



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**“BARRERAS COMERCIALES Y SU IMPACTO EN LA  
COMERCIALIZACIÓN DE MEDICAMENTOS EN LA LINEA DE  
BOTICAS OTIFARMA PERÚ - 2022”**

Tesis para optar el título profesional de:

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

Presentado por:

Samira Gineth Ching Guevara (0000-0002-3328-8800)

Rebeca Huere Guevara (0000-0001-5988-3520)

Asesora:

Ana Cecilia Napan Yactayo (0000-0002-5754-8355)

Lima – Perú

2024

## ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Lima, 25 de abril de 2024

Los integrantes del Jurado de tesis:

Presidente	<b>MARIA CLAUDIA ESPIRITU MALLAUPOMA</b>
Miembro 1	<b>CHRISTIAN MAZZEI CORIA</b>
Miembro 2	<b>JULIO CESAR POBLETE BENITES</b>

Se reúnen para evaluar la tesis titulada:

**“BARRERAS COMERCIALES Y SU IMPACTO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE MEDICAMENTOS EN LA LINEA DE BOTICAS OTIFARMA PERÚ - 2022”**

Presentado por el(la) bachiller.

**SAMIRA GINETH CHING GUEVARA**  
**REBECA HUERE GUEVARA**

Para optar al título profesional de

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Asesorado(a) por:

**ANA CECILIA NAPAN YACTAYO**

Luego de haber evaluado el informe final de tesis y evaluado el desempeño de(l) (los) estudiante de la Carrera de **Administración de Negocios Internacionales** en la sustentación, concluyen de manera unánime (x) por mayoría simple ( ) calificar a:

Tesista:	<b>SAMIRA GINETH CHING GUEVARA</b>		
Nota (en letras):	<b>Diecisiete</b>		
Aprobado ( )	Aprobado - Muy buena (x)	Aprobado - Sobresaliente ( )	Desaprobado ( )

Tesista:	<b>REBECA HUERE GUEVARA</b>		
Nota (en letras):	<b>Diecisiete</b>		
Aprobado ( )	Aprobado - Muy buena (x)	Aprobado - Sobresaliente ( )	Desaprobado ( )

Los miembros del jurado firman en señal de conformidad.



\_\_\_\_\_  
**MARIA CLAUDIA ESPIRITU MALLAUPOMA**  
*Presidente(a) del Jurado*



\_\_\_\_\_  
**ANA CECILIA NAPAN YACTAYO**  
*Asesor(a)*



\_\_\_\_\_  
**CHRISTIAN MAZZEI CORIA**  
*Miembro 1*



\_\_\_\_\_  
**JULIO CESAR POBLETE BENITES**  
*Miembro 2*

**ANEXO: FORMATO DE DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE CONTENIDO DE INFORME FINAL DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR**

**DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE CONTENIDO DE INFORME FINAL DE TESIS / TRABAJO DE INVESTIGACIÓN<sup>1</sup>**

Lima, 30 de abril del 2024

Señor,  
Dr. Carlos Zavalaga Reyes  
**Director General de Investigación, Desarrollo e Innovación**  
**Universidad Científica del Sur**  
**Presente.** –

De nuestra consideración,

Yo: Samira Gineth Ching Guevara y Rebeca Huere Guevara, estudiante/egresado de la carrera de Administración de Negocios Internacionales de la Universidad Científica del Sur, en conjunto con el asesor/la asesora de tesis Ana Cecilia Napan Yactayo, declaramos que este informe final de tesis/trabajo de investigación titulado: *Barreras Comerciales y su Impacto en la Comercialización de Medicamentos en la Línea de Boticas Otifarma Perú - 2022*, sustentado para obtener el título/grado de Licenciadas en Administración de Negocios Internacionales es original.

Es decir, no contiene plagio parcial ni total, cuando se utilizó información de fuentes externas se reconoció la autoría mediante la adecuada citación y los resultados obtenidos son producto entero de mi (nuestra) investigación y no han sido falseados ni fabricados. Todo esto en cumplimiento del Código de ética en la investigación, Reglamento del Comité de Integridad Científica, Reglamento de Propiedad Intelectual, Normas y procedimientos de los trabajos de investigación para la obtención de títulos profesionales y grados académicos <sup>2</sup>, que afirmamos conocer en su totalidad.

Por ello, en caso de identificarse alguna situación de plagio, falsificación o fabricación de resultados, nos allanamos al proceso de investigación que establezca la Universidad y las posibles sanciones que pudieran surgir.

Firmamos en conformidad con lo declarado,



Firma tesista  
DNI: 70677516



Firma tesista  
DNI: 73455222



Firma del asesor de tesis  
DNI: 10066547

<sup>1</sup> En conformidad con la Resolución del Consejo Directivo N° 084-2022-SUNEDU/CD

<sup>2</sup> Los documentos están en: <https://investigacion.cientifica.edu.pe/reglamentos/>

## INFORME DE REVISIÓN DE ORIGINALIDAD

**Título del documento evaluado.** Barreras comerciales y su impacto en la comercialización de medicamentos en la línea de Boticas Otifarma Perú - 2022

**Autores.** Samira Gineth Ching Guevara; Rebeca Huere Guevara

**Mecanismo de revisión de originalidad.** Evaluación con Turnitin (ID : 2399835954).

**Resultado de la evaluación.** 7%

**Revisado por.** Magaly Kelly Guerrero Huaracallo.

**Comentarios sobre la revisión.** Filtros usados: excluir fuentes de menos de 12 palabras.

### v.3.0. Barreras comerciales y su impacto

#### INFORME DE ORIGINALIDAD



#### FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://repositorio.untumbes.edu.pe">repositorio.untumbes.edu.pe</a>	1 %
Fuente de Internet		
2	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a>	1 %
Fuente de Internet		
3	<a href="http://repositorioacademico.upc.edu.pe">repositorioacademico.upc.edu.pe</a>	<1 %
Fuente de Internet		
4	<a href="http://repositorio.cientifica.edu.pe">repositorio.cientifica.edu.pe</a>	<1 %
Fuente de Internet		
5	<a href="http://www.saludyfarmacos.org">www.saludyfarmacos.org</a>	<1 %
Fuente de Internet		
6	<a href="http://repositorio.uwiener.edu.pe">repositorio.uwiener.edu.pe</a>	<1 %
Fuente de Internet		

<b>ÍNDICE DE CONTENIDO</b>	
ÍNDICE DE CONTENIDO .....	3
ÍNDICE DE TABLAS.....	4
ÍNDICE DE FIGURAS.....	5
Resumen .....	8
Abstract.....	9
<b>CAPÍTULO I: PLANEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>10</b>
<b>1.1. Descripción de la Realidad Problemática .....</b>	<b>10</b>
<b>1.2. Formulación del problema .....</b>	<b>16</b>
<b>1.2.1. Problema general .....</b>	<b>17</b>
<b>1.2.2. Problemas específicos .....</b>	<b>17</b>
<b>1.3. Objetivos de la investigación .....</b>	<b>17</b>
<b>1.3.1. Objetivo general .....</b>	<b>17</b>
<b>1.3.2. Objetivos específicos .....</b>	<b>17</b>
<b>1.4. Justificación de la investigación .....</b>	<b>17</b>
<b>1.5. Limitaciones de la investigación .....</b>	<b>18</b>
<b>1.6. Viabilidad de la investigación.....</b>	<b>19</b>
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1. Antecedentes de la Investigación .....</b>	<b>19</b>
<b>2.2. Bases Teóricas.....</b>	<b>28</b>
<b>2.3. Definiciones Conceptuales .....</b>	<b>38</b>
<b>2.4. Formulación de Hipótesis.....</b>	<b>38</b>
<b>2.4.1. Hipótesis general .....</b>	<b>38</b>
<b>2.4.2. Hipótesis específicas.....</b>	<b>38</b>
<b>CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO .....</b>	<b>39</b>
<b>3.1. Diseño de la investigación.....</b>	<b>39</b>
<b>3.2. Tipo.....</b>	<b>39</b>
<b>3.3. Enfoque .....</b>	<b>39</b>
<b>3.4. Población .....</b>	<b>40</b>
<b>3.5. Muestra.....</b>	<b>40</b>
<b>3.6. Operacionalización de las variables.....</b>	<b>41</b>
<b>3.7. Técnicas para la recolección de datos.....</b>	<b>42</b>
<b>3.8. Técnica para el procesamiento y análisis de datos .....</b>	<b>43</b>
<b>3.9. Aspectos Éticos .....</b>	<b>43</b>
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS .....</b>	<b>43</b>
<b>CAPÍTULO V: DISCUSIÓN .....</b>	<b>51</b>

<b>CAPÍTULO VI: CONCLUSIÓN</b> .....	57
<b>CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES</b> .....	59
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	60
<b>ANEXOS</b> .....	66
<b>Anexo 1. Matriz de consistencia</b> .....	66
<b>Anexo 2: Matriz de Operacionalización</b> .....	67
<b>Anexo 3: Encuesta/Instrumento de Evaluación</b> .....	68
<b>Anexo 4. Juicio de expertos</b> .....	72
<b>Anexo 5: Consentimiento Informado</b> .....	81
<b>Anexo 6: Bases de datos de resultados de los instrumentos</b> .....	83

### ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Importación para el consumo según clasificación según uso o destino económico – CUODE, 2023 (Miles de US\$CIF) .....	13
<b>Tabla 2</b> Importaciones de medicamentos oncológicos.....	15
<b>Tabla 3</b> Operacionalización de variables .....	41
<b>Tabla 4</b> Validación de juicio de expertos.....	42
<b>Tabla 5</b> Prueba de confiabilidad de alfa de Cronbach.....	43
<b>Tabla 6</b> Distribución de frecuencias y porcentajes de los niveles de las barreras comerciales y la comercialización de medicamentos .....	43
<b>Tabla 7</b> Resumen del modelo .....	44
<b>Tabla 8</b> Coeficientes .....	45
<b>Tabla 9</b> Impacto positivo entre las barreras comerciales y comercialización de medicamentos en la línea de boticas Otifarma, Lima, Perú, 2022. ....	44
<b>Tabla 10</b> Impacto positivo entre las barreras comerciales y la gestión logística en la línea de boticas Otifarma, Lima, Perú, 2022 .....	46
<b>Tabla 11</b> Resumen del modelo .....	47
<b>Tabla 12</b> Coeficientes .....	47
<b>Tabla 13</b> Impacto positivo entre las barreras comerciales y la tecnología en la línea de boticas Otifarma, Lima, Perú, 2022 .....	47
<b>Tabla 14</b> Resumen del modelo .....	48
<b>Tabla 15</b> Coeficientes .....	48

<b>Tabla 16</b> Impacto positivo entre las barreras comerciales y el mercado en la línea de boticas Otifarma, Lima, Perú, 2022 .....	49
<b>Tabla 17</b> Resumen de modelo .....	49
<b>Tabla 18</b> Coeficientes .....	49

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Evolución de las importaciones de medicamentos para uso humano .....	14
<b>Figura 2</b> Esquema del tipo de investigación.....	39
<b>Figura 3</b> Cálculo de la muestra.....	40
<b>Figura 4</b> Dispersión de las puntuaciones de barreras comerciales y comercialización de medicamentos.....	45

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación está enfocada en la determinación de las barreras comerciales y el impacto que éstas tienen en la comercialización de los medicamentos, para ello se optó por desarrollar siete capítulos, los que presentamos de manera resumida a continuación:

En el capítulo I se precisa respecto al planteamiento del problema señalando las barreras comerciales que impactan en la comercialización de medicamentos en una línea de boticas en el Perú; fue redactado de manera fluida y clara con soporte científico. Asimismo, se formularon los objetivos del estudio, justificación, limitaciones y viabilidad.

El capítulo II esboza el marco teórico que contempla la revisión de estudios previos a nivel internacional y nacional; fortaleciéndose con las bases teóricas y conceptos de las variables y dimensiones, efectuando el respeto irrestricto de los autores.

En el capítulo III se detallaron los parámetros del estudio, como el diseño investigativo correlacional, de tipo aplicada y enfoque de carácter cuantitativo; presentándose la operacionalización de las variables, técnicas e instrumentos para la recolección de la información con sus respectivos procesos de validez y confiabilidad.

El capítulo IV expresa resultados emanados posterior de haber aplicado los cuestionarios, donde se reflejan tablas de frecuencia y porcentuales, así también resultados de los factores inferenciales como la regresión lineal y Rho Spearman.

Se presenta el capítulo V que concierne a la discusión de los resultados obtenidos refrendados con los estudios previos, teorías y conceptos.



En el capítulo VI se enfocan las conclusiones que parten de los datos resultantes obtenidos de las tablas de variables y sus respectivas dimensiones que corresponden a las hipótesis expuestas.

En el capítulo VII se declaran las recomendaciones las mismas que están basadas a partir de los análisis efectuados.

## Resumen

El objetivo principal del presente estudio fue determinar el impacto existente entre barreras comerciales y el comercio de medicamentos en la línea de boticas Otifarma, Lima, Perú, 2022. Se trató de una investigación no experimental de enfoque cuantitativo, nivel correlacional causal; de tipo aplicada. Su grupo poblacional lo constituyeron 82 especialistas trabajadores de la línea de boticas OTIFARMA. Se procedió utilizar la técnica encuesta y cuestionarios validados por expertos, lográndose recoger información referida a las variables propuestas. Al mismo tiempo los cuestionarios se sometieron al factor Alfa de Cronbach para calcular su confiabilidad de 0,854 y 0,869 respectivamente. Los resultados exteriorizaron una significancia estadística valorada en 0,000 y un índice de correlación de 0,960, expresando correlación muy alta; además de una regresión lineal valorada en 0,867 predice que la variable denominada barreras comerciales impacta en un 75% en la variable comercialización de medicamentos. La conclusión abordada determinó que Las barreras comerciales muestran un impacto en nivel medio, en la medida que se constituyen como medidas restrictivas en los diversos procesos comerciales, implantadas por el estado con la finalidad de evitar intercambios de productos y bienes con otros países.

**Palabras clave:** Barreras comerciales, gestión logística, comercialización, mercado.

### Abstract

The main objective of this study was to determine the impact that exists between trade barriers and the trade of medicines in the Otifarma drugstore line, Lima, Perú, 2022. It was tested from a quantitative approach research, causal correlational design; applied type. Its population group is made up of 82 specialist workers from the OTIFARMA apothecary line. We proceeded to use the survey technique and questionnaires validated by experts, managing to collect information referring to the proposed variables. At the same time, the instruments were subjected to Cronbach's Alpha test to calculate their reliability of 0.854 and 0.869 respectively. The results externalized a statistical significance valued at 0.000 and a coefficient of consequences of 0.960, expressing a very high correlation; In addition to a linear regression valued at 0.867, it predicts that the variable called trade barriers has a 75% impact on the drug marketing variable. The conclusion addressed will extend that Trade barriers show an impact at the medium level, to the extent that they are constituted as restrictive measures in the various commercial processes, implemented by the state in order to avoid exchanges of products and goods with other countries.

**Keywords:** Trade barriers, logistics, marketing, market.

## CAPÍTULO I: PLANEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1. Descripción de la Realidad Problemática

El intercambio de bienes y servicio es necesario para desarrollar las economías de los países. Este intercambio conocido como comercio internacional requiere cumplir con algunas reglas y restricciones, entre ellas las barreras comerciales (Cesce, 2022). Las barreras comerciales se fraccionan en: barreras de tipo arancelarias y no arancelarias aplicadas tanto a la exportación e importación, se utilizan muchas veces para equilibrar la balanza comercial, también como medida proteccionista en un ámbito productor frente a la competencia extranjera o para potenciar el intercambio comercial de ciertos sectores. Uno de los grandes problemas que se han visto en la actualidad es la gestión engorrosa de estas barreras al importar productos que tienen muchas regulaciones y requieren de varias certificaciones (Martínez, 2021).

Ibergobal (2021), las empresas se enfrentan a una multiplicidad de barreras y obstáculos en sus actividades internacionales, para lo que deben prepararse adecuadamente. Muchas son animadas a emerger a los mercados internacionales sin recursos y la preparación adecuada. Estudios actuales señalan que reduciendo las barreras al comercio internacional y la ferviente inversión foránea directa (IED) podría incentivar la producción y también el producto.

Como se puede ver, se está estudiando mejoras en el sistema del comercio internacional que puedan hacer un comercio más efectivo y eficiente, que permita acciones rápidas en caso de alguna circunstancia en el entorno que afecte a la comercialización de productos (Lagarde, 2018)

La comercialización de medicamentos en el Perú, ya viene arrastrando problemas como casos de corrupción, los procesos ineficientes de DIGEMID con un sistema administrativo precario y la falta de regulación a las empresas que forman monopolios para manejar los precios de las medicinas en el mercado. Los aranceles que se pagan por la importación de productos farmacéuticos, no hacen más que encarecerlos y ponerlos así lejos del alcance de numerosas personas que más los necesitan. Muchos otros medicamentos necesarios para la lucha contra el covid-19, han subido su valor comercial por el encarecimiento de los impuestos a las importaciones (Bejarano, 2023).

La importación de medicamentos en el Perú, está en crecimiento y esto permite que se puedan dar una mayor oferta a los clientes, pero existen ineficiencias que deben ser evaluadas por el Estado y las empresas en conjunto para lograr una sinergia (Andújar, 2021).

En un primer momento en que se inició la pandemia COVID-19, surgió un vertiginoso aumento de la demanda integral de bienes médicos necesarios para afrontarla, generando una preocupante escasez mundial de distintos elementos básicos para apresurar el diagnóstico de la enfermedad conjuntamente con su tratamiento. En un segundo momento, casi 90 países del mundo han implementado cierto tipo de medidas restrictivas que afectan directamente a la exportación de insumos y equipos de uso médico, medicinas, mascarillas y otros bienes primordiales que se necesitan para atender eficazmente la pandemia. EE. UU, China y Europa, que simbolizan casi el 70% de importaciones de este tipo de bienes por parte de las naciones ALC, han impuesto restricciones severas a las exportaciones de insumos y equipamiento de uso médico. Queda claro que estas

medidas son advertidas como transitorias y están abrigadas bajo las normativas que administran el comercio internacional por tratarse de escenarios de escasez clínica en los territorios nacionales, generando formidables distorsiones en el mercado, afectando profundamente a los países pobres y vulnerables, y por otro lado generan una cultura de represalia justamente cuando se requiere urgentemente de la cooperación internacional. En un tercer momento, las regulaciones de salud nacionales han generado barreras que afectan directamente la distribución de estos bienes (CEPAL, 2021).

