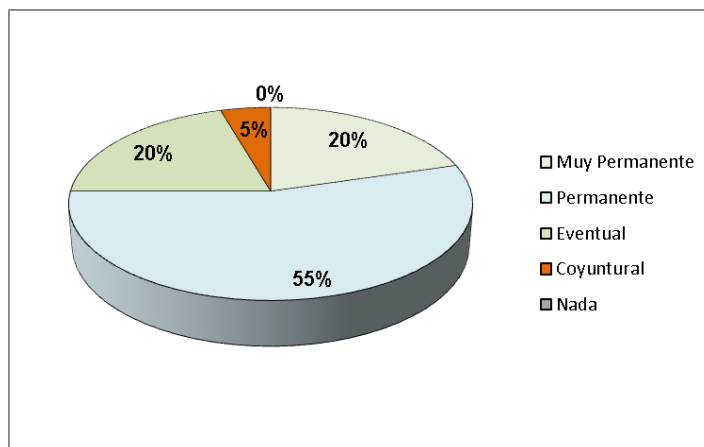
**ANÁLISIS:** Esto nos indica que casi que existe una buena proporción de Negocios de Licores de Importación ubicados en el Centro Comercial “Polvos Rosados” que al momento de la adquisición de los licores importados solicitan créditos para el pago del precio pactado. Esto quiere decir que al momento de desarrollar las negociaciones con los proveedores extranjeros, para la mejor gestión de pagos solicitan créditos lo que permite desarrollar una mejor gestión de los costos de importación. Sin embargo hay que destacar que también existe una proporción aunque mínima que no solicita con tanta frecuencia dichos créditos, por lo que tienen que no permite reducir sus costos al momento de desarrollar las importaciones.

**TABLA Nº 30: ¿ES RELEVANTE PARA USTED TOMAR EN CUENTA EL FLETE DE TRASLADO DE LOS LICORES?**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Muy Permanente</b>	9	20%
<b>Permanente</b>	24	55%
<b>Eventual</b>	9	20%
<b>Coyuntural</b>	2	5%
<b>Nada</b>	0	0%
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>

Fuente: Resultados de Frecuencias del SPSS

**GRÁFICO Nº17: ¿ES RELEVANTE PARA USTED TOMAR EN CUENTA EL FLETE DE TRASLADO DE LOS LICORES?**



**Fuente: Encuesta; Elaboración propia**

**INTERPRETACIÓN:** El 55% de los encuestados respondió que permanentemente es relevante tomar en cuenta el flete de traslado de los licores, El 20% de los encuestados respondió que eventualmente es relevante tomar en cuenta el flete de traslado de los licores, El 20% de los encuestados respondió que muy permanentemente es relevante tomar en cuenta el flete de traslado de los licores, El 5% de los encuestados respondió que coyunturalmente es relevante tomar en cuenta el flete de traslado de los licores, y El 0% de los encuestados respondió que nunca es relevante tomar en cuenta el flete de traslado de los licores.

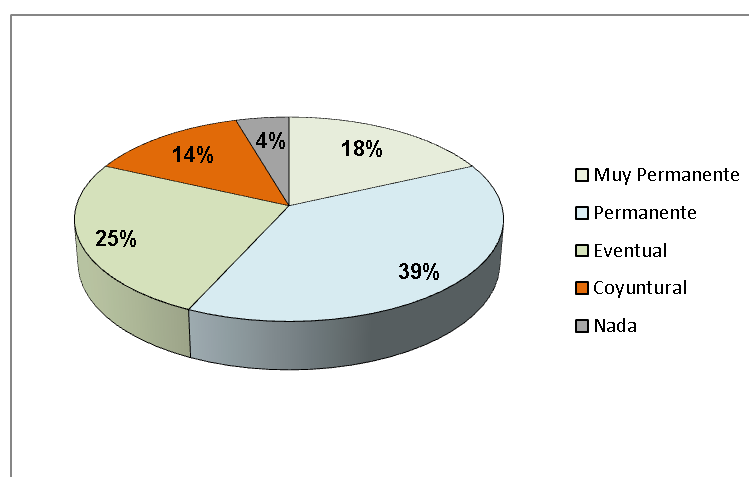
**ANÁLISIS:** Esto indica que existe una gran proporción de Negocios de Importación de Licores del Centro Comercial “Polvos Rosados” que consideran relevante tomar en cuenta el flete de traslado de los licores al momento de desarrollar sus importaciones. Es decir el encontrar el flete más adecuado con respecto a las necesidades que poseen dichos importadores es relevante para poder reducir sus costos adecuadamente, lo que permitirá ofrecer precios más atractivos al momento de ofertar sus productos.

**TABLA N°31: ¿CONSIDERA USTED RELEVANTE EL TOMAR EN CUENTA  
LOS SEGUROS PARA IMPORTAR LOS LICORES?**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Muy Permanente</b>	8	18%
<b>Permanente</b>	17	39%
<b>Eventual</b>	11	25%
<b>Coyuntural</b>	6	14%
<b>Nada</b>	2	5%
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>

Fuente: Resultados de Frecuencias del SPSS

**GRÁFICO N°18: ¿CONSIDERA USTED RELEVANTE EL TOMAR EN  
CUENTA LOS SEGUROS PARA IMPORTAR LOS LICORES?**



Fuente: Encuesta; Elaboración propia

**INTERPRETACIÓN:** El 39% de los encuestados respondió que permanentemente consideran relevante el tomar en cuenta los seguros para importar los licores, El 25% de los encuestados respondió que eventualmente consideran relevante el tomar en cuenta los seguros para importar los licores, El 18% de los encuestados respondió que muy permanentemente consideran relevante el tomar en cuenta los seguros para importar los licores, El 14% de los encuestados respondió que coyunturalmente consideran relevante el tomar en cuenta los seguros para importar los licores y El 4% de los encuestados respondió que nunca consideran relevante el tomar en cuenta los seguros para importar los licores.

