



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

“LA APLICACIÓN DE LA INTELIGENCIA
COMERCIAL Y SU INFLUENCIA EN LA
IMPORTACION DE MEMORIAS RAM DE LA
EMPRESA GRUPO COMPUTEL S.A.C.2016-2017”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Bach. Katia Ocaña Castillo

Asesor:

Mg. Willy Frans Aguilar Morante

Lima – Perú
2018

APROBACIÓN DE LA TESIS

El asesor MG. Willy Frans Aguilar Morante y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por la Bachiller **Katia Ocaña Castillo**, denominada:

**“LA APLICACIÓN DE LA INTELIGENCIA COMERCIAL Y SU INFLUENCIA
EN LA IMPORTACIÓN DE MEMORIAS RAM DE LA EMPRESA GRUPO
COMPUTEL S.A.C. 2016-2017”**

Mg. Willy Frans Aguilar Morante

ASESOR

Mg. Berenice Cajavilca Gonzales

JURADO

PRESIDENTE

Lic. Monica Ivonne Zavala Soto

JURADO

Mg. Alberto Rojas Balletta

JURADO

DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada para mi eterna compañera Mafer, quien es mi mejor ejemplo y mayor motivación para culminar este largo camino universitario, gracias por ser parte de mis amanecidas, por entenderme y porque siendo tan chiquita, me enseñas demasiado, eres mi orgullo mi amor, sin ti el camino hubiera sido más difícil. Gracias Princesa

AGRADECIMIENTO

Agradecer a mi asesor Willy Aguilar de todo corazón por la dedicación, paciencia y guiarnos en todo este trabajo de investigación.

Katia Ocaña Castillo

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
INTRODUCCIÓN	11
1.1 Realidad problemática	11
1.2 Formulación del problema	14
1.3 Justificación	14
1.4 Limitaciones	14
II. MARCO TEÓRICO	15
2.1 Antecedentes	15
2.2 Bases teóricas	17
2.3 Hipótesis	36
III. METODOLOGÍA	37
3.1 Operacionalización de variables	37
3.2 Diseño de investigación	39
3.3 Unidad de estudio	39
3.4 Población y Muestra (materiales, instrumentos y métodos)	39
3.5 Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos	40
3.6 Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos	40
IV. RESULTADOS	41
4.1 Análisis inteligencia comercial e importaciones de memorias RAM	41
4.2 Análisis inferencial	53
DISCUSIÓN	56
CONCLUSIONES	59
RECOMENDACIONES	61
REFERENCIAS	64

ANEXOS	66
Anexo 1: Matriz de consistencia	67
Anexo 2: Carta de autorización de uso de información de Empresa Computel S.A.C.	69
Anexo 3: Información de la Cámara de Comercio de Lima	70
Anexo 4: Cotizaciones	79
Anexo 5: Cotización agente de carga	79
Anexo 6: Cotización memorias RAM 1	80
Anexo 7: Cotización memorias RAM 2	81
Anexo 8: Cotización memorias RAM 3	82
Anexo 9: Cotización flete 1	83
Anexo 10: Cotización flete 2	84
Anexo 11: Certificación NOA 1	85
Anexo 12: Certificación NOA 2	86
Anexo 13: Certificación FCC	87
Anexo 14: Certificación de conformidad 1	88
Anexo 15: Certificación de conformidad 2	89
Anexo 16: Normas de aseguramiento de la calidad.	90
Anexo 17: Partida arancelaria memorias	91
Anexo 18: Matriz de selección de Proveedores	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1.	Método cualitativo por puntos	26
Tabla N° 2.	Operacionalización de la variable independiente: Inteligencia comercial.....	37
Tabla N° 3.	Operacionalización de la variable dependiente: Importación.....	38
Tabla N° 4.	Importación de memoria RAM, según país de origen, 2016-2017 (Miles de USD\$ en valor FOB)	41
Tabla N° 5.	Importación de memoria RAM, según empresa, 2016-2017 (Miles de USD\$ FOB).....	44
Tabla N° 6.	Países importadores de memorias ram en Sudamérica	46
Tabla N° 7.	Partida 8471.70.00.00: Importación por producto en miles de USD\$	47
Tabla N° 8.	Costo unitario por según proforma INVOICE de proveedor internacional.....	48
Tabla N° 9.	Matriz de selección de proveedores	49
Tabla N° 10.	Costo de compra a proveedor local	50
Tabla N° 11.	Costo de compra de importación.....	50
Tabla N° 12.	Diferencia en costos entre proveedor nacional e importación.	50
Tabla N° 13.	Utilidad por venta de memorias importadas en el mercado local.....	51
Tabla N° 14.	Utilidad y costos (%)	52
Tabla N° 15.	Prueba de normalidad	53
Tabla N° 16.	Estadísticas de grupo.....	54
Tabla N° 17.	Prueba de muestras independientes	54