El débil incremento de productividad en diversas economías modernas y de mercados considerados emergentes tras la crisis financiera de nivel internacional, está causando intranquilidades en torno a las perspectivas de desarrollo. Los denodados esfuerzos por arrasar las barreras comerciales han permanecido paralizados, pero el avance de acuerdos nuevos apunta a revertir esta tendencia. Dado que las barreras arancelarias tienen como finalidad impedir o amedrentar el ingreso de explícitas mercancías o servicios a un determinado país. Es decir que cuanto más alto sea el monto interpuesto en los aranceles de las mercancías, se torna mucho más difícil que logren ingresar y compitan contra la producción local de una nación de destino. Este panorama afecta directamente a la comercialización de medicamentos específicamente en el Perú, ya que sumado a ello están los problemas de corrupción, falta de regulación a los monopolios y procesos deficientes en los sistemas administrativos.

Ante esta situación se torna necesario conocer las importaciones de medicamentos esbozados en la tabla siguiente:

**Tabla 1**

*Importación para el consumo según clasificación según uso o destino económico – CUODE, 2023 (Miles de US\$CIF)*

CUODE	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	TOTAL
<b>TOTAL</b>	4,235,300.0	4,662.619.1	4,650.979.7	4,876,475	18,425,373.8
<b>BIENES DE CONSUMO</b>	915,296.3	1,085,828.3	988,107.0	1,013,490	4,002,722.4
<b>1. BIENES DE CONSUMO NO DURADERO</b>	561,415.5	626,050.4	590,684.6	614,457.2	2,392,607.8
11 PRODUCTOS ALIMENTICIOS	216,498.3	238,757.3	203,432.8	213,104.1	871,792.5
12 BEBIDAS	16,211.3	20,764.8	15,800.0	20,157.8	72,933.9
13 TABACO	830.4	928.4	897,9.0	1,051.7	3,708.4
14 PRODUCTOS FARMACEÚTICO Y DE TOCADOR	118,381.2	143,902.0	143,339.5	128,422.0	534,044.7
15 VESTUARIOS Y OTRAS CONFECCIONES TEXTILES	77,493.5	78,706.1	88,662.6	85,652.3	330,514.5
19 OTROS BIENES DE CONSUMO NO DURADERO	132,000.80	142,991.8	138,551.9	166,069.3	579,613.8

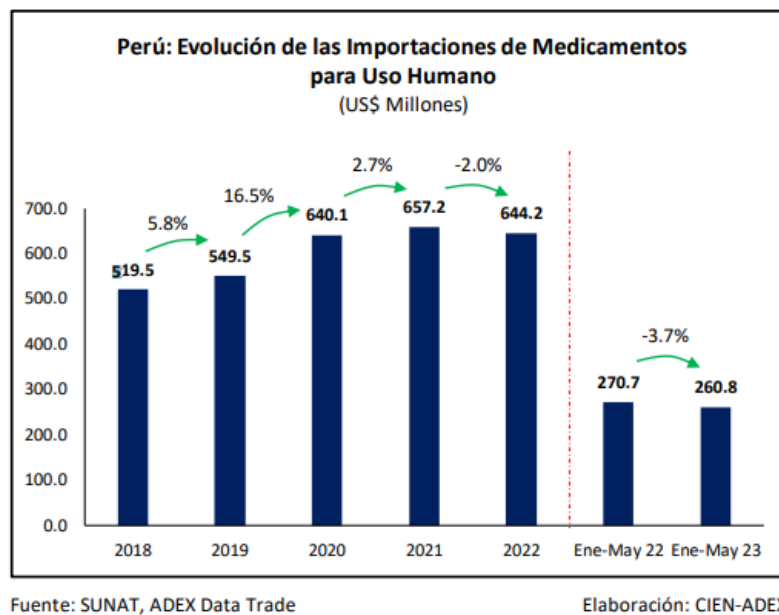
*Nota.* En cumplimiento de lo previsto en el literal b) del artículo 17 del TUO de la Ley de Transparencia.

La presente tabla señala datos importantes de las importaciones de productos farmacéuticos, los cuales ingresan por aduanas y son afectados por las tasas arancelarias, motivando su incremento de costo.

Los resultados de nuestras importaciones durante los dos primeros meses del año se atribuyen, por un lado, a la mejora económica global derivada de la flexibilización de restricciones y el progreso que reflejó la vacunación en la pandemia. Por otro lado, se debe al aumento de los precios de importación de bienes industriales, insumos alimentarios y combustibles. Prevemos que la tendencia actual de nuestras importaciones se mantenga, permitiendo al país contar con los productos necesarios para impulsar la reactivación económica y ofrecer a los ciudadanos más opciones de consumo. Sin embargo, es crucial rechazar cualquier intento de limitar nuestra conexión con el mundo.

**Figura 1**

*Evolución de las importaciones de medicamentos para uso humano*



Se evidencia que entre el año 2018 y 2022, las importaciones de medicamentos a Perú se incrementaron en promedio anual de 5,5% acentuándose las compras el 2020. Denotándose además que, al cerrar mayo de 2023, los medicamentos tuvieron una caída de 3,7% respecto al mismo período del año anterior (CIEN, 2023).

Estas cifras expresan una acentuada predisposición de que día a día dependemos más de las importaciones de medicamentos de otros países del primer mundo, pero no tanto por efectos de la deficiente tecnología, sino de irregularidades que siempre los han favorecido.

Este tipo de importaciones provenientes de países productores siempre están siendo afectadas por aranceles tributarios que a través de políticas y normativas impone aduanas, direccionando esto a un costo más elevado de los medicamentos que llegan al consumidor.

Por otro lado, las importaciones de medicamentos oncológicos disminuyeron tal y como se puede apreciar en la siguiente tabla:



**Tabla 2**

*Importaciones de medicamentos oncológicos*

LÍNEAS DE PRODUCTO	2020		2021		2022		2023	
	CIF *VOLUMEN		CIF *VOLUMEN		CIF *VOLUMEN		CIF *VOLUMEN	
Demás medicamentos para tratamiento oncológico	32576.019	53.219	35559.512	50.957	40530.611	8.261	8421.740	12.287
Productos inmunológicos dosificados para tratamiento oncológico	34040.067	5.509	19491.504	4.993	23007.861	5.567	5073.340	2.140
Medicamentos que contengan otros antibióticos para tratamiento oncológico	91794	405.000	281.154	620.000	472.292	2.404	54.502	116.000
TOTAL	66,707.88	59.133	55332.170	56.570	64010.764	95.232	13549.582	14.544

*Nota.* SUNAT – IDEXCAM-2023

Se evidencia que la importación de medicamentos de tipo oncológico, tendieron a disminuir abruptamente en el año 2020, revelando una caída de 37%, en el año 2021 nuevamente volvieron a caer, pero a nivel menor (-4%), similarmente sucedió en tiempo de pandemia (Cámara de comercio de Lima - CCL, 2023).

No obstante, aún hay escasez de ciertos medicamentos oncológicos a nivel mundial, por causa de empresas farmacéuticas productoras que presentan problemas vinculados con los permisos de sus autoridades de salud para las plantas nuevas de producción para este tipo de medicamentos.

No hay que perder de vista que las causas del desabastecimiento y escasez de medicamentos importados van más allá de situaciones netamente excepcionales. Dado, que el mercado, las diversas políticas de precio nacional y las estrategias comerciales de los laboratorios productores también están con asiduidad detrás de la escasez. Se percibe además que los medicamentos con precios bajos o que exteriorizan menor rentabilidad para las empresas se ven con más afectaciones por la problemática de

suministro. Pudiéndose concluir que, es acostumbrado que los laboratorios efectúen retiradas de manera voluntaria de medicinas como parte de su táctica de negocio.

Cabe resaltar que la comercialización de medicamentos en el Perú, radica en que es muy compleja en la medida que siempre ha venido siendo cuestionada debido a los altos precios de las medicinas y por el impacto económico que ocasiona en la salud de la población. Las barreras comerciales y la comercialización de medicamentos coinciden a razón que el estado peruano, dentro de su potestad debe asegurar el acceso a medicinas mediante políticas gubernamentales que tiendan a promover la competencia, siendo necesario prevenir obligaciones arancelarias que incrementan los costos, afectado a los sectores poblacionales.

La problemática de la investigación gira en torno a cómo las barreras comerciales impactan en la comercialización de productos farmacéuticos en distintos escenarios que se presentan en el entorno, ya que los primeros meses de estado de emergencia los precios de los medicamentos en el Perú se incrementaron debido a las malas prácticas monopólicas que realizó el sector farmacéutico, por ello debido a la situación que las familias peruanas están atravesando, el gobierno tuvo que tomar medidas rigurosas tomando la decisión de importar medicina con exclusión transitorio de los aranceles de importación que representan el 11% y 6% asignados a productos farmacéuticos y a los distintos equipos de protección personal; esto beneficia a muchas cadenas farmacéuticas como una de ellas es la cadena de Boticas Otifarma entregando medicina certificada y a un precio estandarizado para la adquisición y beneficio de los peruanos (Fajardo, 2020).

## **1.2. Formulación del problema**

**1.2.1. Problema general**

¿De qué manera las barreras comerciales impactan en la comercialización de medicamentos de boticas Otifarma, Perú - 2022?

**1.2.2. Problemas específicos**

¿Cuál es el impacto de las barreras comerciales en la gestión logística de boticas Otifarma, Perú - 2022?

¿Cuál es el impacto de las barreras comerciales en el uso de la tecnología de boticas Otifarma, Perú- 2022?

¿Cuál es el impacto de las barreras comerciales en el mercado objetivo de boticas Otifarma, Perú - 2022?

**1.3. Objetivos de la investigación****1.3.1. Objetivo general**

Determinar el impacto de las barreras comerciales en la comercialización de medicamentos de boticas Otifarma, Perú - 2022

**1.3.2. Objetivos específicos**

Determinar el impacto de las barreras comerciales en la gestión logística de boticas Otifarma, Perú – 2022.

Determinar el impacto de las barreras comerciales en el uso de la tecnología de boticas Otifarma, Perú- 2022.

Determinar el impacto de las barreras comerciales en el mercado objetivo de boticas Otifarma, Perú – 2022.

**1.4. Justificación de la investigación**

**Teórica**

La revisión exhaustiva de las teorías arancelarias y la comercialización de productos exclusivos del rubro farmacéutico permitirá aportar nuevos matices a las teorías ya existentes sobre todo a raíz de la pandemia en que se encuentra el mundo entero. Las conclusiones que genere la presente investigación servirán de línea base de futuros estudios en cuanto a las variables estudiadas.

### **Metodológica**

El aporte metodológico radica en los instrumentos, los cuales son de elaboración propia y serán sometidos a evaluación en validez y confiabilidad, así como proceso de análisis de datos estadísticos, los mismos que pueden fortalecer otros estudios de investigación referidos a las variables barreras comerciales y comercialización de medicamentos.

### **Práctica**

La investigación tiene relevancia práctica, ya que pretende brindar información a través de sus resultados, para que los especialistas en comercialización de medicamentos puedan tomar decisiones e implementar estrategias para mejorar los procesos en el tratamiento de las barreras comerciales.

## **1.5. Limitaciones de la investigación**

- Carencia de estudios previos sobre investigaciones referentes a las barreras comerciales y la comercialización de medicamentos. Se ubicaron investigaciones entre artículos científicos y tesis formato tradicional.
- Falta de disponibilidad de algunos especialistas de la muestra estudiada debido a que no tienen un horario permanente y fijo en sus centros de trabajo. Las investigadoras se acomodaron a los horarios del personal.

### **1.6. Viabilidad de la investigación**

El tema es relevante por ser de actualidad e interés en el mercado farmacéutico, además está contextualizado en la realidad mundial y del país. Además, su factibilidad radica en que se logró disponer de tiempo y recursos tanto financieros como humanos y materiales, los que determinaron en última instancia los alcances del estudio.

El estudio fue posible ya que la muestra focalizada ha demostrado predisposición para brindar información real y se tuvo acceso al contexto intervenido.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Antecedentes de la Investigación**

#### **Internacionales**

Baena (2018) investigó sobre las “Barreras arancelarias y no arancelarias como limitaciones al comercio internacional”, propuso efectuar una investigación referida al proteccionismo, el que una vez más ha tomado preminencia en el marco de la comercialización internacional. Investigación documental. Diseño no experimental, de alcance descriptivo. Se concluye que la industria metalúrgica, la química y productos del sector agrícola han sufrido un gran efecto negativo por las barreras no arancelarias. Por lo tanto, deberá cumplir con la documentación y requisitos para conseguir importar medicinas que no han sido advertidos en la normatividad.

Marveya (2019) en su artículo “Configuración económica de la industria farmacéutica”, trató de precisar las variables que constituyen la industria farmacéutica, por ser un sector con particularidades sui generis en relación a otros sectores. Elementos como fallas de mercado, mediación del estado, canales de distribución, competencia coligada al término de patentes, incorporación de medicinas genéricas, y el interés por controlar la prescripción y dispensación son primordiales en la disposición teórica de este sector económico. Concluyendo que las particularidades del mercado de la industria farmacéutica y los agentes que median en los canales de distribución son factores clave para la búsqueda del éxito de este sector empresarial.

Villada y Sánchez (2019) en Colombia, investigó sobre “Los factores clave en la comercialización online de medicamentos”, se desplegó como un estudio cuantitativo, de alcance descriptivo; aplicando encuestas y cuestionarios para recopilar datos de una población de 384 participantes. Sus resultados señalaron un 60% de personas realizan compras por internet. Otro 60% siente mucha

seguridad comercializar los medicamentos por internet. Sus conclusiones determinaron que los compradores valoran altamente la comercialización de medicamentos, resaltando la comodidad, seguridad, privacidad y tiempo de entrega. El proceso de comercialización de medicamentos en farmacias indica optima interactividad, facilidad de uso de las plataformas de venta online, además de una eficiente diversidad de medios de pago; así como asesorías en tiempo real a través de chat.

Peña (2020), en Ecuador, estudió “La efectividad de las TIC como herramienta de apoyo para el sector micro empresarial farmacéutico de la ciudad de Jipijapa”, se propuso analizar a efectividad de la tecnología como apoyo al sector farmacéutico. Utilizó una metodología cuantitativa, aplicando cuestionarios y encuestas validadas y confiables. Los datos resultantes señalaron que un 42% de la muestra expresó que las farmacias utilizan tecnología en su proceso de venta e inventarios. Concluyendo que un 93% del sector farmacéutico considera que la implementación de tecnologías permite agilizar el proceso de expendio de medicamentos, minimizando el tiempo, otorgando el cliente un servicio rápido y preciso.

Mota et al. (2020), en Brasil, su artículo: “Over the counter (OTC) drugs: the pharmacist can prescribe, but do they know what they are?”, buscaron analizar la venta libre de los medicamentos. Fue un estudio descriptivo, la muestra fue 1,624 farmacéuticos. Se procedió a recoger datos mediante un cuestionario en la plataforma Google Docs®, donde se requirió a los farmacéuticos que enlistaran los 5 OTC más dispensados. Se obtuvieron respuestas de 108 farmacéuticos. Los medicamentos más dispensados fueron fármacos o combinaciones de fármacos

con efectos analgésicos y/o antiinflamatorios. Los resultados indicaron que, el 35,2% de farmacéuticos enumeraron al menos un medicamento sin receta. Entre los 468 medicamentos mencionados, 54 representaban medicamentos recetados. Concluyéndose que los datos encontrados indicaron un vacío en el conocimiento de estos farmacéuticos con respecto a la categorización legal de los medicamentos, generando en este caso implicaciones de índole legal y resultados clínicos negativos. Por tanto, se torna esencial desarrollar estrategias de mercado, a través de la mejora y la educación del farmacéutico, para abordar los problemas de conocimiento y conducta profesional en la venta de medicamentos.

De Brito (2022), en Brasil, su artículo “Análise da produção científica sobre os serviços farmacêuticos comunitários no enfrentamento da pandemia pelo coronavírus”, buscó sintetizar las prácticas en los servicios farmacéuticos vinculados a la gestión y actividades clínicas en distintos contextos para prevenir y atender la epidemia de Covid-19. Fue una revisión de la literatura respecto a políticas públicas sanitarias “para la reorganización de la atención farmacéutica en países afectados por el COVID-19”, en calidad de muestra se seleccionaron 9 artículos. Se describieron y discutieron experiencias respecto a la actuación de la farmacia en el ámbito de la pandemia del COVID-19, en tiempos de crisis, en cuanto a la oferta de servicios. Concluyendo que el modelo adoptado por los países para el combate a la Covid-19, en el ámbito de los servicios farmacéuticos comunitarios, basándose en actividades para lograr garantizar la calidad y gestión logística de insumos y medicinas, triage y seguimiento de los pacientes,



seguimiento farmacoterapéutico, educación en salud e información respecto al consumo de los medicamentos.

Cavagna (2022) en Argentina, ejecutó su estudio “Análisis de factibilidad del uso de la tecnología Blockchain para la trazabilidad de medicamentos”, basado en una investigación de nivel descriptivo, abordando las conclusiones siguientes: El uso de la tecnología admite efectuar un control minucioso de gastos en la adquisición de medicamentos, direccionando a disminuir costos. Se garantiza la información actualizada sin necesidad de efectuar trámites. Permite compartir datos e información sin comprometer la seguridad, privacidad e integridad, de tal manera que pueden reducirse fraudes y errores involuntarios, favoreciendo al proceso de auditoría.

Flores (2023) en México, investigó sobre “La regulación sanitaria y de precios del sector farmacéutico como un agente económico”, se propuso de promover la autorregulación de precios de medicinas de patente nacional, llegando a concluir que se debe crear un Programa que busque fomentar transparencia para precios de las medicinas y optimizar el acceso de pacientes a sus tratamientos de calidad a precios accesibles y competitividad, a través de mecanismos de referencia internacionales. Además, México asume el compromiso de no imponer barreras arancelarias ni incidir en subir precio de medicinas importadas de Estados Unidos.

### **Nacionales**

Chan y Montalvo (2019) en la investigación referida a “Actividades gestión logística y su relación en la importación de productos farmacéuticos de la subpartida nacional 3004.90.24.00 durante el periodo 2014 - 2018 en el sector

privado”, buscaron establecer la asociación de las actividades con la importación de los productos farmacéuticos. Estudio cuantitativo, nivel no experimental, tipo transversal y correlacional; con una muestra de importadores representativos de medicamentos oncológicos y VIH. En conclusión, determinaron la existencia de un nexo fuerte entre las de gestión logística y las importaciones de la subpartida estatal investigada.