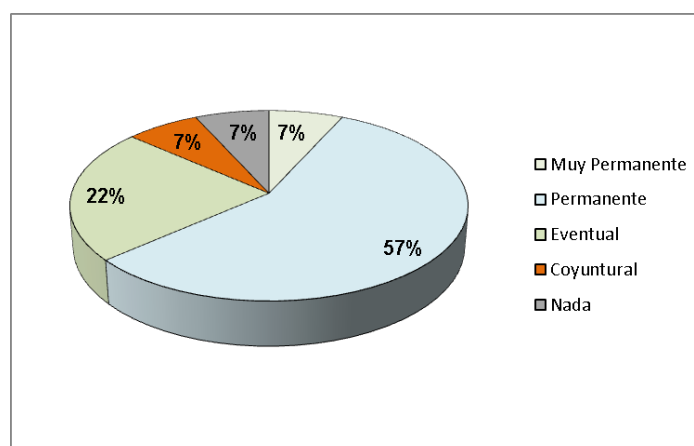
**ANÁLISIS:** Existe una gran cantidad de Negocios de Importación de Licores ubicados en el Centro Comercial “Polvos Rosados” que consideran relevante el tomar en cuenta los seguros al momento de desarrollar sus importaciones. Esto es fundamental en lo que respecta a los términos internacionales en el comercio exterior, ya que es con los proveedores extranjeros es decir los exportadores con los que se pactara como también flete el seguro que se acogerá para el transporte. Asimismo existe una proporción aunque mínima que no considera relevante dichos seguros, lo que quita seriedad al proceso de importación.

**TABLA N°32: ¿TOMA EN CUENTA EN LA IMPORTACIÓN DE LICORES EL VOLUMEN DE ESTOS PRODUCTOS?**

	Frecuencia	Porcentaje
Muy Permanente	3	7%
Permanente	25	57%
Eventual	10	23%
Coyuntural	3	7%
Nada	3	7%
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>

Fuente: Resultados de Frecuencias del SPSS

**GRÁFICO N°19: ¿TOMA EN CUENTA EN LA IMPORTACIÓN DE LICORES EL VOLUMEN DE ESTOS PRODUCTOS?**



Fuente: Elaboración Propia

**INTEPRETACIÓN:** El 57% de los encuestados respondió que permanentemente toman en cuenta en la importación de licores el volumen de dichos productos, El 22% de los encuestados respondió que eventualmente toman en cuenta en la importación de licores el volumen de dichos productos, El 7% de los encuestados respondió que muy permanentemente toman en cuenta en la importación de licores el volumen de dichos productos, El 7% de los encuestados respondió que coyunturalmente toman en cuenta en la importación de licores el volumen de dichos productos y El 7% de los encuestados respondió que nunca toman en cuenta en la importación de licores el volumen de dichos productos.

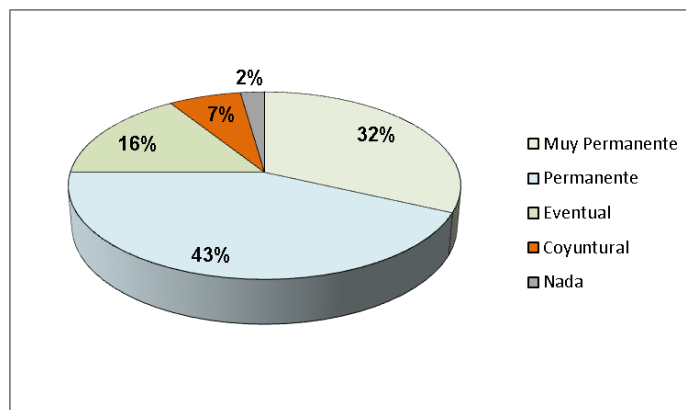
**ANÁLISIS:** La mayoría de los Negocios de Importación de Licores del Centro Comercial “Polvos Rosados” toman en cuenta en la importación de licores el volumen de dichos productos. Esto refleja un gran interés por parte de dichos importadores por el adquirir el volumen adecuado de importación, a la vez que utilizan herramientas como el despacho simplificado el cual puede ser usado cuando se trata de volúmenes de importación no tan grandes, lo cual caracteriza a dichos negocios.