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1. Objetivos de la investigación de mercados	19
Figura N° 2. Proceso para el desarrollo de inteligencia comercial	21
Figura N° 3. Condiciones para el importador	33
Figura N° 4. Modalidades y plazos para destinar las mercancías.....	34
Figura N° 5. Documentos sustentatorios	34
Figura N° 6. Importación de memoria RAM, según país de origen, 2017 (Miles de USD\$ FOB).....	42
Figura N° 7. Proceso de búsqueda de información.....	43
Figura N° 8. Importación de memoria RAM, según empresa, 2016-2017 (Miles de USD\$ FOB).....	45
Figura N° 9. Partida 8471.70.00.00: Importación en miles (USD) por vía de entrada.....	47
Figura N° 10. Costo según proveedor y diferencia en ahorro para la empresa	51
Figura N° 11. Ingresos, egresos y utilidad (primer mes y proyección a 5 años)	52

RESUMEN

La presente investigación lleva por título “La aplicación de la inteligencia comercial y su influencia en la importación de memorias ram de la empresa Grupo Computel S.A.C. 2016-2017”. El objetivo general: Analizar si la aplicación de la inteligencia comercial influye en las importaciones de memorias ram de la empresa Grupo Computel SAC 2016-2017.

El estudio es no Experimental, descriptivo, transversal. El Tipo de investigación es básica. La unidad de estudio la empresa Grupo Computel SAC.

Con respecto a las técnicas de investigación, se utilizó la estadística descriptiva, se hizo uso del programa estadístico SPSS (Statistical Package for Social Sciencies), Versión 25., la base de datos de Trade map, SUNAT y otras herramientas de inteligencia comercial.

Las principales conclusiones a las que se llegó: A través de las herramientas de la inteligencia comercial, se puede realizar un mejor estudio, a través de la investigación de mercado y las bases de datos estadísticos como nos facilitó las páginas de la Sunat y Trade map.

Asimismo, se pudo ver que, para poder tener proveedores confiables a largo plazo, se deberá ingresar a la CCL, para poder tener una confianza al momento de comprar, ya que ellos facilitan al usuario inscrito los nombres de los proveedores chinos inscritos, y a su vez poder realizar una negociación directa y comprar directamente desde la fábrica a la empresa en destino.

Palabras clave: importación, memorias ram, inteligencia comercial, costos, beneficio.

ABSTRACT

The present investigation is entitled "The application of commercial intelligence and its influence on the import of RAM memories of the company Grupo Computel S.A.C. 2016-2017". The general objective: Analyze if the application of commercial intelligence influences imports of RAM memories of the company Grupo Computel SAC. 2016-2017.

The study is not Experimental, descriptive, transversal. The type of research is basic. The study unit of the company Grupo Computel SAC.

With respect to research techniques, descriptive statistics were used, the statistical program SPSS (Statistical Package for Social Sciences), Version 25, the Trade map database, customs and other commercial intelligence tools were used.

The main conclusions reached: Through the tools of commercial intelligence, you can make a better study, through market research and statistical databases as you provided the pages of the Sunat and Trade map.