Chávez (2019), en su artículo “Importación de productos farmacéuticos creció por segundo año”, se planteó analizar el aspecto de importación de productos de tipo farmacéutico. Su muestra estuvo constituida por 5 países, como EEUU, China, México, Brasil y Colombia; afirmando que la industria de índole farmacéutica se encuentra dividida en subsectores designados: productos de tipo químicos y farmacéuticos semielaborados, productos boticarios y de tocador y producto químico farmacéutico elaborados; identificándose este último en haber logrado un 18% en crecimiento en relación al año anterior. Sus conclusiones abordadas, refirieron que la industria farmacéutica se encuentra en un permanente proceso de mejora, respecto a la oferta, permitiendo al país, proveerse de este tipo de productos, gracias a las organizaciones que efectúan inversiones fuertes en el ámbito de la investigación y perfeccionamiento, necesitando que las barreras arancelarias sean contemplativas positivamente y poder alcanzar grandes inversiones a favor del estado. De esta forma, el fenómeno de la globalización sigue permitiendo que los países de Asia se hayan transformado en productores grandes de industria farmacéutica, gracias a su innovadora tecnología y mano de obra experta.

Mendoza (2019), en su estudio “Percepción de la población con respecto a medicamentos genéricos frente a los de marca en centros hospitalarios de Perú”, se propuso conocer la percepción del usuario externo respecto a las medicinas genéricas. Participaron 4,914 individuos. Se exploraron factores socioeconómicos, y percepción de medicinas genéricas, comparándolas con las de marca. Los resultados señalaron que el 46,7% estaban conformes con que las medicinas genéricas tienen menor eficacia que las de marca, un 49,3% recomendaría a otras personas el uso de medicinas genéricas. Concluyendo que la población peruana tiene una mala percepción sobre los medicamentos genéricos.

Rosales (2019), efectuó su investigación “Bases de toma de decisiones para la compra de medicamentos en clínica de Miraflores”; desplegando un diseño no experimental y descriptivo, recopilando datos mediante entrevistas y cuestionarios, aplicados a personal de 12 farmacias. Las conclusiones abordadas determinaron que las clínicas recetan medicamentos de marca, tornándose favorable para ellas, dado que las compañías de seguros efectúan sus propios petitorios explicando al momento de hacer los convenios, resaltando que ninguno de los petitorios contempla adquisición de medicinas genéricas.

García y Zea (2019) estudiaron respecto a la “Mejora del sistema logístico en la empresa Farmacia de la Sra. Nora aplicando Lean Manufacturing-Arequipa”, se propusieron desarrollar una mejora gestión logística en una farmacia; fue un estudio descriptivo, que utilizó la encuesta y un cuestionario con el fin de recopilar datos relacionados a las variables; considerando a 30 personas como parte del grupo muestral. Los resultados evidenciaron un deficiente sistema

logístico centrado en la desorganización sobre la toma de pedidos y control en los almacenes, reflejando un porcentaje de 7,89% de productos vencidos y un stock del 20%. Concluyendo además que en el almacenamiento de los medicamentos no existe una organización ni limpieza pertinente para efectuar una distribución, ocasionando retardo en la atención.

Acorde a Mantari y Quispe (2019), efectuaron su estudio “Propuesta de mejora del proceso logístico de productos farmacéuticos en empresa Santa Úrsula Servicios de Salud EIRL”, desplegando un método de tipo cuantitativo, diseño a nivel descriptivo; bajo la técnica de observación directa, que permitió aplicar un cuestionario a una muestra de 341 productos de farmacia. Sus resultados indicaron que en el marco de la gestión logística se reveló que la clasificación de los medicamentos se cumplió en un 29%, un 14% organización, un 40% limpieza. Alcanzando a concluir que el proceso logístico es ineficiente, además existen ordenes de compras erróneas, dado que se efectúa planificación subjetiva basada en datos desactualizados. Se denota pérdida de tiempo en minutos de demora para despachar por no contar con un ordenamiento pertinente.

Córdova y Yoplac (2020) ejecutaron un estudio referido al “Análisis de los beneficios arancelarios en la importación de medicamentos para el tratamiento del COVID-19 en el mercado peruano”, destacándose por desarrollarse cuantitativamente, nivel descriptiva y no experimental. Representado por una población censal de 606 declaraciones de aduanas. Las conclusiones más resaltantes expresaron que existió beneficios arancelarios en el proceso de importación de medicamentos como paracetamol, azitromicina, dexametasona, para poder combatir la COVID-19, dado que el Ad Valorem el año 2020 fue

mucho mayor que las importaciones del año 2019, además que la coyuntura de la pandemia consideró oportunidades de los Tratados de libre Comercio que tenía el Perú respecto a otros países.

Santana, C. (2022), en su artículo “Valoración del uso de tecnologías en farmacia 2.0 en la regional de Panamá”; se desarrolló como un estudio de diseño descriptivo de corte transversal, utilizando una encuesta y cuestionario con el fin de recopilar datos de una muestra de 10 farmacéuticos; cuyos resultados determinaron que un 80% de este personal de farmacia revelan que no cuentan con suficientes conocimientos para utilizar tecnología. Logrando concluir que la mayoría de este personal consideran que el uso de la tecnología es primordial en el campo del expendio de medicamentos. Asimismo, expresaron que demandan actualizar su formación respecto al uso de la tecnología para poder efectuar un servicio eficiente.

Purizaga (2022), efectuó su estudio “Procesos Logísticos y la Dispensación de Medicamentos en una Cadena de Boticas, Ica, 2022”, se orientó por identificar el vínculo de procesos logísticos y dispensación de medicinas”, desplegando un estudio de metodología cuantitativa, correlacional no experimental. Focalizando a 54 participantes como muestra. Sus datos resultantes indicaron 40,7% nivel regular en lo referido a procesos logísticos. Llegando a concluir un Rho Spearman de 0,412 que estableció correlación moderada y positiva entre ambas variables.

Sullón (2022) realizó su investigación “La gestión logística y su relación con la importación de productos farmacéuticos refrigerados”, se planteó describir el nexo de la gestión logística y la importación de productos. Desarrolló una metodología a nivel cuantitativo. De diseño no experimental y nivel

correlacional. Aplicó cuestionarios y encuestas a un grupo muestral de 35 colaboradores. Los datos resultantes expresaron un 71,4% consideró la gestión logística en nivel bueno, 20% regular y 8,6% nivel malo. Concluyendo la existencia de correlación moderada y positiva con un índice de  $\rho=0,516$  y  $p$  valor=0,013.

Ramon (2022), se propuso estudiar “Sistema informático para gestión logística de inventario y su incidencia en las ventas de la Farmacia “Mi Farma” de la ciudad de Lima”, formulándose el reto de conocer el efecto del sistema informático para controlar la gestión logística; siendo un estudio cuantitativo que aplicó cuestionarios a un grupo de 40 participantes. Sus resultados exteriorizaron que 50% de participantes revelaron que estuvieron muy de acuerdo con el manejo de la gestión logística que se efectúa en la farmacia. Llegando a concluir que la implementación de la gestión logística en las farmacias, mejorará el inventario y control de stock, consiguiendo establecer óptimos niveles de reposición de medicamentos.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **2.2.1. Barreras Comerciales**

Las barreras comerciales son medidas restrictivas en los procesos comerciales, impuesta por el estado, con la finalidad de evitar el intercambio de bienes o productos con otros países (Westreicher, 2020). Bourke (2000), la concibe como ciertas medidas con carácter restrictivo que imponen los gobiernos a la comercialización de bienes y productos con otras organizaciones internacionales. Las barreras comerciales dentro del comercio, actúan como medio de restricción y protección de

productos. En el contexto actual, no ha actuado como un medio eficaz para las importaciones y exportaciones de los países; desencadenando una lista de problemas dentro de las empresas como: desabastecimiento, incremento abismal de precios y hasta quiebres de stock.

#### **2.2.1.1. Barreras Arancelarias**

Está referida a los tributos que implanta el estado a los productos extranjeros con el propósito de incrementar sus precios evitando competir con los precios de los productos nacionales (Mochón, 2012; p. 279). “Este impuesto en calidad de porcentaje se aplica obligatoriamente al precio de cada uno de los bienes o productos importados” (Navarrete, 1991, p.63). En tal sentido, y como cualquier restricción, origina efectos de índole positivos y negativos, dependiendo únicamente de la propia industria nacional aprovechar la coyuntura de las medidas que su gobierno brinda; corriendo el riesgo que la competencia que se origine con el precio de productos o bienes importados desatienda el estándar de la calidad, exponiéndose a que las personas consumidoras tomen la decisión de pagar precios altos por mejores productos.

#### **Arancel Ad Valorem**

El Ad Valorem en medicamentos generalmente tiene el valor del 0% y 6%, depende mucho de la composición y si es para

consumo humanos, este arancel se le aplica a todo el valor de la mercancía y está estipulada en el Arancel de Aduanas 2017.

### **Impuesto General a las Ventas – IGV**

SUNAT (2011) indica que es un impuesto que grava directamente a la importación de cualquier bien, salvo las particularidades que son previstas en las normas legales que la rigen o regulan.

### **Impuesto de Promoción Municipal – IPM**

Ley de Tributación Municipal (1993) indica en su artículo 76 que “el impuesto de Promoción Municipal grava con una tasa de 2% toda operación afecta al régimen del Impuesto General a las Ventas de productos farmacéuticos”, al mismo tiempo, el artículo 77 señala que “El rendimiento del Impuesto se consignará al Fondo de Compensación Municipal”.

Por otro lado, SUNAT (2011) sostiene que este impuesto grava las importaciones de medicamentos de todo bien afecto al IGV, y su base imponible es igual a la que concierne al IGV. La tasa impositiva es: 2%.

#### **2.2.1.2. Barreras No Arancelarias**

Según, Mochon (2001) Son normas de índole administrativas de naturaleza, financieras, comerciales, etc.,



presentadas como opción al habitual arancel, desestimado por la mayoría de entidades internacionales.

Cada vez que un producto nacional se ve amenazado por otro, inmediatamente se implementan medidas protectoras que pueden caracterizarse riesgosas para la producción nacional. Estas medidas pueden ser de contingencias como las restricciones cuantitativas impuestas por el estado a la importación de otros productos o bienes.

Las barreras no comerciales, son medidas que dificultan las importaciones con acciones gubernamentales distintas a un arancel, existen varios tipos, entre las más relevantes tenemos:

#### **Licencia de Importación**

Las licencias de importación vienen a ser la documentación (solicitudes y formularios) que son necesarios para tener el derecho de realizar una operación comercial de productos específicos que van de acuerdo a criterios que la Administración aduanera del país consideren pertinentes.

#### **Normas Técnicas**

Es el marco normativo y legal que contempla medidas que buscan proteger la integridad y salud de toda persona. Las naciones que las aplican se adjudican el derecho de evitar que se importen sustancias de mucho riesgo para la salud.

#### **Medidas Fitosanitarias**

Son medidas implementadas con la finalidad de brindar protección a los seres vivos a través del control de enfermedades, tóxicos y plagas. Su aplicación exige pruebas y controles especializados. Deben cumplir requisitos como pruebas de laboratorio, Certificaciones expuestas por instituciones oficiales. Observaciones del proceso productivo, Control y fiscalización del uso de pesticidas y nitratos, acatamiento de períodos de cuarentena.

### **2.2.1.3. Acuerdos Comerciales**

Según Galindo (2008), es el “compromiso o negociación entre dos o más naciones con el propósito de armonizar sus intereses en el marco del comercio o acrecentar los intercambios que se deben efectuar entre las partes comprometidas y firmantes. El acuerdo comercial asumido por las dos partes puede ser más o menos complicado, dependiendo mucho de si los países subscriptores decidiendo o no delegar alguna parte de su soberanía a una entidad supranacional e incluirse a su control en materia de lineamientos de política económica y comercial” (p. 14).

### **Acceso a Medicamentos**

Para mencionar como acceden los medicamentos a los mercados nacionales se debe tener en cuenta exclusiones del

sector público como los Sub-mercado de medicamentos indispensables, ofrecidos por el estado a los pobladores como un derecho de salud pública, los Submercado de medicamentos no indispensables, como son los antibióticos, antihipertensivos, antiinflamatorios, sedantes, y los Submercado de medicamentos oncológicos y otros, que presentan un dominio particular por los monopolios, todo esto sumado a los problemas de gestión que demoran las adquisiciones de los productos y genera desabastecimiento en el sector público generan el malestar de la población y su acceso a medicamentos básicos que son un derecho institucional.

### **Políticas Comerciales**

Según Echeverry (2017), las políticas comerciales permiten a los países utilizar diferentes estrategias para incursionar en nuevos mercados y defenderse de los cambios que se den en este ámbito a fin de no ver afectadas sus empresas.

#### **2.2.2. Comercialización de Medicamentos**

La relevancia que adquirido la industria farmacéutica y de medicamentos reside en la complejidad que refleja y que continuamente ha sido cuestionada a raíz de los altos precios de los productos y adicionado a ello el impacto directo que origina en la salud de las personas y porque no decirlo de toda la población, mediante el

decremento de la morbilidad y mortalidad; asimismo en el Estado se refleja mediante la reducción de las hospitalizaciones, trascendiendo en presupuestos mucho más eficientes (Moreno, 2017).

La circulación de los productos farmacéuticos desde su elaboración a cargo de los laboratorios farmacéuticos especializados, hasta su uso final por parte del paciente, posee una diversidad de mecanismos y factores de intermediación que han ido forjando una complejidad, conjuntamente asociada al incremento en la variedad y escala de medicamentos brindados por el sector, dando lugar al requerimiento de una mayor profesionalización y diversificación de su marco estructural (Maceira, 2015).

#### **2.2.2.1. Gestión logística**

Consiste en un proceso que involucra planificar, gestionar y controlar el almacenamiento de productos y bienes, así como la diversidad de servicios relevantes y el flujo de datos que se generan, que transita desde el origen del bien o producto hasta su consumo, cuyo propósito es cubrir las demandas y expectativas de los consumidores (Frumento, 2018).

Está asociada con la gestión cadena de suministros, que efectúa acciones encargadas de implementar, planificar, controlar y distribuir eficientemente; debiendo contar con un almacenamiento estricto e información actualizada. La cadena de suministros debe partir desde los proveedores hasta el cliente Ballou (2004).

### **Abastecimiento**

Está referido a la parte gestión logística de producción de bienes o productos, en unión de distribución física, el mantenimiento y los servicios que brinda la planta. Su objetivo fundamental es proveer al proceso de producción, los insumos, materiales y recursos necesarios, en un tiempo específico y de forma adecuada. Este sistema de abastecimiento está compuesto por 3 aspectos: la gestión de compras, recepción y almacén, así como la administración de los stocks (Bolan, 2007)

### **Inventario**

Conocido como stocks la relación de bienes muebles e inmuebles de la empresa, los elementos son llamados existencias y constituye el patrimonio empresarial (Serna, 2016).

#### **2.2.2.2. Tecnología**

La tecnología e innovación, es una tendencia que cada vez se está posicionando con mayor fuerza en el mercado internacional y también en los consumidores. Sistematizar todos los procesos ayuda a tener un mayor control y evaluación (Román, 2011)

### **Comercio Electrónico**

En el ámbito farmacéutico viene irrumpiendo en la comercialización digital. La pandemia ha originado un comercio realmente en gran crecimiento como es las ventas on line, la

promoción en plataformas y el rubro farmacéutico fue uno de los primeros en insertarse en esta nueva realidad, ya que fue necesario para atacar la crisis originada por la pandemia.

El campo farmacéutico tiene una larga ruta por transitar con la utilización de los canales de venta en formato digital.

### **Plataformas Digitales de Gestión**

Consideradas como interfaz digital de trabajo mediante las cuales, el sector organizacional o empresarial tienen un amplio acceso a cantidades inmensas de mano de obra flexible, mercantilizada en todo el mundo, para efectuar labores simples y rápidas, las que mayormente son repetitivas (Silberman, 2018).

#### **2.2.2.3. Mercado**

Está determinado por un conjunto de compradores existentes y potenciales de algún producto. Los compradores tienden a compartir una necesidad, demanda o un deseo individual que puede satisfacerse a través de una relación de intercambio (Da Silva, 2022).

En el mercado se utilizan una serie de mecanismos, competitivos para elegir los medicamentos, decisiones que recaen en equipo de personas especializadas que efectúan esas decisiones en el marco de un foco de costo efectividad es bajo este esquema que el comprador establece la medicina que desea conseguir, eligiéndola por su precio (Gálvez, 2011).

## **Ventas**

La American Marketing Association, (AMA, 2019) teoriza la venta como un procedimiento de índole personal o impersonal interactivo, donde la persona que vende comprueba, impulsa y brinda satisfacción a las demandas del comprador convergiendo en un mutuo y continuado beneficio.

Dentro del ámbito actual, el análisis de las ventas de medicamentos en tiempos de pandemia y su incremento exponencial; han desencadenado varios aspectos a mejorar de las empresas farmacéuticas y también la adaptación a tecnologías que permitan nuevas experiencias al consumidor.

## **Satisfacción del Consumidor**

Esta cualidad de cliente puede definirse como la capacidad que tiene el cliente en comparar la calidad y rendimiento de los productos que consumen. Generalmente, tratar de consentir las perspectivas del consumidor acarrea como efecto la satisfacción, y al querer superarlas crea una enérgica lealtad por parte del consumidor. Caso contrario de no complacerlas conduce a la insatisfacción.

## **Calidad del Servicio**

En el ámbito empresarial, es una inquietud central en el proceso de gestión de este sector, no tan sólo por aspirar a mejorar las capacidades corporativas en las entidades, sino

porque el pilar principal de todos los procesos implica la vida de la persona, cuya integridad y salud demanda ser protegida indefectiblemente por el estado. La calidad del servicio está centrada en la validez de los esfuerzos desplegados y garantía de seguridad y confianza para los clientes o consumidores.

### 2.3. Definiciones Conceptuales

**Acuerdo:** determinación que toman dos o más Estados, personas o empresas.

**Aduana:** Es una entidad responsable de aplicar la Legislación Aduanera y el control de la recaudación de tributos.

**Fitosanitario:** sustancias consignadas a prevenir, atraer, vigilar plagas de origen animal o vegetal en el proceso de la producción y su entorno.

**Gestión logística Farmacéutica:** La manipulación, transporte, gestión y entrega de productos farmacéuticos.

**Patente:** Es un derecho exclusivo que se brinda a la persona creadora o inventora de productos o servicios.

### 2.4. Formulación de Hipótesis

#### 2.4.1. Hipótesis general

Las barreras comerciales impactan significativamente en la comercialización de medicamentos de boticas Otifarma, Perú – 2022.