**TABLA N°12: ¿PARA ADQUIRIR LICORES IMPORTADOS CONSIDERA NECESARIO UNIRSE CON OTRO VENDEDORES PARA SOLICITAR MAYORES CANTIDADES DE LICORES?**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Muy Permanente</b>	14	32%
<b>Permanente</b>	19	43%
<b>Eventual</b>	7	16%
<b>Coyuntural</b>	3	7%
<b>Nada</b>	1	2%
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>

Fuente: Resultados de Frecuencias del SPSS

**GRÁFICO N°20: ¿PARA ADQUIRIR LICORES IMPORTADOS CONSIDERA NECESARIO UNIRSE CON OTRO VENDEDORES PARA SOLICITAR MAYORES CANTIDADES DE LICORES?**



**Fuente: Encuesta; Elaboración propia**

**INTEPRETACIÓN:** El 43% de los encuestados respondió que para adquirir licores importados permanentemente consideran necesario unirse con otro vendedor para solicitar mayores cantidad de licores, El 32% de los encuestados respondió que para adquirir licores importados muy permanentemente consideran necesario unirse con otro vendedor para solicitar mayores cantidad de licores, El 16% de los encuestados respondió que para adquirir licores importados eventualmente consideran necesario unirse con otro vendedor para solicitar mayores cantidad de licores, El 7% de los encuestados respondió que para adquirir licores importados coyunturalmente consideran necesario unirse con otro vendedor para solicitar mayores cantidad de licores y El 2% de los encuestados respondió que para adquirir licores importados nunca consideran necesario unirse con otro vendedor para solicitar mayores cantidad de licores.

**ANÁLISIS:** Esto nos indica que existe una gran proporción de Negocios de Importación de Licores del Centro Comercial “Polvos Rosados” que suelen unirse con otros importadores para poder adquirir mayores volúmenes de importación, ya que individualmente no logran sumar una buena cantidad concorde a la demanda que se tiene respecto a dichos productos y a los precios que ofertan. Asimismo el hacer uso de esta estrategia se permite reducir en costos de importación.

## **CAPITULO V: CONPROBACIÓN DE HIPÓTESIS.**

### **4.4.1. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS GENERAL**

#### **a) IDENTIFICACIÓN DE DATOS**

Tipo de Estudio	:	Transversal
Nivel de Investigación	:	Relacional
Objetivo Estadístico	:	Correlacionar
Variables de Estudio	:	Ordinal - Ordinal
Variable Dependiente	:	Costos de Importación (VD)
Variable Independiente	:	Beneficios de Zofratacna (VI)

#### **b) REDACCIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL**

Para efectuar el Interpretación estadístico tenemos:

##### **Hipótesis Nula**

$H_0$ : “Los beneficios de ZOFRATACNA, influyen en los costos de importación de los negocios de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna”

##### **Hipótesis Alterna**

$H_1$ : “Los beneficios de ZOFRATACNA, no influyen en los costos de importación de los negocios de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna”

#### **c) DETERMINAR EL NIVEL ALFA**

ALFA = 5% = 0.05

El Nivel de Significancia o prueba de error será de 0.05

#### **d) DETERMINACIÓN LA PRUEBA ESTADISTICA**

Considerando los diferentes tipos de correlaciones, elegiremos la prueba estadística que se adecue a los tipos de medición de cada variable, la cual es la prueba de estadística de t-student, a través de un modelo de regresión lineal simple:



**TABLA N°34: MODELO DE REGRESIÓN LINEAL SIMPLE**

Coeficientesa						
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.
		B	Error típ.	Beta		
1	(Constant	-.179	.708		-.253	.802
	BENEFICI	.997	.033	.978	30.400	.000

a. Variable dependiente: COSTOSIMPORTA

**Fuentes: Encuesta; Resultados SPSS**

**Dónde:**

Nivel de Significancia = 5% = 0.05

**Tenemos que:**

P-Valor = 0.000 < Alfa = 0.05

**Coefficiente de Determinación**

Coefficiente de Determinación =  $R^2 = (0.978)^2 = 0.957$

**TABLA N°35: COEFICIENTE DE DETERMINACION**

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	.978	.957	.955	.49395

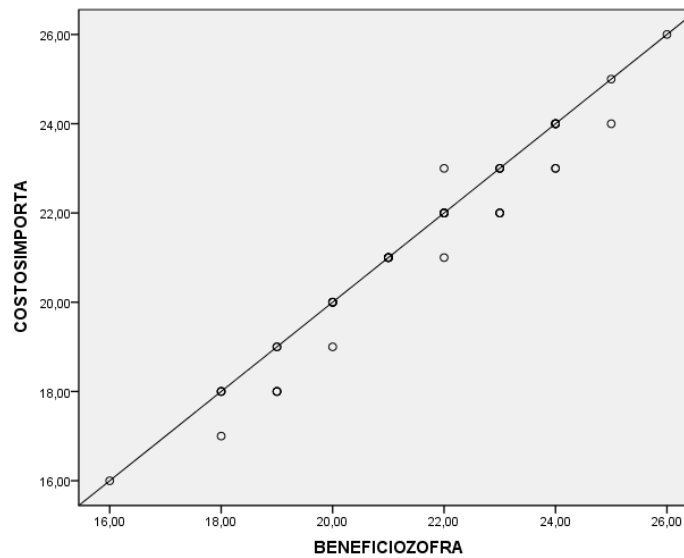
a. Variables predictoras: (Constante), BENEFICIOZOFRA

**Fuente: Encuesta; Resultados SPSS**

**Evaluación gráfica de dispersión:**

Para determinar si la relación es positiva o negativa

### GRÁFICO Nº 21: GRÁFICA DE DISPERSIÓN



**Fuente: Encuesta; Resultados SPSS**

Como se puede observar en la gráfica de dispersión, los valores que tienen ambas variables tienen una tendencia lineal positiva, que demuestra la relación entre ambas variables.