Also, it could be seen that, in order to have reliable long-term suppliers, they must enter the CCL, in order to have confidence at the time of purchase, since they provide the registered user with the names of the registered Chinese suppliers, and their Once you can make a direct negotiation and buy directly from the factory to the company at destination.

Key words: import, ram memories, commercial intelligence, costs, benefit

INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

Las ventas mundiales de computadoras totalizaron 71,6 millones de unidades en el cuarto trimestre de 2017, 2% menos frente al mismo período de 2016, según el último reporte de la consultora Gartner (2018). Éste, según Gartner (2018), fue el decimotercer trimestre consecutivo en el que las ventas de computadoras a nivel mundial registran resultados negativos.

El reporte explica que al cierre de 2017 las ventas de computadoras superaron los 262,5 millones de unidades, lo que equivale a un descenso de 2,8% en comparación con el año 2016. A pesar de los resultados obtenidos al final del año pasado, los analistas de Gartner (2018) coinciden al afirmar que hay varias señales de “optimismo” para este mercado.

El analista principal de Gartner (2018), Mikako Kitagawa, destacó que “en el cuarto trimestre de 2017, hubo un crecimiento en las ventas de computadores en la región Asia/Pacífico”. En esa zona, las ventas totalizaron 25 millones de unidades, un aumento del 0,6% frente a igual período del año 2016.

En detrimento de este crecimiento, en la región de Europa, Oriente Medio y África hubo “un descenso moderado” en las ventas, señala el especialista. Y añade que en Estados Unidos sí se experimentó una fuerte caída que pudo ser acolchonada con los buenos resultados de otras regiones.

Justamente en Estados Unidos las ventas de computadoras superaron los 15,2 millones de unidades en el cuarto trimestre de 2017, una disminución del 8% respecto al cuarto trimestre de 2016.

A partir de julio de 1988, los precios volvieron a aumentar, llegando a triplicarse en un solo mes, pasando 1 MB de RAM de 199 a 505 dólares. En el caso de las memorias de 256 KB, que ya empezaban a dejar de utilizarse, el coste aumentó de 2,95 a 12,45 dólares. Los precios cambiaban tan rápido que algunos vendedores decidieron publicitar sus productos, pero no publicar los precios, ofreciéndolos sólo bajo llamada.

A partir de 1990, los precios de la memoria RAM volvieron a bajar gracias a los nuevos procesos de fabricación, que permitieron aumentar masivamente la capacidad de las memorias RAM, pasando en dos años a tener memorias RAM de 4 MB por 200 dólares. A partir de 1990, el precio y capacidad de la RAM ha ido disminuyendo sin parar, con unas cuantas excepciones.

En el año 2016 un módulo DDR4 de 8 GB costaba unos 35 dólares. En el año 2017 el precio se dobló y era raro encontrarlos por menos de 70 dólares. Hoy en día el precio ha aumentado aún más, y lo normal es que rondan los 90 dólares como poco. ¿Qué está pasando con estas memorias? El problema fundamental ha sido el de la oferta y la demanda, pero en esa subida de precios encontramos otros factores, y entre todo ellos hay uno muy destacado: el móvil es uno de los grandes responsables de que la memoria DDR4 esté al precio que está.

Por otro lado, en el mercado nacional según el INEI (2018) afirma que de cada 100 hogares 35 tienen al menos una computadora; de éstos el 94,4% son para uso exclusivo del hogar, es decir para actividades académicas, profesionales o de estudio, el 5,6% combina su uso para el hogar y el trabajo o lo usan exclusivamente para el trabajo.

INEI (2018) también menciona que según área de residencia el 56,2% de los hogares de Lima Metropolitana disponen por lo menos de una computadora, en el Resto urbano es el 38,7% y en los hogares rurales, el 5,4%.

Con relación al número de computadoras que dispone el hogar, el 78,4% de ellos dispone de una computadora, mientras que el 21,6% de hogares cuenta con 2 y más computadoras. Los hogares con mayor número de miembros acceden más al Internet. El 57,4% de los hogares con cuatro y más miembros y el 23,1% con tres miembros tienen Internet en el hogar. El acceso es menor en los hogares con dos miembros con el 13,6% de cobertura y en los hogares unipersonales con el 5,9%.