#### 2.4.2. Hipótesis específicas

Las barreras comerciales impactan significativamente en la gestión logística de boticas Otifarma, Perú – 2022.

Las barreras comerciales impactan significativamente en el uso de la tecnología de boticas Otifarma, Perú- 2022.



Las barreras comerciales presentan impacto significativo en el mercado objetivo de boticas Otifarma, Perú – 2022.

**CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO**

**3.1. Diseño de la investigación**

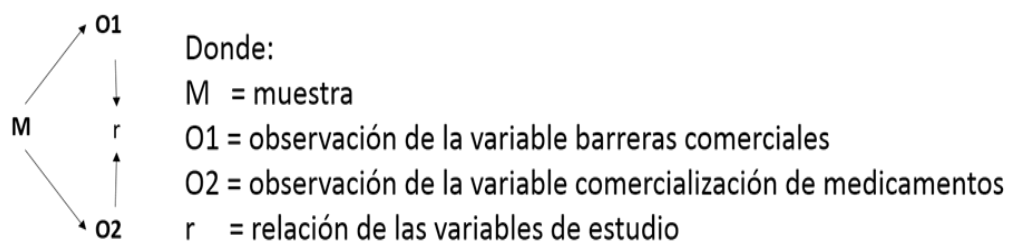
El estudio se efectuó bajo un diseño correlacional causal. En este diseño de estudios se evalúa el vínculo u asociación existente entre las variables seleccionadas en una misma unidad de análisis (Hernández et al, 2014).

**3.2. Tipo**

Investigación de tipo aplicada, de alcance correlacional causal. Se buscará medir la relación de las variables a través de datos cuantificables, establecer este parámetro como aporte a la investigación, este aporte se contextualiza en el tipo de investigación.

**Figura 2**

*Esquema del tipo de investigación*



**3.3. Enfoque**

La investigación cuantitativa, en la medida que se obtuvieron datos cuantitativos para poder expresar de manera numérica los resultados de medición realizada a las variables y que posteriormente conlleva a la aplicación de procedimientos de índole estadísticos para describir los fenómenos o valorar el nivel y confiabilidad de la relación entre ellos (Hernández, et al, 2014, p.32).

### 3.4. Población

El presente estudio seleccionó 100 personas como población, las que trabajan en calidad de especialistas en las líneas de boticas OTIFARMA.

### 3.5. Muestra

Se procedió a precisar la muestra calculada con una fórmula probabilística para poblaciones conocidas, obteniendo a 82 especialistas trabajadores de la línea de boticas OTIFARMA.

#### Criterios de inclusión

- a) Especialistas que aceptan ser parte de la muestra.
- b) Especialistas de ambos sexos,
- c) Especialistas que acuden a trabajar el día de la aplicación de la encuesta.

#### Criterios de exclusión

- a) Especialistas que no desearon ser partícipes del grupo muestral.
- b) Especialistas que no acuden a trabajar el día de la aplicación de la encuesta por motivo de salud, permiso o día libre.

Fórmula

#### Figura 3

*Cálculo de la muestra*

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

#### Datos

N	Tamaño de la población	100
---	------------------------	-----

Z	Nivel de confianza	1.96
p	Probabilidad de éxito	0.98
q	Probabilidad de fracaso	0.02
d	Precisión (error máximo admisible)	0.03

$$n = \frac{100 \times (1.96)^2 \times 0.98 \times 0.02}{(0.03)^2 \times (100 - 1) + (1.96)^2 \times 0.98 \times 0.02} = 82$$

### 3.6. Operacionalización de las variables

**Tabla 3**

*Operacionalización de variables*

<b>Variables</b>	<b>Definición</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicador</b>
Barreras comerciales	Esta referida a los tributos que implanta el estado a los productos extranjeros con el propósito de incrementar sus precios evitando competir con los precios de los productos nacionales (Mochón, 2012, p. 279)	<b>Dimensión 1:</b> Barreras arancelarias  <b>Dimensión 2:</b> Barreras no arancelarias  <b>Dimensión 3:</b> Acuerdos comerciales	Arancel Ad Valorem Impuesto General a las Ventas Impuesto de promoción municipal Licencia de importación Normas técnicas Medidas fitosanitarias Acceso a medicamentos Políticas comerciales
<b>Variables</b>	<b>Definición</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicador</b>
Comercialización de medicamentos	Meleán-Velasco (2017) definen que la comercialización de productos (intermedios o terminados) derivados del proceso de producción de cualquier organización representa un proceso fundamental para dar salida a los bienes obtenidos, bien sea para su disposición en mercados finales o para su incorporación en otras cadenas productivas (p.49)	<b>Dimensión 1:</b> Gestión logística  <b>Dimensión 2:</b> Tecnología  <b>Dimensión 3:</b> Mercado	Abastecimiento  Inventario Comercio electrónico Plataformas digitales de gestión Ventas Satisfacción del consumidor Calidad del servicio

### 3.7. Técnicas para la recolección de datos

Por la naturaleza de la investigación se seleccionó la Encuesta que permitirá la recogida de datos a través de sus instrumentos denominado cuestionario.

#### 3.7.1. Descripción de los Instrumentos

Se ha diseñado un instrumento denominado cuestionario. El cuestionario que valorará la variable barrera comerciales quedó organizado de 16 preguntas de características cerradas; conformado por 3 dimensiones. El cuestionario que valorará la variable comercialización de medicamentos quedará organizado de 15 preguntas de características cerradas; conformado por 3 dimensiones y escala siguiente: Nunca(0), Casi nunca(1), Algunas veces(2), Casi siempre(3) y Siempre (4). Asimismo, fue aplicado de manera virtual utilizando la aplicación Google Drive, a través de los correos electrónicos del grupo muestral.

#### 3.7.2. Validez y confiabilidad de los instrumentos

La validez de los cuestionarios fue puesta en consideración y opinión de expertos, con perfil orientado a la temática tratada.

**Tabla 4**

*Validación de juicio de expertos*

Experto	Grado Académico	Nombre y Apellidos	Dictamen
1	Mg.	Cevallos Balceda, Carlo Antonio	Aplicable
2	Mg.	Salas Rojas, Jean Merry	Aplicable
3	Mg.	Arauco Loyola, Mario Enrique	Aplicable

*Nota.* Registro de expertos

La confiabilidad fue dada por la aplicación del estadístico Alfa de Cronbach.

**Tabla 5**

*Prueba de confiabilidad de alfa de Cronbach*

Cuestionario	
Alfa de Cronbach	
0,819	barreras comerciales
0,835	comercialización de medicamentos

*Nota.* Resultados de la aplicación Alfa de Cronbach

### 3.8. Técnica para el procesamiento y análisis de datos

Se recurrió a la estadística de índole descriptiva e inferencial. Aplicándose una prueba de normalidad para determinar el factor Rho Spearman y el análisis de regresión lineal, apoyados de la aplicación SPSS, versión 26.000.

### 3.9. Aspectos Éticos

La investigación está basada en criterios de ética fundamentales emanados por la casa de estudio y por los valores personales de las investigadoras. La información bibliográfica es fidedigna, los permisos son veraces y no se hará ningún experimento con algún ser humano.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS

### Estadística descriptiva

**Tabla 6**

*Distribución de frecuencias y porcentajes de los niveles de las barreras comerciales y la comercialización de medicamentos*

Escala	Barreras comerciales		Comercialización de medicamentos	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje

Alto	38	46%	30	36.6%
Medio	41	50%	45	54.9%
Bajo	3	4%	7	8.5%
Total	82	100%	82	100%

*Nota:* resultados de la aplicación de encuesta

Se aprecia en tabla 6, que en los resultados se evidencia que la variable denominada barreras comerciales refleja un acentuado nivel medio en una frecuencia de 41 unidades de análisis, correspondiéndole 50% de la totalidad de los datos. Asimismo, se aprecia que la variable comercialización de medicamentos, obtuvo nivel medio, en una frecuencia de 45 unidades, determinándose 54,9% del total de los datos.

### Hipótesis general

#### Tabla 7

*Impacto positivo entre las barreras comerciales y comercialización de medicamentos en la línea de boticas Otifarma, Lima, Perú, 2022.*

		Barreras comerciales
Comercialización de medicamentos	Coefficiente Spearman	0,960**
	Significancia	0,000
	N	82

*Nota:* N=Muestra

Se logra apreciar que el coeficiente de correlación de Spearman manifiesta un p-valor=0,000, quedando por debajo del valor 0,01; admitiéndose la hipótesis alterna, confirmándose existencia de correlación positiva muy alta de barreras comerciales y comercialización de medicamentos, cuyo valor de Spearman fue:  $Rho=0,960$ .

### Resultados de la regresión lineal simple

#### Tabla 8

*Resumen del modelo*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,931 <sup>a</sup>	,867	,868	3,46246

a. Predictores: (Constante), Barreras comerciales

**Tabla 9**

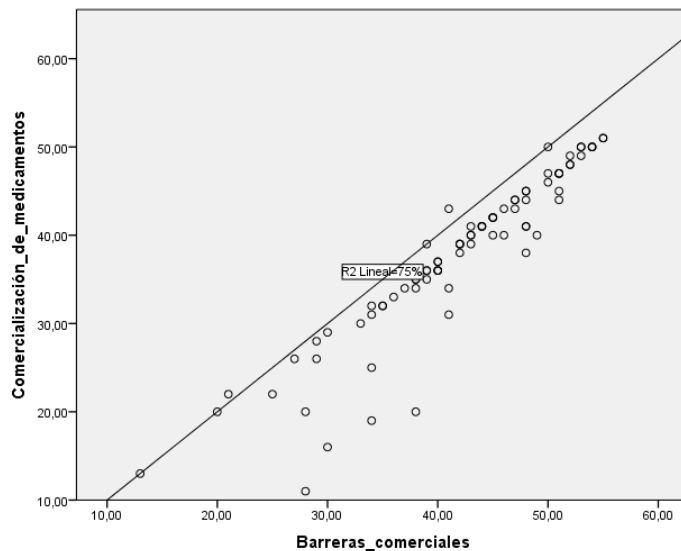
*Coefficientes*

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		t	Sig.
		B	Error estándar	Beta			
1	(Constante)	-3,882	1,858			-2,089	,040
	Barreras comerciales	,992	,043	,931		22,873	,000

a. Variable dependiente: Comercialización de medicamentos

**Figura 4**

*Dispersión de las puntuaciones de barreras comerciales y comercialización de medicamentos*



*Nota:* Regresión lineal aplicada en SPSS.

En las tablas 7 y 8, además de la figura 2, se demuestra la regresión lineal valorada en 0,867 predice que la variable denominada barreras comerciales impacta en un 86% en la variable comercialización de medicamentos y el 14% es el impacto de otros factores administrativos; lo que permite admitir la hipótesis general.

**Hipótesis específica 1**

**Tabla 10**

*Impacto positivo entre las barreras comerciales y la gestión logística en la línea de boticas Otifarma, Lima, Perú, 2022*

		Barreras comerciales
Gestión logística	Rho de Spearman	0,454**
	Significancia	0,000
	N	82

*Nota:* N=Muestra

Se logra apreciar que el factor Spearman manifestó un p-valor=0,000, existiendo por debajo del valor 0,01; por lo tanto, se acepta la hipótesis específica, confirmándose



existencia de correlación positiva de carácter moderada entre barreras comerciales y gestión logística, cuyo valor de Spearman fue:  $Rho=0,454$ .

**Tabla 11**

*Resumen del modelo*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,486 <sup>a</sup>	,236	,227	2,62543

*Nota.* Predictores, Barreras comerciales

**Tabla 12**

*Coefficientes*

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	
		B	Error estándar	Beta	t
1	(Constante)	2,729	1,409		1,937
	Barreras comerciales	,164	,033	,486	4,973
					Sig.
					,056
					,000

*Nota.* Variable dependiente: Gestión logística

En las tablas 10 y 11, se demuestra la regresión lineal valorada en 0,236 predice que la variable denominada barreras comerciales impacta en un 23% en la dimensión gestión logística y el 77% es el impacto de otros factores administrativos; lo que permite admitir la hipótesis específica.

### Hipótesis específica 2

**Tabla 13**

*Impacto positivo entre las barreras comerciales y la tecnología en la línea de boticas Otifarma, Lima, Perú, 2022*

		Barreras comerciales
Tecnología	Rho de Spearman	0,783**
	Significancia	0,000
	N	82

Nota: N=Muestra

Se logra apreciar que el factor correlacional Spearman manifiesta un p-valor=0,000, existiendo por debajo del valor 0,01; admitiéndose la hipótesis específica, confirmándose existencia de correlación positiva alta de barreras comerciales y tecnología, cuyo valor de Spearman fue: Rho=0,783.

**Tabla 14**

*Resumen del modelo*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,769 <sup>a</sup>	,591	,586	2,03342

Nota. Predictores, Barreras comerciales

**Tabla 15**

*Coefficientes*

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	
		B	Error estándar	Beta	t
1	(Constante)	-1,329	1,091		
	Barreras comerciales	,274	,025	,769	10,746
					Sig.
					,227
					,000

Nota. Variable dependiente: Tecnología

En las tablas 14 y 15, se demuestra la regresión lineal valorada en 0,591 predice que la variable denominada barreras comerciales impacta en un 59.1% en la dimensión

tecnología y el 40.9% es el impacto de otros factores administrativos; lo que permite admitir la hipótesis específica.

### Hipótesis específica 3

**Tabla 16**

*Impacto positivo entre las barreras comerciales y el mercado en la línea de boticas Otifarma, Lima, Perú, 2022*

		Barreras comerciales
Mercado	Rho de Spearman	0,862**
	Significancia	0,000
	N	82

*Nota:* N=Muestra

Se logra apreciar que el factor correlacional Spearman manifiesta un p-valor=0,000, existiendo por debajo del valor 0,01; consiguientemente, aceptándose la hipótesis específica, confirmándose existencia de correlación positiva alta de barreras comerciales y mercado, cuyo valor de Spearman fue: Rho=0,862.

**Tabla 17**

*Resumen de modelo*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,861 <sup>a</sup>	,742	,739	2,92090

*Nota.* Predictores, Barreras comerciales

**Tabla 18**

*Coefficientes*

		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	
Modelo		B	Error estándar	Beta	t
1	(Constante)	-5,282	1,567		-3,370
	Barreras comerciales	,555	,037	,861	15,162
					Sig.
					,001
					,000

*Nota.* Variable dependiente: Mercado

En las tablas 17 y 18, se demuestra la regresión lineal valorada en 0,742 predice que la variable denominada barreras comerciales impacta en un 74.2% en la dimensión mercado y el 25.8% es el impacto de otros factores administrativos; lo que permite admitir la hipótesis específica.

## CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

Según los resultados de la hipótesis general, se obtuvo una correlación positiva alta de ( $Rho=0,960$ ) entre ambas variables de estudio, además se halló una regresión lineal valorada en 0,867 predice que la variable denominada barreras comerciales impacta en un 86% en la variable comercialización de medicamentos y el 14% es el impacto de otros factores de carácter administrativo; lo que permite admitir la hipótesis general, indicando que las barreras arancelarias y no arancelarias y los acuerdos comerciales impactan directamente en la cadena logística, uso de la tecnología y el mercado destino de los productos farmacéuticos. Al respecto Baena (2018), concluye que la industria química ha sufrido efectos acentuadamente negativos ocasionados por las barreras no arancelarias.

Por otro lado, Flores (2023), determina que deben crearse Programas que busquen fomentar transparencia para precios de las medicinas y optimizar el acceso de pacientes a sus tratamientos de calidad a precios accesibles y competitividad. Además, nos brinda la iniciativa de no imponer barreras arancelarias a medicamentos importados, lo que demandaría tener precios acordes a los niveles económicos de los pacientes. Asimismo, se puede contrastar con Rosales (2019), quien, en su estudio relacionado a compra o comercialización de medicamentos, concluye que en los centros clínicos se recetan medicamentos de marca, lo que se torna favorable para ellas, favoreciendo a las compañías de seguro, no obstante, estas compañías tratan de no contemplar la adquisición a los medicamentos genéricos, los que siempre tienen mayor demanda para el paciente que se atiende en el servicio sanitario estatal.

Al mismo tiempo, se logra confrontar con Villada y Sánchez (2019), quien concluye que los compradores valoran altamente la comercialización de medicamentos, resaltando la comodidad, seguridad, privacidad y tiempo de entrega; también enfatiza que la comercialización de medicamentos en farmacias indica óptima interactividad, facilidad de uso de las plataformas de venta online, además de una eficiente diversidad de medios de pago.

Desarrollar nuevos medicamentos y llevarlos al mercado es una tarea costosa, por lo que la industria farmacéutica dedica considerables recursos a la comercialización, promoción y aumento del uso de sus productos. Frecuentemente, alientan a pacientes y consumidores a emplear estos medicamentos, instan a los profesionales de la salud a recetarlos, y promocionan sus productos entre organizaciones de seguros médicos y gobiernos. Utilizan diversos métodos como anuncios, visitas de representantes comerciales, distribución de muestras gratuitas de medicamentos y programas de formación para generar conciencia.

Estas tácticas pueden compartir información valiosa sobre enfermedades y los medicamentos disponibles para su tratamiento, pero también pueden tener efectos negativos. Por ejemplo, existe la posibilidad de influenciar a pacientes, médicos y entidades a favor de la administración o prescripción de medicamentos que no son necesarios, son costosos y, en ocasiones, pueden resultar perjudiciales.

Respecto a la hipótesis específica primera, se logró demostrar el impacto de las barreras comerciales sobre la gestión logística, expresándose correlación positiva de carácter moderada ( $Rho=0,454$ ) de barreras comerciales y gestión logística, al mismo tiempo más se halló una regresión lineal valorada en 0,236 prediciendo que la variable

denominada barreras comerciales impacta en un 23.6% sobre la dimensión logística y el 76,4% es el impacto de otros factores administrativos; resultados que hallan similitud a lo aportado por Chan y Montalvo (2019), quienes señalan en su conclusión que las actividades gestión logísticas en el ámbito farmacéutico presentan una fuerte relación con las importaciones de medicamentos.

Las boticas se hallan abastecidas de manera regular con medicamentos, ocasionado por la falta de planificación y no efectuar una evaluación eficiente en el suministro de estos. En este sentido deben asegurarse cambiando de estrategias para modernizarse y evitar el desabastecimiento.

En estos resultados trasciende que su sistema de inventario presenta ciertas deficiencias, lo que permite no llevar un control eficiente sobre el stock de medicamentos.