#### **Teniendo como Definición que:**

Después de realizar la prueba estadística “t” student, a través de un modelo de regresión lineal simple, se puede concluir que la variable Beneficios de Zofratacna influye en los Costos de Importación de los Negocios de Licores del Centro Comercial “Polvos Rosados”

A raíz que estadísticamente el modelo nos arroja un “t” student de 30.400 (mayor a 1.96 a un nivel de significancia del 95%), y un nivel de significancia de 0.000 (p-value menor de 0.05), lo cual nos indica que la variable Beneficios de Zofratacna influye o contribuye en los Costos de Importación de los Negocios de Licores del Centro Comercial “Polvos Rosados”.

Por ende se determina el modelo de regresión lineal simple, estableciéndose los coeficientes de incidencia en la variable independiente (Beneficios de Zofratacna) planteada, donde ésta termina influenciando a la variable dependiente (Costos de Importación). En ese sentido, el modelo planteado es el siguiente:

$$Y = -0.179 + 0.997X$$

Asimismo El Coeficiente de Determinación (R-squared), el cual nos sirve para poder medir el grado de ajuste que tiene nuestro modelo planteado en la investigación, denota un coeficiente de determinación con un valor de 95,70%, revelando que las variables antes mencionadas se ajustan al modelo; es decir, explican mejor el modelo, en el sentido real que los Beneficios de Zofratacna inciden en los Costos de Importación de los Negocios de Licores del Centro Comercial “Polvos Rosados”.

**e) DECISIÓN:**

Como el coeficiente t-student obtenido presenta un valor de 30.400 (mayor a 1.96 a un nivel de significancia del 95%), y un nivel de significancia de 0.000 (p-value menor de 0.05), se rechaza la Hipótesis Nula (H0) y se acepta la Hipótesis Alterna (H1); indicando que, la Variable Independiente (Beneficios de Zofratacna) tiene una importante influencia en la Variable Dependiente (Costos de Importación).

Con esto, validamos nuestra hipótesis determinando que:

**“Los beneficios de ZOFRATACNA, influyen en los costos de importación de los negocios de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna”**

#### **4.4.2. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECÍFICAS 1**

**a) IDENTIFICACIÓN DE DATOS E HIPÓTESIS**

Tipo de estudio	:	Transversal
Nivel de Investigación	:	Relacional
Objetivo estadístico	:	Comparar
Variable de estudio	:	Beneficios de Zofratacna

**b) REDACCIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1**

**Hipótesis Nula**

H<sub>0</sub>: “La beneficios de ZOFRATACNA, para la importación de licores

en la ciudad de Tacna. Son deficientes”

### Hipótesis Alterna

H<sub>1</sub>: “Los beneficios de ZOFRATACNA, para la importación de licores en la ciudad de Tacna. Son eficientes”

### c) PRUEBA ESTADÍSTICA

Para comprobar el nivel de eficiencia de la variable independiente Beneficios de Zofratacna, se utilizó la totalidad de la muestra de dicha variable, con la cual se decidirá si se rechaza la hipótesis nula la cual afirma que los Beneficios de Zofratacna son deficientes (media menor al valor de prueba 15). Es decir para efectos de la comprobación de hipótesis debemos definir si existe diferencia significativa entre la media real y el valor de prueba, asimismo esta debe ser positiva para rechazar la hipótesis nula.

Por lo tanto para definir si existe diferencia significativa, aplicaremos T Student para una muestra

Para aplicar la prueba de T Student para una muestra debemos definir si existe normalidad en esta.

**TABLA N° 36: PRUEBA DE KOLMOGOROV SMIRNOV**

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra		BENEFICIO ZOFRA
N		44
Parámetros normalesa,b	Media	21.4773
	Desviación típica	2.29751
Diferencias más extremas	Absoluta	.113
	Positiva	.087
	Negativa	-.113
Z de Kolmogorov-Smirnov		.748
Sig. asintót. (bilateral)		.631

a. La distribución de contraste es la Normal.  
b. Se han calculado a partir de los datos.

**Fuente: Encuesta; Resultados SPSS**

**Dónde:**

Nivel de significancia = 0.05

Por lo que:

El coeficiente de Beneficios de Zofratacna:  $0.631 > 0.05$  Si existe Normalidad

Comprobado que existe normalidad en la muestra de Beneficios de Zofratacna aplicaremos la prueba T Student para una muestra:

**TABLA Nº 37: PRUEBA DE T STUDENT PARA UNA MUESTRA**

Prueba para una muestra						
	Valor de prueba = 15					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
BENEFICIO ZOFRA	18.701	43	.000	6.47727	5.7788	7.1758

**Fuente:** Encuesta; Resultados SPSS

**Dónde:**

El nivel de significancia = 0.05

El P (valor) =  $0.000 < 0.05$  Por lo tanto si hay diferencias significativas

**TABLA Nº 38: ESTADÍSTICOS PARA UNA MUESTRA**

Estadísticos para una muestra				
	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
BENEFICIO ZOFRA	44	21.4773	2.29751	.34636

**Fuente:** Encuesta; Resultados SPSS

**Considerando que:**

La media de la muestra es 24.4773 y el valor de prueba es de 15, y el coeficiente t-student es positivo al igual que la diferencia de

medias, se puede concluir que la media está por encima del valor de prueba.