De lo anteriormente mencionado se muestra que existe una gran demanda de componentes de Pc y más específicamente de memorias RAM la cual es un componente importante e imprescindible en una Pc. Asimismo, es importante mencionar que los precios de las memorias RAM DDR4 de 8 GB tienen una tendencia a subir de manera constante lo que hace viable la importación de este producto pues está vigente y existe una gran demanda.

Actualmente la empresa Grupo Computel SAC cuenta con una gran demanda en la venta de memorias RAM, contando con una galería estratégicamente posicionada en donde se comercializa este producto a los diferentes tipos de cliente como son estudiantes, universitarios, empresas, colegios y demás.

Por otro lado, es importante mencionar que la empresa Grupo Computel SAC compra la memoria ram adata 8GB 2400MHZ DDR4 XPG a proveedores locales los cuales son sus socios estratégicos para la adquisición del producto y así poder llevar hasta el consumidor final.

Asimismo, a comienzos de año, las compras de memorias Ram, disminuyeron considerablemente su precio, por lo cual los proveedores tuvieron una sobre demanda de pedidos, no pudiendo atender todos y levantando los precios de los mismos, buscando el mejor socio estratégico y exigiendo a su vez volúmenes de compra para condiciones de venta.

Otra de las limitaciones que se presentan actualmente en la empresa, es que los distribuidores exigen un volumen de compra mensual, de acuerdo a ello, analizan y evalúan cual será el mejor socio estratégico para poder seguir abasteciendo a la empresa.

Así también la desconfianza en los proveedores, al no querer invertir dinero en compras internacionales ya que temían el riesgo de perder su inversión

Cabe mencionar que actualmente el precio de cada memoria es de US\$87.00 por unidad; en cambio el precio de compra en China es de US\$ \$40.00, Por lo cual a través de todo el proceso de importación determinaremos el precio final y analizar a través de las distintas fases del proceso el precio de venta en el mercado nacional y demostrar de esta forma si genera un beneficio económico, al disminuir sus costos de compras internacionales

La correcta gestión logística para el abastecimiento internacional de la empresa GRUPO COMPUTEL SAC, permitirá una reducción del costo unitario de adquisición de memorias RAM, y un mayor manejo para la fijación de precios, para que de esta manera pueda incrementar su competitividad frente a otras empresas del mismo rubro.

La presente investigación se va a centrar en la importación de memorias RAM, y para ellos tenemos como principal productor al mercado chino el cual año a año incrementa su producción nacional para abastecer los diferentes mercados de todo el mundo.

De lo mencionado anteriormente se formula la siguiente interrogante:

La aplicación de la inteligencia comercial para el abastecimiento internacional de memorias DDR4 de 8 GB en la empresa GRUPO COMPUTEL SAC, permitirá una reducción del costo unitario de adquisición de memorias RAM, y un mayor margen para la fijación de precios, y de esta manera pueda incrementar su competitividad frente a otras empresas del mismo rubro.

1.2 Formulación del problema

¿Cómo la aplicación de la inteligencia comercial influye en las importaciones de memorias RAM de la empresa GRUPO COMPUTEL SAC 2016-2017?

1.3 Justificación

Justificación académica.

Permitirá a los participantes aplicar las enseñanzas adquiridas en el centro de estudios en la parte práctica en una empresa. El presente trabajo de investigación se sujeta en investigaciones anteriores y servirá como base para futuros estudios, puesto que, mediante el uso de metodologías y herramientas planteadas en el proyecto, servirán de guía para la importación de un producto utilizando las herramientas claves para el mejor desempeño en las empresas.

1.4 Limitaciones

La poca información de antecedentes nacionales e internacionales, respecto a lo que es inteligencia comercial y esto hizo más difícil la búsqueda.