Sin embargo, se puede comparar con García y Zea (2019), quienes efectuaron un estudio a nivel de mejoramiento de la gestión logística en una farmacia, determinaron que se evidenció un deficiente sistema logístico, centrado en la desorganización reflejando preocupantes porcentajes de medicamentos vencidos en su stock, pésima limpieza en los espacios de almacenamiento y un retardo en la atención y distribución. En contraste con Mantari y Quispe (2019), ambos en su investigación establecieron que el proceso logístico de medicamentos en una farmacia denotó ineficiencias, con muchas ordenes erróneas, datos desactualizados, al mismo tiempo retardo en los despachos a razón de no contar con una organización adecuada.

El ámbito farmacéutico constituye un sector riguroso y especializado que enfrenta retos particulares en sus procesos logísticos y de distribución. El proceso esencial de

movilizar con seguridad y eficiencia los fármacos de a los pacientes es crucial para salvaguardar su salud y bienestar. Contraria de otras manufacturas, la industria boticaria presenta características y requisitos específicos que complican aún más la gestión de la logística y distribución.

En el campo logístico, la cadena de frío también representa un reto esencial en la distribución farmacéutica, dado que se requiere mantener condiciones apropiadas de acopio y transporte desde la fase de producción hasta el momento de entregar al paciente. La red de distribución tiene la responsabilidad crucial de aseverar la integridad de los productos boticarios en todo el proceso, siendo fundamental para cumplir con los estándares de calidad y seguridad.

En relación a los datos resultantes de la hipótesis específica segunda, se propuso identificar el impacto de las barreras comerciales sobre el uso de la tecnología, donde los resultados apreciaron una correlación positiva alta de ( $Rho=0,783$ ), asimismo, su regresión lineal apreciada en 0,591 que predice que las barreras comerciales impactan en un 59,1% en la dimensión tecnología; estos resultados hallan consistencia en lo investigado por Cavagna (2022), quien determina que la tecnología admite efectuar un control minucioso de gastos en la adquisición de medicamentos, direccionando a disminuir costos. Es indispensable que cada botica cuente con una plataforma digital para dar cobertura al servicio que brindan, donde los usuarios puedan consultar precios y stock de los medicamentos que necesitan.

Por tanto, la tecnología admite compartir información sin tener que comprometer la seguridad, privacidad e integridad, lográndose reducir fraudes y errores involuntarios, favoreciendo óptimamente al proceso de auditoría. Cabe precisar el aporte de Román



(2011), cuando teoriza que la tecnología cada día se va posicionando con mayor fuerza en el mercado internacional y mucho más en los consumidores, es decir que al sistematizar todos los procesos ayuda a poseer un mayor control. Ante esta situación se precisa destacar a AMA (2019), quien sustenta que en época de pandemia se mejoraron aspectos a nivel de empresas farmacéuticas las que se adaptaron a mecanismos de índole tecnológico que permitieron la vivencia de experiencias nuevas a los compradores.

La tecnología brinda facilidades al personal de la botica a proporcionar un servicio de calidad a sus clientes, así como un óptimo asesoramiento, permitiéndole acceder rápidamente a información importante.

Los resultados de la hipótesis específica tercera, relacionado al impacto de las barreras comerciales sobre el mercado, se logró apreciar una correlación positiva alta ( $Rho=0,862$ ), también, se reveló un nivel de regresión lineal apreciado en 0,742 que predice que las barreras comerciales impactan en un 74,2% en la dimensión mercado; hallando concordancia con Marveya (2019), cuando concluye que las particularidades del mercado de la industria de los medicamentos y los elementos que interceden en los canales de distribución son clave para lograr el éxito. Cabe citar a Mota et al. (2020), cuando determina que se precisa desplegar estrategias de mercado instruyendo al personal para mejorar su comportamiento profesional en la venta de las medicinas. Si también, Mendoza (2019), sustenta en su estudio que la percepción de las personas sobre la venta de medicamentos genéricos es negativa.

En este sentido, se toma el aporte de Da Silva (2022), quien enfatiza que el mercado se caracteriza por un grupo de compradores eminentemente potenciales en

relación a algunas medicinas; dado que tienden a expresar sus demandas para satisfacer una necesidad sanitaria. En estos contextos recalca que el sistema de mercado utiliza una diversidad de mecanismos de competitividad para seleccionar los medicamentos, cuyas decisiones recaen en profesionales expertos que conocen sobre costo efectividad, centrado en que las personas eligen el medicamento de acuerdo al precio.

Es indispensable saber si el mercado asegura que los usuarios cuenten con opciones para poder acceder a los medicamentos que necesitan a un precio competitivo. No obstante, se hace relevante tener conocimientos elementales respecto a las condiciones de las medicinas genéricas en el país. Es necesario establecer normas y reglas precisas para que el mercado de medicamentos sea competitivo.

## CAPÍTULO VI: CONCLUSIÓN

Las barreras comerciales y la comercialización de medicamentos muestran un impacto en nivel medio evidenciado en 50% y 54,9% respectivamente; por otro lado, las barreras comerciales reflejan un impacto estimado en 86,7% en relación a la comercialización de medicamentos, y el 13,3% está referido a otros factores de orden administrativo; indicando que la logística, tecnología y mercado son impactadas exteriorizando desavenencias en las decisiones para efectuar una eficiente importación de los medicamentos. Significando además que los aranceles aplicados a los medicamentos incrementan los gravámenes generando limitadas importaciones y las boticas no tienen las posibilidades de adquirir productos diversos que puedan competir con los nacionales.

Respecto a la gestión logística, se evidenció un impacto positivo de las barreras comerciales de 23,6% y otro impacto de 76,4% de índole administrativo en relación al abastecimiento, inventario y organización de los productos farmacéuticos, tornándose necesario efectuar una gestión positiva debido a que no llevan un control eficiente sobre el stock y se abastezcan de otros laboratorios o droguerías; además deberá enfatizar en aspectos relacionados a las compras, recepción y almacenamiento. Las boticas, denotan que su personal no tiene claro los procesos que se movilizan en el marco de la gestión logística, debiendo mantener activos y actualizados sus stocks, así como una adecuada programación de sus abastecimientos.

La investigación admitió corroborar la existencia de un impacto significativo de un 59.1% de las barreras comerciales sobre la tecnología, dado que, para realizar la importación de nuevos medicamentos al Perú es necesario obtener licencias y certificaciones; sin embargo por tiempos de pandemia, la plataforma digital VUCE demoraba para entregar

dichos documentos; de esta manera no se lograba garantizar un comercio electrónico eficiente; el impacto de 40,9% relacionado a otros factores administrativos sobre la tecnología, fue que las empresas farmacéuticas incursionaron en plataformas digitales que permitieron la venta de medicamentos en línea y una asistencia farmacéutica telemática.

Por otro lado, el objetivo relacionado al impacto de las barreras comerciales sobre el mercado, denotándose 74,2% de impacto positivo y otro 25,8% que implica el impacto de otros factores administrativos, lo que expresa que los niveles de venta de medicamentos se hallan en incremento, pero siempre debe tenerse en cuenta la economía de los consumidores, quienes demandan calidad del producto, así como del servicio de calidad que siempre desean recibir.

## CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES

Primera: Las empresas dedicadas al rubro farmacéutico, deberá contratar y capacitar a profesionales para que tengan una mejor orientación y puedan manejar idóneamente los procesos que demandan la aplicación de las barreras comerciales y que no afecten la economía del usuario.

Segunda: Los propietarios de las boticas Otifarma, tendrían que realizar estudios de demanda en escenarios críticos los cuales le permita manejar tiempos de importación y se puedan abastecer de manera directa con los proveedores internacionales. Así tener una óptima distribución dentro sus sedes y permitiendo un servicio de calidad.

Tercera: Los administradores de Boticas Otifarma, deberá sistematizar todos sus procesos para facilitar las importaciones y sus ventas; que innoven con tecnologías actualizadas en sus diferentes canales de expendio de medicamentos, dando facilidades de compra a los consumidores.

Cuarta: Los propietarios de las boticas Otifarma, efectúen un proceso de inducción laboral a su personal, con el fin que tengan el perfil de vendedores y apliquen mecanismos que impliquen ampliar su mercado de ventas y la preferencia de compra de medicamentos por parte de los usuarios consumidores.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aduana. Glosario de Términos <http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/glosario/glosarioA-Z.htm>
- AMA (2019). Definición de venta. <http://www.marketingpower.com/>.
- Andrade, D. (2016). *Principios de comercialización de productos medicinales*. España.
- Andújar, N. (2021). Impacto en el sector farmacias frente a la coyuntura de la pandemia de COVID-19 en Lima Metropolitana. [Tesis, Universidad de Lima]. [https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/15715/Andujar\\_Cruz\\_Kuniyoshi\\_Villayzan\\_Melgar\\_Impacto\\_sector\\_farmacias.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/15715/Andujar_Cruz_Kuniyoshi_Villayzan_Melgar_Impacto_sector_farmacias.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Arenal, C (2020). Gestión de inventarios. <https://books.google.com.pe/books?id=bpXSDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=inventario&hl=es&sa=X&ved=2ahUKewiPks388YrsAhXjHbkGHTg1BH8Q6AEwB3oECAkQAg#v=onepage&q=inventario&f=false>
- Baena, J. (2018). Barreras arancelarias y no arancelarias como restricciones al comercio internacional. *Revista Venezolana de Gerencia*. 23(83), 543-562. <https://www.redalyc.org/jats/Repo/290/29058775003/html/index.html>
- Ballou, R. (2004). *Gestión logística. Administración de la cadena de suministro*. Quinta Edición, Mexico: Ed.Pearson. p. 335.
- Bejarano, R. (2023). La vacunación para la COVID-19 y su impacto en la distribución fiscal en el Perú. *Red Globalización con Equidad*. <https://www.redge.org.pe/sites/default/files/Distribucio%CC%81n%20fiscal-libro-.pdf>
- Boland, L. (2007). Funciones de la administración. <https://www.gestiopolis.com/que-es-abastecimiento/#1>
- Calderón, A. (2016). “Las barreras no arancelarias como problemática para la exportación de aceite de oliva de las mypes formales de la región Tacna – 2015”. Para optar al título académico de licenciada en administración de negocios internacionales. <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/75/1/calderon-ramos-ana.pdf>
- Cámara de Comercio de Lima – CCL (2023). ¿Cuál es la situación de la importación de medicamentos oncológicos? Revista de la Cámara de Comercio de Lima. <https://lacamara.pe/cual-es-la-situacion-de-la-importacion-de-medicamentos-oncologicos/>
- Cámara de Lima. (2019). Importación de productos farmacéuticos creció por segundo año. Comercio Exterior. [https://apps.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r864\\_3/comercio%20exterior.pdf](https://apps.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r864_3/comercio%20exterior.pdf)
- Cavagna, M. (2022). *Análisis de factibilidad del uso de la tecnología Blockchain para la trazabilidad de medicamentos en Argentina*. [Tesis de maestría, Instituto

- Tecnológico de Buenos Aires].  
<https://ri.itba.edu.ar/server/api/core/bitstreams/c6c84abd-bd19-4295-9c26-9df9cd0252aa/content>
- CEPAL (2021). *La prolongación de la crisis sanitaria y su impacto en la salud, la economía y el desarrollo social. Informe COVID-19*. CEPAL-OPS.  
<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/5d7d5402-188b-4d6a-8d0c-49eec0709554/content>
- Cesce (2022). El comercio exterior en un mundo globalizado. Informe sobre le panorama internacional 2022. <https://www.cesce.es/es/glosario/comercio-exterior>
- Chan, R. Montalvo, M (2019). “Actividades gestión logística y su relación en la importación de productos farmacéuticos de la subpartida nacional 3004.90.24.00 durante el periodo 2014 - 2018 en el sector privado” Título profesional.  
[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/652473/Chan\\_PR.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/652473/Chan_PR.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Chávez, M (2018). Importación de productos farmacéuticos creció por segundo año. Perú.
- CIEN (2023). Medicamentos para uso humano: Evolución del mercado mundial y nacional. *Nota Semanal de Inteligencia Comercial*. 1(1).  
[https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2023/07/CIEN\\_NSIM3\\_Junio\\_2023\\_Medicina-para-uso-humano.pdf](https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2023/07/CIEN_NSIM3_Junio_2023_Medicina-para-uso-humano.pdf)
- Córdova Espinal, J., Yolplac Grandez, M. (2020). *Análisis de los beneficios arancelarios en la importación de medicamentos para el tratamiento del COVID-19 en el mercado peruano*. [Tesis, Universidad Tecnológica del Perú].  
[https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/6157/J.Cordova\\_M.Yolplac\\_Tesis\\_Titulo\\_Profesional\\_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/6157/J.Cordova_M.Yolplac_Tesis_Titulo_Profesional_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cruz, A. (2017). Gestión de inventarios.  
<https://books.google.com.pe/books?id=Dw9aDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=inventario&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiPks388YrsAhXjHbkgGHTg1BH8Q6AEwAHoECAyQAg#v=onepage&q=inventario&f=false>
- Da Silva, D. (2022). ¿Qué es el mercado objetivo? 5 pasos para definir el tuyo. *Zendesk*. 1(1). <https://www.zendesk.com.mx/blog/mercado-objetivo/>
- De Brito, N, Lima P, Nunes V, Gomes F, Neves de Jesús N, Pereira H, Maia A. ( 2022). Analysis of scientific production on community pharmaceutical services in confronting the coronavirus pandemic. *REVISÃO Saúde debate*.  
[https://doi.org/10.1590/0103-1104\\_202212921](https://doi.org/10.1590/0103-1104_202212921)
- Diario Gestión. (2020). “MEF: Arancel cero a insumos médicos implicará costo fiscal de US\$ 21 millones”. <https://gestion.pe/economia/coronavirus-en-peru-mef-aplicacion-de-arancel-cero-a-insumos-medicos-por-covid-19-costara-us-21-millones-nndc-noticia/>
- Díaz (1999). Administración del inventario: elemento clave para la optimización de las utilidades en las empresas.  
<https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545892008.pdf>
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>

- Echeverry, R. (2017). *Política Comercial*. Bogotá D.C: Fundación Universitaria del Área Andina. <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1376/Politica%20Comercial.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Editorial Vértice. *La calidad en el servicio al cliente*. [Internet]. España: Editorial Vértice; 2008. <https://books.google.com.pe/books?id=M5yGtQ5m4yAC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Fajardo, P. (2020). *Monopolios en el Perú seguirán controlando precios de medicamentos por falta de legislación que lo regule*. Universidad Católica de Santa María. <https://www.ucsm.edu.pe/monopolios-en-el-peru-seguiran-controlando-precios-de-medicamentos-por-falta-de-legislacion-que-lo-regule/>
- Fernández Pariona, Y. (2017). *Caracterización del control interno y rentabilidad de los micros y pequeñas empresas de comercialización de medicamentos del Perú: caso empresa Farma Ahorro SAC Ayacucho, 2017*. [Tesis, Universidad Los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/29305>
- Flores, O. (2023). *PROMIF: la regulación sanitaria y de precios del sector farmacéutico como un agente económico*. Revista El Economista. <https://www.economista.com.mx/opinion/PROMIF-la-regulacion-sanitaria-y-de-precios-del-sector-farmaceutico-como-un-agente-economico-20230518-0120.html>
- Frumento, F. (2018). *Servicio de gestión logística en el comercio electrónico*. Catell.
- Gálvez, J. (2011). *El sistema del mercado farmacéutico en concordancia con las ventas*. Martell. España.
- Galvis, G. (2015). *Calidad en la gestión del servicio Venezuela*: Universidad Rafael Urdaneta.
- García, M y Zea, F. (2019). *Mejora del sistema logístico en la empresa Farmacia de la Sra. Nora aplicando Lean Manufacturing-Arequipa*. [Tesis, Universidad tecnológica del Perú]. [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/5313/M.Garcia\\_F.Zea\\_Tesis\\_Titulo\\_Profesional\\_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/5313/M.Garcia_F.Zea_Tesis_Titulo_Profesional_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Gestiopolis. *Administración de Empresas*. <https://www.gestiopolis.com/diccionario-administracion-empresas/>
- Gibbs, Murray (2007). *Política Comercial*. Nueva York: Naciones Unidas ONU DAES. [https://esa.un.org/techcoop/documents/Trade\\_Spanish.pdf](https://esa.un.org/techcoop/documents/Trade_Spanish.pdf)
- Hernández y otros (2010). *Metodología de la investigación*. México. Mc Graw Hill.
- Ibercondor. *Definiciones*. <https://ibercondor.com/glosario/>
- Jiménez y Hernández (2002). *Marco conceptual de la cadena de suministro: un nuevo enfoque logístico*. <http://www.azc.uam.mx/alumnos/tradeoff/docu/marco.pdf>
- Kuechler, M. (1998). *The Survey Method: An Indispensable Tool for Social Sciences Everywhere?*, en *American Behavioral Scientist*.
- Lagarde, C. (2018). *Crear un mejor sistema de comercio mundial*. *Fondo Monetario Internacional*. 1(1). <https://www.imf.org/es/News/Articles/2018/05/14/sp-lagarde-creating-a-better-global-trade-system>
- López, o. (2022). *Nota de Productividad Brasil El desafío de aumentar la productividad de la economía brasileña*. Brasil. <https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1899/Nota%20de%20P>



- [roductividad%20Brasil El%20desaf%C3%ADo%20de%20aumentar%20la%20pro ductividad%20de%20la%20econom%C3%ADa%20brasile%C3%B1a.pdf?sequen ce=1&isAllowed=y](#)
- López, J., Acevedo, A., Peña, C. (2019). La cadena de suministro de medicamentos en cuba. 15 (28). Cuadernos Latinoamericanos de Administración. <https://www.redalyc.org/journal/4096/409659500004/409659500004.pdf>
- Mantari, D, Quispe, M. (2019). *Propuesta de mejora del proceso logístico de productos farmacéuticos en empresa Santa Úrsula Servicios de Salud EIRL*. [Tesis, Universidad Tecnológica del Perú]. <https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2848/Delia%20Mantari Milagros%20Quispe Tesis Titulo%20Profesional 2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Márquez, R y Marveya, M. (2019). Configuración económica de la industria farmacéutica. Revista Actualidad Contable Faces.2 (38). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25757716005>
- Martínez, C. (2021). Barreras arancelarias – Definición e implicaciones para el comercio internacional. *Drip Ccapital* 1(2). <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/blog/barreras-arancelarias>
- Marveya, M. (2019). Configuración económica de la industria farmacéutica. Universidad de Los Andes. 22(38)61-100. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/257/25757716005/html/index.html>
- Mejía, E. (2008). La Investigación Científica en Educación. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima
- Mendoza, G., Cubas, W., Mejía, R., Chachaima, J., Montesinos, R., Arce, L., Mamani, J. (2019). Percepción de la población con respecto a medicamentos genéricos frente a los de marca en hospitales del Perú. Universidad San Martín de Porres. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/6108>
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones. (2011). <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/324940/Gestionabastecimiento.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Moreno, F. (2017). *El comercio como parte del aspecto administrativo de los negocios*. Colombia. Edison.
- Mota, K de Faria, Pereira, M Linhares, Coelho, E Baptista, Reis, T Marques dos, Nascimento, M Martins Gonzaga do, Obreli-Neto, P Roque, & Baldoni, A Oliveira. (2020). Medicamentos isentos de prescrição (MIP): o farmacêutico pode prescrever, más ele sabe o que são?. Revista de la OFIL , 30(1), 52-55. Epub 18 de enero de 2022. <https://dx.doi.org/10.4321/s1699-714x20200001000013>
- Navarrete Elisa. (2004). Libre Comercio Vs. Proteccionismo. México: Universidad de las Américas Puebla. Tesis Profesional.
- Núñez, M. (2008). Estrategia y Técnica en Investigación: Estrategia y Técnica del diseño de Investigación. Investigación Educativa, Vol. 12 N° 21, 33-41.
- Organización Mundial del Comercio (2018). Acuerdo de la OMC sobre Productos Farmacéuticos. OMC. 1(1). [https://www.wto.org/spanish/tratop s/pharma\\_ag s/pharma\\_agreement\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop s/pharma_ag s/pharma_agreement_s.htm)
- Oscanoa, T. (2012). Acceso y usabilidad de medicamentos: propuesta para una definición operacional.