**d) DECISIÓN:**

P-Valor = 0.000 <  $\alpha$ =0.05 Por lo tanto:

Si la probabilidad obtenida es P-Valor < Alfa, se Acepta H1 (Rechaza H0). Como el P –Valor obtenido presenta un valor de 0.000 (menor a 0.05), se rechaza la Hipótesis Nula (H0) y se acepta la Hipótesis Alterna (H1), además considerando que la media del coeficiente t-student es positiva al igual que la diferencia de medias, se tiene que la media real está por encima del valor de prueba.

Con esto, validamos nuestra hipótesis determinando que:

“Los beneficios de ZOFRATACNA, para la importación de licores en la ciudad de Tacna. Son eficientes”

**4.4.3. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECÍFICAS 2**

**a) IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES**

Tipo de estudio	:	Transversal
Nivel de Investigación	:	Relacional
Objetivo estadístico	:	Comparar
Variable de estudio	:	Costos de Importación

**b) REDACCIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL**

**Hipótesis Nula**

H<sub>0</sub>: “Los costos de importación de los negocios de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna. Son deficientes”

**Hipótesis Alterna**

H<sub>1</sub>: “Los costos de importación de los negocio de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna. Son eficientes”

**c) PRUEBA ESTADÍSTICA**

Para comprobar el nivel de eficiencia de la variable dependiente Costos de Importación, se utilizó la totalidad de la muestra de dicha

variable, con la cual se decidirá si se rechaza la hipótesis nula la cual afirma que los Costos de Importación son deficientes (media menor al valor de prueba 15). Es decir para efectos de la comprobación de hipótesis debemos definir si existe diferencia significativa entre la media real y el valor de prueba, asimismo esta debe ser positiva para rechazar la hipótesis nula.

Por lo tanto para definir si existe diferencia significativa, aplicaremos T Student para una muestra

Para aplicar la prueba de T Student para una muestra debemos definir si existe normalidad en esta.

**TABLA Nº 39: PRUEBA DE KOLMOGOROV SMIRNOV**

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra		
		COSTOSIMPORTA
N		44
Parámetros normales a,b	Media	21.2273
	Desviación típica	2.34137
Diferencias más extremas	Absoluta	.129
	Positiva	.098
	Negativa	-.129
Z de Kolmogorov-Smirnov		.858
Sig. asintót. (bilateral)		.454

a. La distribución de contraste es la Normal.  
b. Se han calculado a partir de los datos.

**Fuente: Encuesta; Resultados SPSS**

**Dónde:**

Nivel de significancia = 0.05

Por lo que:

El coeficiente de Costos de Importación:  $0.454 > 0.05$  Si existe Normalidad

Comprobado que existe normalidad en la muestra de Costos de Importación aplicaremos la prueba T Student para una muestra:

**TABLA Nº 40: PRUEBA DE T STUDENT PARA UNA MUESTRA**

Prueba para una muestra						
	Valor de prueba = 15					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
COSTOSIMPORTA	17.642	43	.000	6.22727	5.5154	6.9391

**Fuente:** Encuesta; Resultados SPSS

**Dónde:**

El nivel de significancia = 0.05

El P (valor) = 0.000 < 0.05 Por lo tanto si hay diferencias significativas

**TABLA Nº 41: ESTADÍSTICOS DE MUESTRAS RELACIONADAS**

Estadísticos para una muestra				
	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
COSTOSIMPORTA	44	21.2273	2.34137	.35298

**Fuente:** Resultados SPSS

**Considerando que:**

La media de la muestra es 21.2273 y la prueba de valor es de 15, y el coeficiente t-student es positivo al igual que la diferencia de medias, se puede concluir que la media está por encima del valor de prueba.

**d) DECISIÓN:**

P-Valor = 0.000 < alfa=0.05 Por lo tanto:

Si la probabilidad obtenida es P-Valor < Alfa, se Acepta H1 (Rechaza H0). Como el P –Valor obtenido presenta un valor de 0.000 (menor a 0.05), se rechaza la Hipótesis Nula (H0) y se acepta la Hipótesis Alternativa (H1), además considerando que la media del coeficiente t-student es positiva al igual que la diferencia de medias, se tiene que la media real está por encima del valor de prueba.

Con esto, validamos nuestra hipótesis determinando que:



**“Los costos de importación de los negocio de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna. Son eficientes”**

## **CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS**

### **CONCLUSIONES**

1. Se han logrado los objetivos trazados en el capítulo I. Resaltando el objetivo genérico; en sentido que los beneficios de ZOFRATACNA, si inciden en los costos de los negocios de importación de licores ubicados en el centro comercial Polvos Rosados.
2. Se ha validado la Hipótesis Genérica  
“Los beneficios de ZOFRATACNA, Influyen en los costos de importación de los negocios de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna”  
Esta aseveración se realiza en vista que; el coeficiente t-student obtenido presenta un valor de 30.400 (mayor a 1.96 a un nivel de significancia del 95%), y un nivel de significancia de 0.000 (p-value menor de 0.05), se rechaza la Hipótesis Nula (H0) y se acepta la Hipótesis Alterna (H1); indicando que, la Variable Independiente (Beneficios de Zofratacna) tiene una importante influencia en la Variable Dependiente (Costos de Importación).
3. Así mismo se ha validado la hipótesis específica siguiente:  
“Los beneficios de ZOFRATACNA, para la importación de licores en la ciudad de Tacna. Son eficientes”  
Aseveración realizada en vista que; la probabilidad obtenida es P-Valor < Alfa, se Acepta H1 (Rechaza H0). Como el P –Valor obtenido presenta un valor de 0.000 (menor a 0.05), se rechaza la Hipótesis Nula (H0) y se acepta la Hipótesis Alterna (H1), además considerando que la media del coeficiente t-student es positiva al igual que la diferencia de medias, se tiene que la media real está por encima del valor de prueba
4. Finalmente se concluye que validando la hipótesis específica:  
“Los costos de importación de los negocio de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna. Son eficientes”  
Aseveración realizada en vista que; la probabilidad obtenida es P-Valor < Alfa, se Acepta H1 (Rechaza H0). Como el P –Valor obtenido presenta un valor de 0.000 (menor a 0.05), se rechaza la Hipótesis Nula (H0) y se acepta la Hipótesis Alterna (H1), además considerando que la media del coeficiente t-