La diferencia de horarios Perú- China, los futuros proveedores el cual nos contactamos nos respondían generalmente en horarios de madrugada.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Antecedentes nacionales

Inteligencia comercial

Córdova E (2013). En la tesis “Análisis, diseño e implementación de una solución de inteligencia de negocios para el área de importaciones en una empresa comercializadora / importadora”. Tiene como objetivo definir lineamientos de la base de datos de las importaciones para una mejor toma de decisiones según información recopilada. Se concluye que con la aplicación de esta herramienta le permitirá a la empresa realizar un análisis sobre las múltiples formas de negociación que hay dentro de una importación y sobre todo saber de manera más precisa el mercado que le genere más rentable para la organización.

Gonzales J, y Carhuaricra M (2017). En la tesis “Implementación de Business Intelligence para mejorar la eficiencia de la toma de decisiones en la gestión de proyectos” que tiene como objetivos analizar si la implementación de Business Intelligence disminuye tiempo de gestión, margen de error en la gestión de proyectos y disminución de costos. De acuerdo a los resultados de la investigación se puede afirmar que la aplicación de inteligencia comercial sí permite determinar la exportación de Snack de arracacha al mercado de San Francisco – California, esta herramienta permitió conocer el potencial de “Free Chips” a través del proceso de liofilización. Así se ve reflejado en los resultados de las encuestas. Los resultados demostraron la tendencia creciente de consumo con respecto a productos naturales en el Condado de San Francisco. Este consumidor está cada vez más informado y demanda productos que le ayuden a cuidar su salud y que sean amables con el medio ambiente. Mediante la utilización de herramientas de inteligencia comercial podemos determinar que Estados Unidos es el principal consumidor de productos agroalimentarios con potencial saludable, debido a que las herramientas de la inteligencia comercial son los instrumentos por excelencia para explorar las necesidades y tendencias insatisfechas en un mercado determinado y detectar éstas es más económico y por lo tanto más rentable que una investigación de mercados. Así

mismo, concluye que si es favorable la aplicación del Business Intelligence y que si reduce costos y ayuda al proceso de mejora de la empresa.

Variable: Importación

Regal R. (2016). En la tesis “Propuesta de Formalización de un Procedimiento de Importación para la Optimización de los Tiempos de Nacionalización caso Empresa IQ Corporation S.A.C” cuyo diseño de la investigación es transaccional descriptivo. Asimismo, como objetivo general Propone la formalización de un procedimiento de importación para la optimización de los tiempos de nacionalización en la empresa IQ Corporation S.A.C. Se concluye que tienen que tener toda su documentación previa a la importación para evitar multas y sobre costos.

Díaz, F. J. y Sarmiento, D. C. (2016). En la tesis “Propuesta de estrategias para la tienda Importaciones Tokio E.I.R.L. según el modelo Delta, periodo 2015”. El objetivo de esta tesis que se ve en los resultados, es determinar cómo la empresa maneja la estructura y la confiabilidad, incluyendo a la vez a sus proveedores y empresas complementarias para mejorar su oferta, los consumidores de la tienda Importaciones Tokio E.I.R.L manifiestan que el ambiente de la tienda es un lugar acogedor y a la vez agradable, con una distribución aceptada por demostrar orden y suficiente espacio para su desplazo. Asimismo, dentro de sus conclusiones respalda lo planteado en los objetivos la cual plantea que las características motivacionales del producto influyen en la decisión de compra del consumidor final.

Antecedentes internacionales

Variable; inteligencia comercial

Molina, Daniela (2015) en la tesis “Desarrollo de un Aplicativo Business Intelligence para la empresa importadora Tomabamba S.A”. Tiene como objetivo desarrollar el Business Intelligence para que tengan una mejor toma de decisiones, además de integrar las bases de datos del área de ventas de la empresa. Concluyen que el BI, es importante para la toma de decisiones ya que provee toda la información importante para el negocio, de esta forma garantiza la competitividad de la empresa frente al mercado, esto los ayudara a manejar la información de manera más rápida y eficaz y de esta forma poder mejorar las ventas y condiciones económicas de la empresa.