- [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1726-46342012000100018](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1726-46342012000100018)
- Pariñas Sánchez, V. (2019). *La Gestión Estratégica de Productos Farmacéuticos y el Impacto en la Prescripción del Profesional de la Salud en Lima Metropolitana 2019*. [Tesis, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. [https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/20623/Parina\\_sv.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/20623/Parina_sv.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Pérez, P. (2009). Definición de cliente. [Internet]. 2009. [Citado 16 Oct 2017]. <https://definicion.de/cliente/>
- Rammert, W. (1996). New Rules of Sociological Method: Rethinking Technology Studies. *British Journal of Sociology*. 56(34). [https://www.researchgate.net/publication/28054841\\_La\\_tecnologia\\_Sus\\_formas\\_y\\_las\\_diferencias\\_de\\_los\\_medios\\_Hacia\\_una\\_teor%C3%ADa\\_social\\_pragm%C3%A1tica\\_de\\_la\\_tecnificaci%C3%B3n](https://www.researchgate.net/publication/28054841_La_tecnologia_Sus_formas_y_las_diferencias_de_los_medios_Hacia_una_teor%C3%ADa_social_pragm%C3%A1tica_de_la_tecnificaci%C3%B3n)
- Rodríguez, J. (2019). Plan de mejoras al sistema de trazabilidad de medicamentos en cuba. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*. 15 (29). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409661113001>
- Román, F. (2011). La tecnología: perspectivas desde la organización empresarial. *Revista Carter Infinito*. 9(3).
- Rosales, A. (2019). *Bases de toma de decisiones para la compra de medicamentos en clínica de Miraflores*. [Tesis, Universidad Católica Sedes Sapientiae]. [https://repositorio.ucss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14095/635/Rosales\\_Astrid\\_tesis\\_bachiller\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14095/635/Rosales_Astrid_tesis_bachiller_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sáenz, J. (2022). Market prices and demand for essential drugs in Ate district during the COVID-19 pandemic. *Quipukamayoc*. 30(64), <http://dx.doi.org/10.15381/quipu.v30i64.24303>
- Santana, C. (2022). Valoración del uso de tecnologías en farmacia 2.0 en la regional de Panamá. *Revista Saberes APUDEP*. 5(1). p. 402-419. [https://revistas.up.ac.pa/index.php/saberes\\_apudep/article/download/2645/2395/](https://revistas.up.ac.pa/index.php/saberes_apudep/article/download/2645/2395/)
- Serna, J. (2016). El sistema de control de inventario. *Revista Space*. 3(8). 7-9.
- Silberman, M. (2018). Responsible research with crowds: Pay crowdworkers at least minimum wage. [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgre\\_ports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms\\_684183.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgre_ports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_684183.pdf)
- Tamayo, T. (2017). *El proceso de investigación científica*. México: LIMUSA.
- Tenorio, J. (2020). Precios de medicinas del tratamiento de COVID-19 en centros farmacéuticos públicos y privados. *Scielo*. 4(4). 1-2. [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1728-59172020000300267](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1728-59172020000300267)
- Ugarte, O. (2019). Estrategias para mejorar el acceso a medicamentos en el Perú. 80(1). [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S10255583201900100019](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S10255583201900100019)
- Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Glorario. <http://www.unmsm.edu.pe/ogp/ARCHIVOS/Glosario/indi.htm#2>
- Velasco, C. (2023). Responsabilidad Social Empresarial en la industria farmacéutica y sostenibilidad: Un compromiso ineludible. Cerla Group.

VIDENZA (2019). Medicamentos ilegales en el Perú: Diagnóstico de la situación y recomendaciones de política. ANACAB-Asociación Nacional de Cadenas de Boticas.

[https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/publicaciones/estudios/Medicamentos Ilegales Final.pdf](https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/publicaciones/estudios/Medicamentos_Ilegales_Final.pdf)

Villada, S, Sánchez, J. (2019). *Los factores clave en la comercialización online de medicamentos*. [Tesis de grado, Universidad Católica de Pereira].

<https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/5612/3/DDMAE103.pdf>

Weisson, I. (2016). Cómo afectan las barreras arancelarias al comercio exterior. *Confianza*. 1(2). <https://confianza.com.ec/blog/barreras-arancelarias-comercio-exterior>

Westreicher, G (2020). Barreras comerciales. <https://economipedia.com/definiciones/barrera-comercial.html>

## ANEXOS

### Anexo 1. Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	MÉTODO
¿De qué manera las barreras comerciales impactan en la comercialización de medicamentos de boticas Otifarma, Perú - 2022?	Determinar el impacto de las barreras comerciales en la comercialización de medicamentos de boticas Otifarma, Perú - 2022	Existe un impacto positivo entre las barreras comerciales y el comercio de medicamentos de boticas Otifarma, Perú - 2022.	<b>Metodología:</b> <b>Diseño:</b> No experimental Tipo: Aplicada
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	<b>Enfoque:</b> Cuantitativo
¿Cuál es el impacto de las barreras comerciales en la gestión logística de boticas Otifarma, Perú - 2022?	Determinar el impacto de las barreras comerciales en la gestión logística de boticas Otifarma, Perú - 2022.	Existe un impacto positivo entre las barreras comerciales y la gestión logística de boticas Otifarma, Perú - 2022	<b>Población:</b> 100  <b>Muestra:</b> 82
¿Cuál es el impacto de las barreras comerciales en el uso de la tecnología de boticas Otifarma, Perú-2022?	Determinar el impacto de las barreras comerciales en el uso de la tecnología de boticas Otifarma, Perú-2022.	Existe un impacto positivo entre las barreras comerciales y la tecnología de boticas Otifarma, Perú - 2022	<b>Técnica de recolección de datos:</b> Encuesta
¿Cuál es el impacto de las barreras comerciales en el mercado objetivo de boticas Otifarma, Perú - 2022?	Determinar el impacto de las barreras comerciales en el mercado objetivo de boticas Otifarma, Perú - 2022.	Existe un impacto positivo entre las barreras comerciales y el mercado de boticas Otifarma, Lima, Perú - 2022.	<b>Técnica de procesamiento de datos:</b> Descriptiva e inferencial

## Anexo 2: Matriz de Operacionalización

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADOR	ITEM	ESCALA
Barreras Comerciales	Está referida a los tributos que implanta el estado a los productos extranjeros con el propósito de incrementar sus precios evitando competir con los precios de los productos nacionales (Mochón, 2012; p. 279)	Dimensión 1 Barreras Arancelarias	Arancel Ad Valorem	1, 2, 3	0 <u>Nunca</u> 1 <u>Casi nunca</u> 2 <u>Algunas veces</u> 3 <u>Casi siempre</u> 4 <u>Siempre</u>
			Impuesto General a las Ventas	4	
			Impuesto de promoción municipal	5	
		Dimensión 2 Barreras no arancelarias	Licencia de Importación	6, 7	
			Normas técnicas	8, 9	
			<u>Medidas fitosanitaria</u>	10, 11	
		Dimensión 3 Acuerdos Comerciales	Acceso a medicamentos	12, 13, 14	
Políticas comerciales	15, 16				
Comercialización de medicamentos	Meleán- Velasco (2017) definen que la comercialización de productos (intermedios o terminados) derivados del proceso de producción en cualquier organización representa un proceso fundamental para dar salida a los bienes obtenidos, bien sea para su disposición en mercados finales o para su incorporación en otras cadenas productivas (p. 49).	Dimensión 1 Logística	Abastecimiento	1, 2	0 <u>Nunca</u> 1 <u>Casi nunca</u> 2 <u>Algunas veces</u> 3 <u>Casi siempre</u> 4 <u>Siempre</u>
			Inventario	3, 4	
		Dimensión 2 Tecnología	Comercio electrónico	5, 6	
			Plataformas digitales de gestión	7, 8	
		Dimensión 3 Mercado	Ventas	9, 10, 11	
			Satisfacción del consumidor	12, 13	
			Calidad del servicio	14, 15	

### Anexo 3: Encuesta/Instrumento de Evaluación

N°	DIM	INDICADORES/PREGUNTAS	Nunca (0)	Casi nunca (1)	Algunas veces (2)	Casi siempre (3)	Siempre (4)
	Barreras arancelarias	<b>Arancel Ad Valorem</b>					
1		¿El ad valorem, influye en el precio de importación de medicamentos?					
2		¿La disminución del ad valorem en medicamentos, beneficiaría a las empresas farmacéuticas en el contexto actual?					
3		¿Consideras que el ad valorem se debería exonerar para medicamentos de enfermedades crónicas?					
		<b>Impuesto general a las ventas</b>					
4	¿La tasa que grava el IGV debería ser menor para los medicamentos?						
	Barreras no arancelarias	<b>Impuesto de promoción municipal</b>					
5		¿Consideras que el IPM debe ser exonerado para la importación de productos farmacéuticos?					
		<b>Licencia de importación</b>					
6		¿Las licencias de importación influyen en eficiencia de la gestión de importación de medicamentos?					
7		¿Consideras que una reestructuración en la gestión de licencias de importación, sería importante para una efectiva transacción?					
	Barreras no arancelarias	<b>Normas técnicas</b>					
8		¿Consideras que las especificaciones de normas técnicas, protegen la salud de la persona?					
9		¿Considera que las normas técnicas benefician solo a los empresarios corporativos?					
		<b>Medidas fitosanitarias</b>					
10		¿Consideras que DIGEMID cuenta con un sistema eficiente para regular la importación de medicamentos?					
11	¿Cree que DIGEMID, realiza las pruebas con rigor a las composiciones farmacológicas de medicamentos?						
	Acuerdos comerciales	<b>Acceso a medicamentos</b>					
12		¿Son equitativas las regulaciones de las entidades estatales en cuanto al acceso de medicamentos en el sector público y privado?					
13		¿El gobierno impulsa y agiliza acuerdos que faciliten la importación de medicamentos de países desarrollados?					
14		¿Considera que existe monopolio entre laboratorios y empresas farmacéuticas para la comercialización de los productos?					
		<b>Políticas comerciales</b>					
15		¿El estado mediante las políticas comerciales promueve la participación activa de las entidades públicas y privadas?					
16	¿Las políticas comerciales estatales protegen los precios de los productos nacionales frente a los importados?						

<b>Nombre del instrumento</b>	Cuestionario de Barreras comerciales.
<b>Objetivo</b>	Determinar las barreras comerciales en la línea de Boticas OTIFARMA.
<b>Autor del instrumento</b>	Elaboración propia.
<b>Duración</b>	La aplicación tendrá una duración de 20 minutos aproximadamente
<b>Sujeto de aplicación</b>	Especialistas de la línea de boticas OTIFARMA
<b>N° de preguntas</b>	Está constituido por 16 ítems de características afirmativas respecto a percepción de cada una de las unidades de análisis.
<b>Tipo de instrumento</b>	Cuestionario
<b>Descripción del instrumento</b>	<p>Dimensión 1: Barreras arancelarias. Percepción del Arancel Ad Valorem, el impuesto general a las ventas y el impuesto de promoción municipal. Consta de 5 ítems (1,2,3,4,5).</p> <p>Dimensión 2: Barreras no arancelarias. Percepción de la licencia de importación, normas técnicas y medidas fitosanitarias. Está formada por 6 ítems (6, 7, 8, 9, 10, 11).</p> <p>Dimensión 3: Acuerdos comerciales. Percepción del acceso a medicamentos y políticas comerciales. Está formada por 5 ítems (12,13,14,15, 16).</p>
<b>Escala de medición</b>	Nunca (0) Casi nunca (1) Algunas veces (2) Casi siempre (3) Siempre (4).

N°	DIM	INDICADORES/PREGUNTAS	Nunca (0)	Casi nunca (1)	Algunas veces (2)	Casi siempre (3)	Siempre (4)
	Logística	<b>Abastecimiento</b>					
1		¿Las farmacias cuentan con eficientes redes de abastecimiento para los consumidores?					
2		¿El abastecimiento de medicamentos para tratamientos de covid-19 ha sido eficaz?					
		<b>Inventario</b>					
3	Logística	¿Considera que las farmacias llevan un inventario estratégico para brindar una correcta información a los clientes?					
4		¿Considera que es importante utilizar tecnología e innovación en la gestión de inventarios de medicamentos?					
	Tecnología	<b>Comercio electrónico</b>					
5		¿Considera que el comercio electrónico ha sido clave en la adquisición de medicamentos en tiempos de pandemia?					
6		¿El Comercio Electrónico beneficia a toda la cadena de suministro de las farmacias?					
		<b>Plataformas digitales de gestión</b>					
7		¿Las plataformas digitales de gestión de DIGEMID y MINSAs, brindan información precisa y práctica para la importación de productos farmacéuticos?					
8	Tecnología	¿La plataforma de DIGEMID agiliza documentación presentada para la importación de medicamentos?					
		<b>Ventas</b>					
9	Mercado	¿Las ventas en medicamentos han incrementado de manera sustancial en tiempos de pandemia?					
10		¿Es importante tener una correcta proyección de ventas al momento de importar productos farmacéuticos?					
11		¿Consideras que el e-commerce influye de manera positiva en las ventas del sector farmacéutico?					
		<b>Satisfacción del consumidor</b>					
12		¿El incremento de precios en medicamentos para tratamientos de COVID - 19 y enfermedades crónicas influyen de manera negativa en la satisfacción del consumidor?					
13	Mercado	¿La implementación de servicios: delivery gratuito y farmacia vecina generan satisfacción en el consumidor?					
		<b>Calidad del servicio</b>					
14	Mercado	¿La calidad del servicio brindado por la cadena de farmacia, es valorado por el cliente al momento de adquirir un medicamento?					
15		¿Las farmacias brindan información necesaria de medicamentos nuevos en el mercado a los consumidores?					



<b>Nombre del instrumento</b>	Cuestionario de comercialización de medicamentos
<b>Objetivo</b>	Determinar la comercialización de medicamentos en la línea de Boticas OTIFARMA.
<b>Autor del instrumento</b>	Elaboración propia.
<b>Duración</b>	La aplicación tendrá una duración de 20 minutos aproximadamente
<b>Sujeto de aplicación</b>	Especialistas de la línea de boticas OTIFARMA
<b>Nº de preguntas</b>	Está constituido por 15 ítems de características afirmativas respecto a percepción de cada una de las unidades de análisis.
<b>Tipo de instrumento</b>	Cuestionario
<b>Descripción del instrumento</b>	<p>Dimensión 1: Abastecimiento. Percepción de la logística, tecnología y mercado. Consta de 4 ítems (1, 2, 3, 4).</p> <p>Dimensión 2: Tecnología. Percepción del comercio electrónico y plataformas digitales de gestión. Está formada por 4 ítems (5, 6, 7, 8).</p> <p>Dimensión 3: Mercado. Percepción de las ventas, satisfacción del consumidor y calidad del servicio. <u>Esta</u> formada por 7 ítems. (9, 10, 11, 12,13,14, 15)</p>
<b>Escala de medición</b>	<p>Nunca (0) Casi nunca (1) Algunas veces (2) Casi siempre (3) Siempre (4)<u>.</u></p>

## Anexo 4. Juicio de expertos

### ANEXO 18 - A

#### INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

Lima 12 de noviembre del 2021

Estimado Coordinador de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Científica del Sur.