student es positiva al igual que la diferencia de medias, se tiene que la media real está por encima del valor de prueba

### **SUGERENCIAS**

1. Los negocios de importación de licores ubicados en el centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna, deben realizar coordinaciones permanentes a efectos de estar vigilantes sobre la estabilidad de ZOFRATACNA, y se asegure la vigencia de las normas de creación y beneficios tributarios existentes.
2. Los negocios antes citados objeto de la presente investigación deben propender a reducir costos en los diferentes niveles de la gestión de sus respectivas empresas a efectos de ser más competitivos y obtener mayores utilidades.
3. Realizar inversiones a efectos de obtener un centro especializado de venta de licores importados, más accesible a los demandantes nacionales y extranjeros. Esta decisión mejoraría el mercado de venta de estos productos y mejoraría los beneficios económicos de dichas empresas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Grosse, R. (1992). International Business (segunda edición) Ed. Irwin, USA
2. Álvarez, J. (2004) Plan de Negocios de exportación de mezcal La Feria al mercado de la República Federativa del Brasil. Universidad de las Américas Puebla, México
3. Daniels, S., Jhon, D., Radebaugh, Lee H., Sullivan, D. (2013) Negocios Internacionales Ambientes y Operaciones (decimocuarta edición) Pearson Educación, México
4. Taggart, J. (1996) La esencia de los negocios internacionales. Prentice Hall, México D.F.
5. Paz, J; Benavides, H. (2008). Evolución de los precios de productos agrícolas. San José, CR, IICA
6. Rosenwald, P. (2001). Surveying the Latin American Landscape. Catalog Age 18:2
7. Wiggins, J., Flood, C. (2008) Coke to Shrink Size of Cans in Hong Kong. Financial Times.
8. Cellich, C. (2001) FAQ... about Business Negotiations on the Internet. International Trade Forum 1.
9. Campoy, A. (2004) Think Locally. Wall Street Journal
10. Gopinath (2002) Fixed Price and Bargaining. Business Line
11. Molins, A. (2011) Logística Internacional. Escuela de organización Industrial. España
12. Soret Los Santos, I. (2010) Logística y Operaciones en la Empresa. Esic Editorial.
13. Cabrera, A. (2014) Logística Internacional: Una herramienta para la competitividad. Publicaciones ICEX
14. Sotomayor, J. I. (2011) La importación de materias primas y su impacto en la industria de productos químicos en el Ecuador en el periodo de 2009-2010. Universidad de Guayaquil. México
15. Alfaro, M. R. (2010) ¿Cómo se calculan los Costos de Importación? Actualidad Empresarial, N°209
16. Arcos, Y., Escalante, A. (2009) Zonas Francas como mecanismo de incentivo para la inversión en el Ecuador. Escuela Superior Politécnica del Litoral, Ecuador.
17. Carriquiry, D., Barceló, M. (2007) Reseña sobre las actividades desarrolladas en las zonas francas y su impacto en la economía de los países. Ejemplos de éxito en América.

18. Porter, M. (2001) Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior. Compañía Editorial Continental, México, D.F.
19. Chang, Ha-Joon (2006) Why Developing Countries Need Tariffs? How WTO NAMA Negotiations Could Deny Development Countries Right to a Future?, South Centre, Suiza.
20. Góngora, J. P., Medina, S. (2010) La política arancelaria y el comercio exterior. Comercio Exterior, Vol. 60. Num 3.
21. Samuelson, P. S.; Nordhaus W. D. (2001) Macroeconomía. McGraw-Hill.
22. Jarach, D. (2004). Finanzas Públicas y Derecho Tributario. Buenos Aires: AbeledoPerrot
23. Carbonell, M. (2004) Los derechos fundamentales en México. Serie Doctrina Jurídica N°158. México D.F. Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto de Investigaciones Jurídicas.
24. Umaña, M. (2002) Inversión Extranjera Directa en Centro América: El rol de la seguridad jurídica. CLACDS
25. Rvias, R. D. (2008) La importancia de la Zona Franca de Bogotá como herramienta gerencial de gestión logística para las empresas colombianas. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.
26. Mayuri, J. (2009) Transformación de mercancías para consumo: estrategia para mejorar el nivel de competitividad de las empresas importadoras de materias primas y productos intermedios. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima-Perú.
27. García, M. (2005) De las zonas y depósitos francos a los depósitos aduaneros. Boletín Económico de ICE ICE N° 2831
28. Llamazares, Olegario (2011) Guía Practica de los Incoterms 2010 (primera edición) Global Marketing Strategies, S.L.
29. Mercado, S. (2000) Comercio Internacional I: Mercadotecnia internacional importación-exportación (cuarta edición) Limusa Noriega Editores

#### **BIBLIOGRAFIAS WEB**

1. CENTRUM-Católica (2011) Obtenido de: Mercado de Bebidas Alcohólicas Importadas Reporte Anual 2011. Obtenido de: [http://www.centrum.pucp.edu.pe/centrumaldia/informes\\_pdf/informe\\_bebidas\\_alcoholicas\\_2011.pdf](http://www.centrum.pucp.edu.pe/centrumaldia/informes_pdf/informe_bebidas_alcoholicas_2011.pdf)
2. BCRP (27 de Abril del 2013) Obtenido de Informe Económico y Social Región Tacna. Obtenido de: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Proyeccion-Institucional/Encuentros-Regionales/2013/tacna/ies-tacna-2013.pdf>

3. Municipalidad Provincial de Tacna (2013) Obtenido de Exposición ZOFRATACNA. Obtenido de:  
<http://www.munitacna.gob.pe/archivos/pdcp2013/ExposicionZOFRATACNA.pdf>
4. ZOFRATACNA (Febrero del 2015) Obtenido de ZOFRATACNA EN CIFRAS IV TRIMESTRE 2014. Obtenido de:  
<http://www.zofratacna.com.pe/upload/transparencia/INFORME%20ESTADISTICO%202014%20-%20IV%20TRIM.pdf>
5. Cámara de Comercio de Lima (2014) Obtenido de Gremio de Importadores y Comerciantes de Vinos, Licores y otras Bebidas. Obtenido de:  
<http://www.camaralima.org.pe/principal>
6. Ministerio de Economía y Finanzas (2015) Obtenido de Política Aduanera. Obtenido de:  
[https://mef.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=article&id=290&Itemid=100856&lang=es](https://mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=290&Itemid=100856&lang=es)
7. SUNAT (2015) Obtenido de: ABC del Derecho tributario. Obtenido de:  
<http://www.teleley.com/revistaperuana/19abcR61.pdf>
8. SUNAT (2015). Obtenido de: INTA-PE.01.01 – Despacho Simplificado de Importación. Obtenido de:  
<http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/informca/DSIMPO.htm>

## **ANEXOS**

ANEXO 1: EMPRESAS IMPORTADORAS DE LICORES UBICADAS EN POLVOS ROSADOS

ANEXO 2: RESULTADOS OBTENIDOS POR VARIABLES DE ESTUDIO

ANEXO 3: MATRIZ DE CONSISTENCIA

## **ANEXOS**

**ANEXO 1: EMPRESAS IMPORTADORAS DE LICORES UBICADAS EN POLVOS ROSADOS**

<b>RURC</b>	<b>NOMBRE O RAZON SOCIAL</b>	<b>ACTIVIDAD ECONÓMICA</b>	<b>TIPO DE CONTRIBUYENTE</b>
10004006475	FLORES ENCINAS MARIA	VTA. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10004053741	JAHUIRA HUERTA BERNARDO	VTA. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10004389161	CHIQUI VELASQUEZ ALFREDO	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10004431681	BALTA MUSAJA TIBURCIA	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10004445746	VARGAS POMA MARISOL SUSANA	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10004621374	VELARDE DE FLORES JULIA	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10004915262	LAQUI SANCHEZ PREFECTA REYNA	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10005042262	QUISPE ANCCO ROSA HERMELINDA	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10005046888	JULI MACHACA BEATRIZ MERCEDES	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10005160702	TICONA CUTIPA MARIELEN	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS,	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO



		TABACO.	
10005168061	GUILLERMO SAAVEDRA EUFEMIA TEODOCIA	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10018582908	DAMIAN ROMERO AGRIPINA	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10018706674	CONDORI VARGAS VICTOR	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10106475526	GOMEZ BENITES ISIDRO DOMINGO	VTA. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10296053312	CURO MAMANI LIDIA	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10400200195	ATUSPARIA COLONIA LUIS FERNANDO	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10405535918	MAQUERA CACERES JOSE LUIS	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10407683817	COLQUE COLQUEHUANCA JUAN	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10407726001	MAMANI CRUZ ROBERT MARCOS	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10414713152	CATUNTA MENDOZA DAISY MARILU	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO

10415180875	MAMANI CHECALLA ROSA	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10419718764	ILLACHURA FLORES ELIZABETH CANDELARIA	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10450259247	LAYME MAMANI JUANA CECILIA	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10452779477	LAYME CATUNTA RUBEN JOEL	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10455346709	NINA PONGO LIDIA	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10458334205	CUTIPA OCAMPO SANDRA ROCIO	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10473402284	CHAMBI VILCA VICTOR RAUL	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10474835419	QUIROZ MONSALBE MATILDE	VTA. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10475710814	CHURA VENEGAS MARIA ALICIA	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10479410998	QUENAYA PONGO MARY LUZ	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
10702453092	CHIQUI TARAPA CESAR DANIEL	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO

20449366663	R-YUN E.I.R.L	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA
20532356971	IMPORT EXPORT CRISMAQ S.A.C.	VTA. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
20532464430	LICORERIA ROSA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - LICORERIA ROSA S.A.C.	VTA. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
20532527024	CORPORACION JULMACH S.A.C. - JULMACH S.A.C.	VTA. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
20532727112	IMPORT EXPORT ANGELLI E.I.R.L.	VTA. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA
20532727465	DISTRIBUCIONES MAR S. A. C.	VTA. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
20532746176	COMERCIAL VALILA E.I.R.L.	VTA. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA
20532915628	RED APPLES EXPORT & IMPORT E.I.R.L.	VTA. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA
20532977577	IMPORT EXPORT JOSE MANUEL EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	VTA. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA

20532995711	DISTRIBUIDORA & COMERCIAL MARITZANA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA
20533038973	GILEMARO E.I.R.L.	VTA. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA
20533085891	R Y M IMPEXSA S.A.C.	VTA. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
20533201556	COMERCIAL PRISCILA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - COMERCIAL PRISCILA E.I.R.L.	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA

**Fuente:** SUNAT (2015)

**ANEXO 2**  
**RESULTADOS OBTENIDOS POR VARIABLES DE ESTUDIO**

<b>N° de Encuesta</b>	<b>Costos de importación Y Puntaje</b>	<b>Beneficios de Zofratacna X Puntaje</b>
1	18	17
2	19	18
3	25	24
4	23	23
5	21	21
6	22	22
7	20	20
8	19	19
9	20	20
10	18	18
11	18	18
12	23	22
13	22	21
14	26	26
15	18	18
16	22	22
17	24	24
18	25	25
19	20	19
20	19	18
21	23	23
22	24	24
23	24	23
24	24	23
25	23	22
26	21	21
27	22	22
28	19	19
29	24	24
30	20	20
31	23	23
32	24	24
33	22	23

<b>34</b>	<b>21</b>	<b>21</b>
<b>35</b>	<b>19</b>	<b>18</b>
<b>36</b>	<b>21</b>	<b>21</b>
<b>37</b>	<b>20</b>	<b>20</b>
<b>38</b>	<b>16</b>	<b>16</b>
<b>39</b>	<b>21</b>	<b>21</b>
<b>40</b>	<b>22</b>	<b>22</b>
<b>41</b>	<b>21</b>	<b>21</b>
<b>42</b>	<b>22</b>	<b>22</b>
<b>43</b>	<b>24</b>	<b>24</b>
<b>44</b>	<b>23</b>	<b>22</b>

**Fuente; Encuesta; Elaboración propia**

**ANEXO 3**

**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

**“INCIDENCIA DE LOS BENEFICIOS DE ZOFRATACA EN LOS COSTOS DE LOS NEGOCIOS DE IMPORTACION DE LICORES DEL CENTRO COMERCIAL DE POLVOS ROSADOS. CIUDAD DE TACNA 2014-2015”**

<b>Formulación del Problema</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Variables e Indicadores</b>
<p><b>Problema General.</b></p> <p>¿Cuál es el grado de incidencia de los beneficios de ZOFRATACNA, en los costos de importación de los negocios de licores de los negocios del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna. 2014-2015?</p>	<p><b>Objetivo General.</b></p> <p>Determinar el grado de incidencia de los beneficios de ZOFRATACNA, en los costos de importación de los negocios de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna, para el mejor desarrollo de actividades de importación de negocios de licores.</p>	<p><b>Hipótesis General.</b></p> <p>H1= los beneficios de ZOFRATACNA, influyen en los costos de importación de los negocios de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna.</p> <p>H0= los beneficios de ZOFRATACNA, no influyen en los costos de importación de los negocios de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna.</p>	<p><b>Variable Dependiente (VD) Costos de Importación</b></p> <p><b>Indicadores:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Precios de productos importados</li> <li>2. Transporte de mercadería</li> <li>3. Volúmenes de compra de importación</li> </ol>
<p><b>Problema Específico.</b></p> <p>¿Cuál es la condición de los beneficios de ZOFRATACNA, para la importación de licores en la ciudad de Tacna. 2014-2015?</p> <p>¿Cuál es la condición de los costos de importación de los negocios de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna. 2014-2015?</p>	<p><b>Objetivos Específicos.</b></p> <p>Determinar la condición de los beneficios de ZOFRATACNA, para la importación de licores en la ciudad de Tacna, para el mejor entendimiento de dicho mecanismo.</p> <p>Determinar la condición de los costos de importación de los negocios de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna, para el mejor entendimiento del desempeño de dichos negocios.</p>	<p><b>Hipótesis Específicas.</b></p> <p><b>Hipótesis Específica 1</b>  <b>H1:</b> los beneficios de ZOFRATACNA, para la importación de licores en la ciudad de Tacna. Son eficientes</p> <p><b>H0:</b> los beneficios de ZOFRATACNA, para la importación de licores en la ciudad de Tacna.. Son deficientes</p> <p><b>Hipótesis Específica 2</b>  <b>H1:</b> los costos de importación de los negocio de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna. Son eficientes</p> <p><b>H0:</b> los costos de importación de los negocios de licores del centro comercial Polvos Rosados de la ciudad de Tacna. Son deficientes</p>	<p><b>Variable Independiente (VI) Beneficios de Zofratacna</b></p> <p><b>Indicadores:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Política aduanera favorable</li> <li>2. Tributación</li> <li>3. Seguridad jurídica</li> </ol>