A solicitud del tesista, se procedió a revisar la matriz de consistencia, matriz de operacionalización y el instrumento que empleará para su investigación. Según detalle:

Título de la tesis	Barreras comerciales y su relación con la comercialización de medicamentos en la línea de Boticas OTIFARMA en el 2021
Grado o título que aspira	Licenciado en <u>Administración</u> de Negocios Internacionales
Apellidos y Nombre del (los) tesista (s)	Ching Guevara Samira Gineth Huere Guevara Rebeca

Al respecto y de acuerdo con los indicadores mencionados se califica cada uno de los ítems:

#### VARIABLE: BARRERAS COMERCIALES

Dimensión 1	Ítem (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Barreras Arancelarias	1. ¿El <del>ad valorem</del> influye en el precio de importación de medicamentos?	4	3	4	4
	2. ¿La disminución del <del>ad valorem</del> en medicamentos, beneficiaría a las empresas farmacéuticas en el contexto actual?	3	4	4	3
	3. ¿Considera que el <del>ad valorem</del> se debería exonerar para medicamentos de enfermedades crónicas?	4	4	4	4
	4. ¿La tasa que grava el IGV debería ser menor para los medicamentos?	4	4	3	4
	5. ¿Considera que el IPM debe ser exonerado para la importación de productos farmacéuticos?	3	3	4	4

Dimensión 2	Ítem (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Barreras no arancelarias	6. ¿Las licencias de importación influyen en eficiencia de la gestión de importación de medicamentos?	4	4	4	4
	7. ¿Considera que una reestructuración en la gestión de licencias de <del>importación</del> sería importante para una efectiva transacción?	4	4	4	4
	8. ¿Considera que las especificaciones de normas <del>técnicas</del> protegen la salud de la persona?	4	3	4	4

	6. ¿El Comercio Electrónico beneficia a toda la cadena de suministro de las farmacias?	4	4	4	4
	7. ¿Las plataformas digitales de gestión de DIGEMID y MINSA, brindan información precisa y práctica para la importación de productos farmacéuticos?	4	4	4	4
	8. ¿La plataforma de DIGEMID agiliza documentación presentada para la importación de medicamentos?	4	4	4	4

Dimensión 3	Ítem (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Mercado	9. ¿Las ventas en medicamentos han incrementado de manera sustancial en tiempos de pandemia?	4	4	4	4
	10. ¿Es importante tener una correcta proyección de ventas al momento de importar productos farmacéuticos?	4	4	3	3
	11. ¿Consideras que el e-commerce influye de manera positiva en la <u>ventas</u> del sector farmacéutico?	4	4	4	4
	12. ¿El incremento de precios en medicamentos para tratamientos de COVID - 19 y enfermedades crónicas influyen de manera negativa en la satisfacción del consumidor?	4	4	4	4
	13. ¿La implementación de servicios <del>gratuito</del> gratuito y farmacia vecina generan satisfacción en el consumidor?	3	3	4	3
	14. ¿La calidad del servicio brindado por la cadena de farmacia, es valorado por el cliente al momento de adquirir un medicamento?	4	4	4	4
	15. ¿Las farmacias brindan información necesaria de medicamentos nuevos en el mercado a los consumidores?	4	4	4	4

Firma del Juez Experto

Apellidos y Nombre del experto	Zevallos Balceda, Carlo Antonio
Especialidad del experto	Supply Chain
Código de colegiatura	*****
Ficha CTI Vitae (*)	<a href="https://dina.concytec.gob.pe/appDirectorioCTI/VerDatos/investigador.do?id_investigador=200387">https://dina.concytec.gob.pe/appDirectorioCTI/VerDatos/investigador.do?id_investigador=200387</a>

### ANEXO 18 - A

#### INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

Lima 12 de noviembre del 2021

Estimado Coordinador de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Científica del Sur.

A solicitud del tesista, se procedió a revisar la matriz de consistencia, matriz de operacionalización y el instrumento que empleará para su investigación. Según detalle:

Título de la tesis	Barreras comerciales y su relación con la comercialización de medicamentos en la línea de Boticas OTIFARMA en el 2021
Grado o título que aspira	Licenciado en <u>Administración</u> de Negocios Internacionales
Apellidos y Nombre del (los) tesista (s)	Ching Guevara Samira Gineth Huere Guevara Rebeca

Al respecto y de acuerdo con los indicadores mencionados se califica cada uno de los ítems:

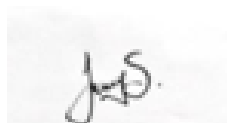
#### VARIABLE: BARRERAS COMERCIALES

Dimensión 1	Ítem (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Barreras Arancelarias	1. ¿El <u>ad valorem</u> influye en el precio de importación de medicamentos?	4	3	4	4
	2. ¿La disminución del <u>ad valorem</u> en medicamentos, beneficiaría a las empresas farmacéuticas en el contexto actual?	3	4	4	3
	3. ¿Considera que el <u>ad valorem</u> se debería exonerar para medicamentos de enfermedades crónicas?	4	4	4	4
	4. ¿La tasa que genera el IGV debería ser menor para los medicamentos?	4	4	3	4
	5. ¿Considera que el IPM debe ser exonerado para la importación de productos farmacéuticos?	3	3	4	4

Dimensión 2	Ítem (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Barreras no arancelarias	6. ¿Las licencias de importación influyen en eficiencia de la gestión de importación de medicamentos?	4	4	4	4
	7. ¿Considera que una reestructuración en la gestión de licencias de <u>importación</u> sería importante para una efectiva transacción?	4	4	4	4
	8. ¿Considera que las especificaciones de <u>normas técnicas</u> protegen la salud de la persona?	4	3	4	4

	medicamentos en tiempos de pandemia?				
6.	¿El Comercio Electrónico beneficia a toda la cadena de suministro de las farmacias?	4	4	4	4
7.	¿Las plataformas digitales de gestión de DIGEMID y MINSA, brindan información precisa y práctica para la importación de productos farmacéuticos?	4	4	4	4
8.	¿La plataforma de DIGEMID agiliza documentación presentada para la importación de medicamentos?	4	4	4	4

Dimensión I	Ítem (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Mercado	9. ¿Las ventas en medicamentos han incrementado de manera sustancial en tiempos de pandemia?	4	4	4	4
	10. ¿Es importante tener una correcta proyección de ventas al momento de importar productos farmacéuticos?	4	4	3	3
	11. ¿Consideras que el e- <del>comercio</del> influye de manera positiva en la <del>venta</del> <u>venta</u> del sector farmacéutico?	4	4	4	4
	12. ¿El incremento de precios en medicamentos para tratamientos de COVID - 19 y enfermedades crónicas influyen de manera negativa en la satisfacción del consumidor?	4	4	4	4
	13. ¿La implementación de servicios: <del>de</del> <u>de</u> <del>gratuito</del> y farmacia <del>vecina</del> generan satisfacción en el consumidor?	3	3	4	3
	14. ¿La calidad del servicio brindado por la cadena de farmacia, es valorado por el cliente al momento de adquirir un medicamento?	4	4	4	4
	15. ¿Las farmacias brindan información necesaria de medicamentos nuevos en el mercado a los consumidores?	4	4	4	4



Apellidos y Nombre del experto	Mag. Salas Rojas, Jean Merry
Especialidad del experto	<ul style="list-style-type: none"> <li>Maestro en Dirección de Tecnología de la Información</li> <li>Licenciado en Ciencias de la Comunicación</li> </ul>
Código de colegiatura	
Ficha CTI Vitae (*)	<a href="https://dina.concytec.gob.pe/appDirectorioCTI/VerDatosInvestador.do?id_investigador=196181">https://dina.concytec.gob.pe/appDirectorioCTI/VerDatosInvestador.do?id_investigador=196181</a> <a href="https://orcid.org/0000-0002-6115-9926">https://orcid.org/0000-0002-6115-9926</a>

## ANEXO 18 - A

### INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

Lima, 11 de junio 2022

Estimado Coordinador de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Científica del Sur.

A solicitud del tesista, se procedió a revisar la matriz de consistencia, matriz de operacionalización y el instrumento que empleará para su investigación. Según detalle:

Título de la tesis	Barreras comerciales y su relación con la comercialización de medicamentos en la línea de Boticas OTIFARMA en el 2020
Grado o título que aspira	Licenciado en Administración de Negocios Internacionales
Apellidos y Nombre del (los) tesista (s)	Ching Guevara Samira Gineth Huere Guevara Rebeca

Al respecto y de acuerdo con los indicadores mencionados se califica cada uno de los ítems:

#### CUESTIONARIO DE VARIABLE: BARRERAS COMERCIALES

Dimensión 1	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Barreras Arancelarias	1. ¿El ad valorem, influye en el precio de importación de medicamentos?	3	3	3	3
	2. ¿La disminución del ad valorem en medicamentos, beneficiaría a las empresas farmacéuticas en el contexto actual?	3	3	3	3
	3. ¿Consideras que el ad valorem se debería exonerar para medicamentos de enfermedades crónicas?	3	3	3	3
	4. ¿La tasa que grava el IGV debería ser menor para los medicamentos?	3	3	3	3
	5. ¿Consideras que el IPM debe ser exonerado para la importación de productos farmacéuticos?	3	3	3	3

Dimensión 2	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
<b>4Barreras no arancelarias</b>	6. ¿Las licencias de importación influyen en eficiencia de la gestión de importación de medicamentos?	3	4	4	3
	7. ¿Consideras que una reestructuración en la gestión de licencias de importación, sería importante para una efectiva transacción?	4	3	3	4
	8. ¿Consideras que las especificaciones de normas técnicas, protegen la salud de la persona?	3	3	3	3
	9. ¿Considera que las normas técnicas benefician solo a los empresarios corporativos?	3	3	3	3
	10. ¿Consideras que DIGEMID cuenta con un sistema eficiente para regular la importación de medicamentos?	3	4	3	3
	11. ¿Cree que DIGEMID, realiza las pruebas con rigor a las composiciones farmacológicas de medicamentos?	3	3	4	3

Dimensión 3	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
<b>Acuerdos Comerciales</b>	12. ¿Son equitativas las regulaciones de las entidades estatales en cuanto al acceso de medicamentos en el sector público y privado?	4	4	4	4
	13. ¿El gobierno impulsa y agiliza acuerdos que faciliten la importación de medicamentos de países desarrollados?	4	4	4	4
	14. ¿Considera que existe monopolio entre laboratorios y empresas farmacéuticas para la comercialización de los productos?	4	4	4	4
	15. ¿El estado mediante las políticas comerciales promueve la participación activa de las entidades públicas y privadas?	3	4	4	3
	16. ¿Las políticas comerciales estatales protegen los precios de los productos nacionales frente a los importados?	3	3	3	3



**CUESTIONARIO DE VARIABLE: COMERCIALIZACIÓN DE MEDICAMENTOS**

Dimensión 1	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Logística	1. ¿Las farmacias cuentan con eficientes redes de abastecimiento para los consumidores?	3	4	4	3
	2. ¿El abastecimiento de medicamentos para tratamientos de covid-19 ha sido eficaz?	4	4	4	4
	3. ¿Considera que las farmacias llevan un correcto inventario para brindar una correcta información a los clientes?	4	4	4	4
	4. ¿Considera que es importante utilizar tecnología e innovación en la gestión de inventarios de medicamentos?	4	4	4	4

Dimensión 2	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Tecnología	5. ¿Considera que el comercio electrónico ha sido clave en la adquisición de medicamentos en tiempos de pandemia?	4	4	4	4
	6. ¿El Comercio Electrónico beneficia a toda la cadena de suministro de las farmacias?	3	4	4	3
	7. ¿Las plataformas digitales de gestión de DIGEMID y MINSA, brindan información precisa y práctica para la importación de productos farmacéuticos?	4	4	4	4
	8. ¿La plataforma de DIGEMID agiliza documentación presentada para la importación de medicamentos?	3	3	3	3

Dimensión 3	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Mercado	9. ¿Las ventas en medicamentos han incrementado de manera sustancial en tiempos de pandemia?	4	4	4	4
	10. ¿Es importante tener una correcta proyección de ventas al momento de importar productos farmacéuticos?	4	3	3	4
	11. ¿Consideras que el e-commerce influye de manera positiva en la ventas del sector farmacéutico?	4	4	4	4
	12. ¿El incremento de precios en medicamentos para tratamientos de COVID-19 y enfermedades crónicas influyen de manera negativa en la satisfacción del consumidor?	4	4	4	4
	13. ¿La implementación de servicios: delivery gratuito y farmacia vecina generan satisfacción en el consumidor?	4	4	3	4
	14. ¿La calidad del servicio brindado por la cadena de farmacia, es valorado por el cliente al momento de adquirir un medicamento?	4	3	3	4
	15. ¿Las farmacias brindan información necesaria de medicamentos nuevos en el mercado a los consumidores?	4	4	4	4



Firma del Juez Experto

Apellidos y Nombre del experto	Mario Enrique Arauco Loyola
Especialidad del experto	Maestría en Administración y Dirección de Empresas
Código de colegiatura	
Ficha CTI Vitae (*)	<a href="https://dina.concytec.gob.pe/appDirectorioCTI/VerDatosInvestigador.dojsessionid=351770571c155d27537e1a415bed?id_investigador=100947">https://dina.concytec.gob.pe/appDirectorioCTI/VerDatosInvestigador.dojsessionid=351770571c155d27537e1a415bed?id_investigador=100947</a>

## Anexo 5: Consentimiento Informado

### ANEXO 19

#### FORMATO DE CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO DE ACCESO PÚBLICO DE LA EMPRESA OTIFARMA

Por medio de la presente, informamos que la empresa Otifarma autoriza a las tesoristas Rebeca Huere Guevara con código de matrícula 100031336 y Samira Gineth Ching Guevara con código de matrícula 100029582 ambas la carrera profesional de Administración de Negocios Internacionales de la Universidad Científica del Sur, hacer uso de la información que a continuación se detalla, con el consentimiento de la institución, para el desarrollo de su tesis de grado, la cual lleva por título: "Barreras Comerciales y su relación con la comercialización de medicamentos en la línea de Boticas Otifarma en el 2021".

Información y/o permiso solicitado y a emplear en la tesis:

1. PERMISO PARA REALIZAR ENCUESTA A LOS PROVEEDORES Y EXPERTOS DE LA EMPRESA.

Dicha información, se recopilará en el Trabajo de Campo para posteriormente ser registrada en su investigación con fines netamente pedagógicos.

Se expide la presente CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO, a solicitud del interesado (a) para los fines que estime conveniente.

Lima, 04 de octubre de 2021



Rebeca Huere Guevara.  
DNI: 73455222.



Samira Gineth Ching Guevara  
DNI: 70677516



Jacinto Alvarado Sánchez/ Gerente General  
Razón Social de la Empresa: OTIFARMA SAC  
RUC: 20514374032  
Sitio web: [www.otifarma.com.pe](http://www.otifarma.com.pe)

## ANEXO 19

### FORMATO DE CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO DE ACCESO PÚBLICO (Encuesta/entrevista)

Estimado participante:

El objetivo de esta información es para determinar la relación que existe entre las barreras comerciales y el comercio de medicamentos de la línea de boticas Otiforma en el año 2021.

La información que nos brinde será tratada de manera confidencial y anónima. En ningún caso sus respuestas serán presentadas acompañadas de su nombre o de algún dato que lo identifique.

Inicialmente deberá contestar una breve encuesta respecto al perfil demográfico.

Su participación es totalmente voluntaria y puede darla por terminada en cualquier momento. Asimismo, puede plantear todas sus dudas respecto a la investigación antes, durante y después de su participación al correo del investigador: [100031336@cientifica.edu.pe](mailto:100031336@cientifica.edu.pe) o [100028592@cientifica.edu.pe](mailto:100028592@cientifica.edu.pe) La información que nos pueda brindar será de gran ayuda.

Lima, 04 de octubre de 2021

### Anexo 6: Bases de datos de resultados de los instrumentos

VARIABLE: BARRERAS COMERCIALES																				
MUESTRAS	BARRERAS ARANCEL					BARRERAS NO ARANCEL					ACUERDOS COMERCIAL					T. G				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		16			
Muestra 1	4	1	1	4	4	14	2	4	4	3	4	3	20	1	2	4	4	3	14	48
Muestra 2	4	1	1	4	4	14	2	4	4	3	4	3	20	1	2	4	4	3	14	48
Muestra 3	3	4	2	4	3	16	4	3	4	2	2	4	19	4	1	2	3	4	14	49
Muestra 4	2	3	1	3	4	13	3	4	4	4	3	4	22	4	4	3	4	4	19	54
Muestra 5	3	1	3	1	1	9	1	4	3	3	4	3	18	1	3	4	1	3	12	39
Muestra 6	2	4	2	3	3	14	3	2	2	2	4	3	16	2	2	3	3	3	13	43
Muestra 7	2	1	1	1	1	6	3	1	1	1	1	1	8	1	1	3	1	1	7	21
Muestra 8	1	4	2	4	1	12	0	4	3	2	4	3	16	3	2	2	1	3	11	39
Muestra 9	2	0	1	1	2	6	3	3	2	1	1	3	13	2	1	1	2	3	9	28
Muestra 10	1	3	1	1	0	6	2	3	1	1	4	3	14	1	1	4	0	3	9	29
Muestra 11	2	0	3	0	3	8	4	3	0	3	0	3	13	0	3	0	3	3	9	30
Muestra 12	4	3	1	4	2	14	2	3	3	3	4	3	18	3	3	0	2	3	11	43
Muestra 13	3	3	1	1	1	9	2	3	3	3	2	4	17	3	3	2	1	4	13	39
Muestra 14	4	4	3	3	4	18	3	4	3	3	3	4	20	1	3	3	4	4	15	53
Muestra 15	3	1	3	4	2	13	3	4	3	3	1	3	17	3	3	1	2	3	12	42
Muestra 16	4	3	1	0	0	8	3	3	3	4	4	3	20	3	4	4	0	3	14	42
Muestra 17	4	1	1	3	4	13	3	1	4	4	3	4	19	4	4	3	4	4	19	51
Muestra 18	3	1	3	0	1	8	2	1	1	3	4	3	14	1	3	4	1	3	12	34
Muestra 19	1	4	1	3	1	10	1	2	3	1	4	2	13	3	1	4	1	2	11	34
Muestra 20	2	1	4	2	4	13	2	4	1	4	4	3	18	1	4	4	4	3	16	47
Muestra 21	2	3	1	4	1	11	3	2	4	3	2	3	17	4	3	2	1	3	13	41
Muestra 22	1	2	4	4	4	15	3	3	4	3	4	4	21	1	3	4	4	4	16	52
Muestra 23	2	4	4	3	4	17	4	2	2	2	4	4	18	2	2	4	4	4	16	51
Muestra 24	1	3	2	4	3	13	1	4	3	1	3	3	15	3	1	3	3	3	13	41
Muestra 25	3	1	1	4	4	13	1	3	4	3	4	4	19	4	3	4	4	4	19	51
Muestra 26	2	2	3	2	4	13	3	2	4	2	3	3	17	4	2	3	4	3	16	46
Muestra 27	1	2	1	1	0	5	1	1	3	0	0	0	5	3	0	0	0	0	3	13
Muestra 28	2	1	2	4	3	12	3	2	4	2	1	3	15	4	2	1	3	3	13	40
Muestra 29	1	1	1	3	3	9	1	1	1	1	2	3	9	1	1	2	3	3	10	28
Muestra 30	1	0	2	3	4	10	3	1	4	4	3	2	17	4	4	3	4	2	17	44
Muestra 31	3	4	0	3	0	10	3	3	0	3	4	0	13	0	3	4	0	0	7	30
Muestra 32	3	3	2	3	3	14	3	3	4	3	3	4	20	4	3	3	3	4	17	51
Muestra 33	3	4	4	3	3	17	1	3	2	3	4	1	14	2	3	4	3	4	16	47
Muestra 34	3	4	3	4	4	18	4	3	3	3	4	3	20	3	1	4	4	3	15	53
Muestra 35	2	4	2	4	4	16	3	3	1	3	3	4	17	1	3	3	4	4	15	48
Muestra 36	4	4	3	4	3	18	3	4	4	4	3	0	18	4	4	3	3	0	14	50
Muestra 37	3	1	2	4	1	11	4	4	3	4	4	3	22	3	1	4	1	3	12	45
Muestra 38	2	3	1	3	4	13	3	3	4	3	1	0	14	4	3	1	4	0	12	39
Muestra 39	3	1	3	1	4	12	3	1	4	1	1	3	13	4	1	1	4	3	13	38
Muestra 40	2	4	2	3	4	15	3	4	4	4	4	2	21	4	1	4	4	2	15	51
Muestra 41	2	1	1	1	3	8	2	4	4	2	4	3	19	2	1	4	3	3	13	40
Muestra 42	1	4	2	4	4	15	2	4	4	3	4	3	20	4	3	4	4	3	18	53
Muestra 43	2	0	1	1	3	7	4	3	4	2	2	4	19	3	2	2	3	4	14	40
Muestra 44	3	3	1	2	4	13	3	4	4	4	3	4	22	4	4	3	4	4	19	54
Muestra 45	2	0	3	0	1	6	1	4	3	3	4	3	18	1	3	4	1	3	12	36
Muestra 46	4	1	3	4	3	15	3	2	2	2	4	3	16	2	2	4	3	3	14	45
Muestra 47	3	1	3	4	1	12	3	1	1	1	3	1	10	1	1	3	1	1	7	29
Muestra 48	4	4	3	3	1	15	0	4	3	2	4	3	16	1	2	4	1	3	11	42
Muestra 49	3	4	3	4	2	16	3	3	2	1	1	3	13	2	1	1	2	3	9	38
Muestra 50	4	3	4	0	0	11	2	3	1	1	4	3	14	1	1	4	0	3	9	34
Muestra 51	2	1	4	3	3	13	4	3	0	3	0	3	13	0	3	0	3	3	9	35
Muestra 52	3	1	3	0	2	9	2	3	3	3	4	3	18	1	3	4	2	3	13	40
Muestra 53	1	4	1	3	1	10	2	3	3	3	2	4	17	3	3	2	1	4	13	40
Muestra 54	2	1	4	2	4	13	3	4	3	3	3	4	20	3	3	3	4	4	17	50
Muestra 55	2	3	4	4	2	15	3	4	3	3	1	3	17	3	3	1	2	3	12	44
Muestra 56	3	4	4	4	0	15	3	3	3	4	4	2	19	1	4	4	0	3	12	46
Muestra 57	2	4	4	3	4	17	3	1	4	4	3	4	19	4	4	3	4	4	19	55
Muestra 58	1	3	3	4	1	12	2	1	1	3	4	3	14	1	3	4	1	3	12	38
Muestra 59	3	1	1	4	1	10	1	2	3	1	4	2	13	3	1	4	1	2	11	34
Muestra 60	2	3	3	2	4	14	2	4	1	4	4	2	17	1	4	4	4	3	16	47
Muestra 61	1	2	1	1	1	6	3	2	4	3	2	2	16	4	3	2	1	3	13	35
Muestra 62	2	1	4	4	4	15	3	3	4	3	4	4	21	4	3	4	4	4	19	55
Muestra 63	1	1	1	3	4	10	4	2	2	2	4	3	17	2	2	4	4	4	16	43
Muestra 64	1	0	2	3	3	9	1	4	3	1	3	3	15	3	1	3	3	3	13	37
Muestra 65	3	4	0	3	4	14	1	3	4	3	4	4	19	4	3	4	4	4	19	52
Muestra 66	3	3	4	3	4	17	3	2	4	2	3	3	17	4	2	3	4	3	16	50
Muestra 67	2	4	2	4	0	12	1	1	3	0	0	0	5	3	0	0	0	0	3	20
Muestra 68	1	4	2	4	3	14	3	2	4	2	1	3	15	4	2	1	3	3	13	42
Muestra 69	3	2	2	4	3	14	1	4	4	2	4	3	18	4	2	4	3	3	16	48
Muestra 70	2	3	1	3	4	13	3	4	4	3	4	3	21	4	3	4	4	3	18	52
Muestra 71	3	1	3	1	0	8	3	3	4	2	2	4	18	4	2	2	0	4	12	38
Muestra 72	2	4	2	3	3	14	3	4	4	4	3	4	22	4	4	3	3	4	18	54
Muestra 73	2	1	1	1	3	8	2	4	3	3	4	3	19	3	3	4	3	3	16	43
Muestra 74	1	4	2	4	4	15	2	2	2	2	4	3	15	2	2	4	4	3	15	45
Muestra 75	2	0	1	1	3	7	4	1	1	1	3	1	11	1	1	3	3	1	9	27
Muestra 76	3	3	1	2	4	13	3	4	3	2	4	3	19	3	2	4	4	3	16	48
Muestra 77	2	0	3	0	1	6	1	3	2	1	1	3	11	2	1	1	1	3	8	25
Muestra 78	4	3	3	4	3	17	3	3	1	1	4	4	15	1	1	4	3	3	12	44
Muestra 79	3	3	3	4	1	14	3	3	0	3	0	3	12	0	3	0	1	3	7	33
Muestra 80	4	4	3	3	1	15	0	3	3	3	4	3	16	3	3	4	1	3	14	45
Muestra 81	3	3	3	2	1	12	3	3	2	2	3	3	16	3	3	3	1	3	13	41
Muestra 82	4	1	1	4	4	14	2	4	4	3	4	3	20	1	2	4	4	3	14	48

VARIABLE: COMERCIALIZACIÓN DE MEDICAMENTOS																			
MUESTRAS	LOGÍSTICA				TECNOLÓGICA				MERCADO						T. G				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		15	T		
Muestra 1	2	4	2	4	12	3	2	1	4	10	2	4	3	1	2	4	3	19	41
Muestra 2	4	1	1	2	8	4	2	4	4	14	3	4	1	1	2	4	4	19	41
Muestra 3	3	4	2	4	13	3	4	3	4	14	2	2	1	2	1	2	3	13	40
Muestra 4	2	3	1	3	9	4	3	4	4	15	4	3	4	4	4	3	4	26	50
Muestra 5	3	1	3	1	8	1	1	4	3	9	3	4	3	1	3	4	1	19	36
Muestra 6	2	4	2	3	11	3	3	2	2	10	2	4	2	2	2	4	3	19	40
Muestra 7	2	1	1	1	5	1	3	1	1	6	1	3	1	1	1	3	1	11	22
Muestra 8	1	4	2	4	11	1	0	4	3	8	2	4	3	3	2	2	1	17	36
Muestra 9	2	0	1	1	4	2	3	1	2	8	1	1	0	2	1	1	2	8	20
Muestra 10	1	3	1	1	6	0	2	3	1	6	1	4	3	1	1	4	0	14	26
Muestra 11	2	0	3	0	5	3	1	0	0	4	1	0	1	0	2	0	3	7	16
Muestra 12	4	3	1	4	12	2	2	3	3	10	3	4	3	3	3	1	2	19	41
Muestra 13	3	3	1	1	8	1	2	3	3	9	3	2	4	3	3	2	1	18	35
Muestra 14	4	4	3	3	14	4	3	4	3	14	3	3	4	1	3	3	4	21	49
Muestra 15	3	1	3	4	11	2	2	4	3	11	3	1	3	3	3	1	2	16	38
Muestra 16	4	3	1	0	8	0	3	3	3	9	4	4	3	3	4	4	0	22	39
Muestra 17	4	1	1	3	9	4	3	1	4	12	4	3	4	4	4	3	4	26	47
Muestra 18	3	1	3	0	7	1	2	1	1	5	3	1	3	1	3	1	1	13	25
Muestra 19	1	4	1	3	9	1	1	2	1	5	1	0	1	1	1	0	1	5	19
Muestra 20	2	1	4	2	9	4	2	4	1	11	4	4	3	1	4	4	4	24	44
Muestra 21	2	3	1	4	10	1	0	2	0	3	3	2	3	4	3	2	1	18	31
Muestra 22	1	2	4	4	11	4	3	3	4	14	3	4	4	1	3	4	4	23	48
Muestra 23	2	4	4	3	13	4	4	2	2	12	2	4	4	2	2	4	4	22	47
Muestra 24	1	3	2	4	10	3	1	0	3	7	1	3	3	3	1	3	3	17	34
Muestra 25	3	1	1	4	9	4	1	3	4	12	3	4	4	4	3	4	4	26	47
Muestra 26	2	2	3	2	9	4	3	2	4	13	2	3	2	2	2	3	4	18	40
Muestra 27	1	2	1	1	5	0	1	1	3	5	0	0	0	3	0	0	0	3	13
Muestra 28	2	1	2	4	9	3	2	2	4	11	2	1	3	4	2	1	3	16	36
Muestra 29	1	1	0	3	5	1	0	1	1	3	1	0	0	1	1	0	0	3	11
Muestra 30	1	0	2	3	6	4	2	1	4	11	4	3	2	4	4	3	4	24	41
Muestra 31	3	4	0	3	10	0	3	2	0	5	3	4	0	0	3	4	0	14	29
Muestra 32	3	3	2	3	11	2	2	3	4	11	3	3	4	4	3	3	3	23	45
Muestra 33	3	4	4	3	14	3	1	3	2	9	3	4	1	2	3	4	3	20	43
Muestra 34	3	4	3	4	14	4	4	3	3	14	3	4	3	3	1	4	4	22	50
Muestra 35	2	4	2	4	12	4	3	3	1	11	3	3	4	1	3	3	4	21	44
Muestra 36	4	4	3	4	15	3	3	4	4	14	4	3	0	4	4	3	3	21	50
Muestra 37	3	1	2	4	10	1	2	4	3	10	4	4	3	3	1	4	1	20	40
Muestra 38	2	3	1	3	9	4	3	3	4	14	3	1	0	4	3	1	4	16	39
Muestra 39	3	1	1	1	6	1	1	1	4	7	1	1	1	1	1	1	1	7	20
Muestra 40	2	1	2	1	6	4	3	4	4	15	4	4	2	4	1	4	4	23	44
Muestra 41	2	1	1	1	5	3	2	4	4	13	2	4	3	2	1	4	3	19	37
Muestra 42	1	4	2	4	11	4	2	4	4	14	3	4	3	4	3	4	4	25	50
Muestra 43	2	0	1	1	4	3	4	3	4	14	2	2	4	3	2	2	3	18	36
Muestra 44	3	3	1	2	9	4	3	4	4	15	4	3	4	4	4	3	4	26	50
Muestra 45	2	0	3	0	5	1	1	4	3	9	3	4	3	1	3	4	1	19	33
Muestra 46	4	1	3	4	12	3	3	2	2	10	2	4	3	2	2	4	3	20	42
Muestra 47	3	1	3	4	11	1	3	1	1	6	1	3	1	1	1	3	1	11	28
Muestra 48	4	4	3	3	14	1	0	4	3	8	2	4	3	1	2	4	1	17	39
Muestra 49	3	4	3	4	14	2	3	3	2	10	1	1	3	2	1	1	2	11	35
Muestra 50	4	3	4	0	11	0	2	3	1	6	1	4	3	1	1	4	0	14	31
Muestra 51	2	1	4	3	10	3	4	3	0	10	3	0	3	0	3	0	3	12	32
Muestra 52	3	1	3	0	7	2	2	3	3	10	3	4	3	1	3	4	2	20	37
Muestra 53	1	4	1	3	9	1	2	3	3	9	3	2	4	3	3	2	1	18	36
Muestra 54	2	1	4	2	9	4	3	4	3	14	3	3	4	3	3	3	4	23	46
Muestra 55	2	3	4	4	13	2	3	4	3	12	3	1	3	3	3	1	2	16	41
Muestra 56	3	4	4	4	15	0	3	3	3	9	4	4	2	1	4	4	0	19	43
Muestra 57	2	4	4	3	13	4	3	1	4	12	4	3	4	4	4	3	4	26	51
Muestra 58	1	3	3	4	11	1	2	1	1	5	3	4	3	1	3	4	1	19	35
Muestra 59	3	1	1	4	9	1	1	2	3	7	1	4	2	3	1	4	1	16	32
Muestra 60	2	3	3	2	10	4	2	4	1	11	4	4	2	1	4	4	4	23	44
Muestra 61	1	2	1	1	5	1	3	2	4	10	3	2	2	4	3	2	1	17	32
Muestra 62	2	1	4	4	11	4	3	3	4	14	3	4	4	4	3	4	4	26	51
Muestra 63	1	1	1	3	6	4	4	2	2	12	2	4	3	2	2	4	4	21	39
Muestra 64	1	0	2	3	6	3	1	4	3	11	1	3	3	3	1	3	3	17	34
Muestra 65	3	4	0	3	10	4	1	3	4	12	3	4	4	4	3	4	4	26	48
Muestra 66	3	3	4	3	13	4	3	2	4	13	2	3	3	4	2	3	4	21	47
Muestra 67	2	4	2	4	12	0	1	1	3	5	0	0	0	3	0	0	0	3	20
Muestra 68	1	4	2	4	11	3	3	2	4	12	2	1	3	4	2	1	3	16	39
Muestra 69	3	2	2	4	11	3	1	4	4	12	2	4	3	4	2	4	3	22	45
Muestra 70	2	3	1	3	9	4	3	4	4	15	3	4	3	4	3	4	4	25	49
Muestra 71	3	1	3	1	8	0	3	3	4	10	2	2	4	4	2	2	0	16	34
Muestra 72	2	4	2	3	11	3	3	4	4	14	4	3	4	4	4	3	3	25	50
Muestra 73	2	1	1	1	5	3	2	4	3	12	3	4	3	3	3	4	3	23	40
Muestra 74	1	4	2	4	11	4	2	2	2	10	2	4	3	2	2	4	4	21	42
Muestra 75	2	0	1	1	4	3	4	1	1	9	1	3	1	1	1	3	3	13	26
Muestra 76	3	3	1	2	9	4	3	4	3	14	2	4	3	3	2	4	4	22	45
Muestra 77	2	0	3	0	5	1	1	3	2	7	1	1	3	2	1	1	1	10	22
Muestra 78	4	3	3	4	14	3	3	3	1	10	1	4	3	1	1	4	3	17	41
Muestra 79	3	3	3	4	13	1	3	3	0	7	3	0	3	0	3	0	1	10	30
Muestra 80	4	4	3	3	14	1	0	3	3	7	3	4	3	3	3	4	1	21	42
Muestra 81	3	3	3	2	11	1	4	3	4	12	3	4	3	2	3	4	1	20	43
Muestra 82	4	4	3	1	12	1	2	3	3	9	3	2	3	4	3	1	1	17	38

## Anexo 7: Prueba de confiabilidad de los instrumentos

**Cuadro 1. Prueba de confiabilidad del instrumento de las barreras comerciales**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,819	16

**Cuadro 2. Estadísticas de total de elemento**

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00032	37,6667	83,952	,494	,805
VAR00033	38,1333	82,838	,338	,817
VAR00034	38,6000	93,114	,037	,827
VAR00035	37,8000	75,457	,642	,792
VAR00036	38,0000	77,714	,632	,793
VAR00037	37,8667	95,695	-,111	,838
VAR00038	37,0667	84,352	,578	,802
VAR00039	37,6667	76,095	,785	,783
VAR00040	37,8667	82,552	,669	,797
VAR00041	37,6000	83,686	,333	,816
VAR00042	37,2000	84,743	,674	,801
VAR00043	38,3333	85,952	,301	,817
VAR00044	38,0667	86,067	,422	,809
VAR00045	37,9333	90,638	,072	,835
VAR00046	38,0000	77,714	,632	,793
VAR00047	37,2000	84,743	,674	,801

En los cuadros 1 y 2 se observan los resultados de la aplicación del Alfa de Cronbach al instrumento de las barreras comerciales donde se evidencia un índice de 0,819 estableciendo que el instrumento es aceptable y se puede aplicar al grupo de la muestra elegida.

**Cuadro 3. Prueba de confiabilidad del instrumento de la comercialización de medicamentos**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,835	15

**Cuadro 4. Estadísticas de total de elemento**

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00048	32,8667	93,267	,389	,829
VAR00049	33,0000	83,714	,549	,819
VAR00050	33,6000	100,971	-,002	,846
VAR00051	33,0000	82,714	,637	,812
VAR00052	33,1333	89,838	,421	,828
VAR00053	33,2000	98,314	,116	,843
VAR00054	32,6667	83,952	,622	,814
VAR00055	32,7333	82,495	,788	,804
VAR00056	33,1333	86,267	,812	,808
VAR00057	32,5333	90,267	,372	,831
VAR00058	33,0000	87,000	,537	,820
VAR00059	33,5333	92,410	,370	,830
VAR00060	33,2000	90,457	,578	,820
VAR00061	32,8667	92,838	,268	,838
VAR00062	33,1333	89,838	,421	,828

En los cuadros 3 y 4 se observan los resultados de la aplicación del Alfa de Cronbach al instrumento de la comercialización de medicamentos donde se evidencia un índice de 0,835 estableciendo que el instrumento es aceptable y se puede aplicar al grupo de la muestra electa.



**ACEPTACIÓN DEL PROYECTO DE TESIS Y NOMBRAMIENTO DEL ASESOR DE TESIS**

**RESOLUCIÓN DIRECTORAL ACADÉMICA DE FACULTAD N° 025-DAFCE-RI-U.CIENTIFICA/VILLA-2023**

Lima, 30 de setiembre de 2023

**VISTO:**

Los informes de revisión independiente académica y de exoneración del Comité de Ética por parte del responsable de investigación del proyecto de tesis presentado por los alumnos de la Facultad de la Carrera de Administración de Negocios Internacionales

**CONSIDERANDO:**

Que, de acuerdo al Reglamento General de la Universidad Científica del Sur y los reglamentos de pre/posgrado para obtener el título profesional/ grado académico de Maestro/ grado académico de Doctor en la Facultad de Ciencias Empresariales se debe desarrollar un trabajo de investigación.

Que, de acuerdo a la normativa vigente de la Universidad Científica del Sur, en uso de las atribuciones conferidas al Decano de Negocios

**SE RESUELVE:**

Aprobar e inscribir el proyecto de tesis presentado por los alumnos de la Carrera Administración de Empresas y nombrar asesor para el desarrollo de tesis de lo que se indica en la siguiente tabla:

CARRERA	ALUMNO	TITULO DE TESIS	ASESOR
Administración de Negocios Internacionales	SAMIRA GINETH CHING GUEVARA  REBECA HUERE GUEVARA	“BARRERAS COMERCIALES Y SU IMPACTO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE MEDICAMENTOS EN LA LINEA DE BOTICAS OTIFARMA PERÚ - 2022”	ANA CECILIA NAPAN YACTAYO

Regístrese, comuníquese y archívese,

**Mg. Omar Rosales Díaz**

Decano de Negocios

Administración de Empresas | Marketing y Administración | Administración de Negocios Internacionales