Variable: Importación

Párraga G. (2012). En la tesis “Plan de negocio para la importación y representación directa de computadoras portátiles marca Dell, del importador Carlos Almeida desde Estados Unidos”. Con el estudio realizado el importador tiene el conocimiento de todos los requisitos aduaneros, documentación, aplicación de cada incoterms, obligaciones que le corresponderían al importador, los procesos de importación y el tiempo que le lleva a cada medio de transporte llegar a su destino, además el manejo de su capital para la inversión del mismo, y las formas de pagos que puede tener al realizar una transacción al exterior.

Monte R. (2017). “Importación de equipos tecnológicos ONT desde China”. Tiene como objetivo tomar conocimiento del proceso de importación tomando en cuenta todo el desarrollo de la logística. El Ecuador al no ser un país potencialmente productor de tecnología de última generación se ve obligado a realizar importaciones de equipos sofisticados como ONTs, para la transformación de fibra óptica, sometiéndose a normas y formalidades aduaneras lo cual aumenta el costo de la producción del servicio. La marca Huawei es una de las empresas más grandes alrededor del mundo la misma que se ha dedicado en sacar un producto al mercado que ayude a la transformación de la fibra. El proveedor de ONTs cumplirá con todas las exigencias de la negociación tomando en cuenta el tiempo de la importación la cual está dentro de un periodo de 30 a 35 días máximo.

2.2 Bases teóricas

Inteligencia comercial

Definición

Según Rojas (2016), antes de definir el concepto de «inteligencia comercial», hay que iniciar por la base sustancial, es decir, por los datos. Los datos son sucesos, observaciones o situaciones extraídas de fuentes primarias o secundarias. Dichas fuentes pueden ser documentos, personas, medios, eventos, situaciones, números, palabras, gráficos, imágenes, etc. Los datos no incluyen explicación alguna.

Según Rojas (2016), los datos pueden ser extensos. Se podría conseguir bases de datos con miles o millones de filas. Por lo tanto, deben ser tabulados. Al ser resumidos, para

una mejor lectura y comparación, permiten que se llegue a las conclusiones, con las cuales se sabrá si hay que exportar o no. Los datos, cuando son cuestionados, analizados e interpretados, aportan un significado (una lectura) y se convierten en información.

Asimismo, Rojas (2016) manifiesta que el análisis de los datos deja al descubierto ciertos factores del mercado que se debe investigar. La interpretación indica lo que esos factores significan. Así pues, es necesario compilar suficiente información del mercado como para poder interpretar las verdaderas causas del problema.

También Rojas (2016) afirma que el investigador debe agregar a esta información su conocimiento y experiencia. Una vez que la trabaja, establece las estrategias hacia el éxito, las cuales se basan en la disposición de sus recursos, y de este modo su accionar se convierte en inteligencia comercial. Por otro lado, también menciona que estas estrategias deben estar enfocadas tanto hacia los diversos entornos como a las partes involucradas (como la competencia, el gobierno, el medio ambiente, etc.) para que así se puedan aprovechar las oportunidades y reducir los riesgos.

En resumen, para Rojas (2016) en la inteligencia comercial se trata de tener una visión del futuro sustentada en datos históricos (pasado) e información presente, con el objeto de poner un rumbo a una idea de negocio a través de la interpretación de las señales de valor del mercado.



Figura N° 1. Objetivos de la investigación de mercados

Fuente: Rojas (2016)

Elaboración: Propia

Por otro lado, SAND (2015) citado por BASSAT (2015) menciona que la inteligencia comercial es la suma de muchas inteligencias, con único objetivo: conseguir vender algo a alguien. La inteligencia comercial no es un truco para vender más. Es una manera de hacer. Es algo que sale dentro, que no engaña, que genera confianza y que, sino vende en ese momento, no importa. Acabará vendiendo, tal vez más, después. También BASSAT (2015) menciona que la inteligencia comercial la necesitan todo tipo de empresas, todo tipo de profesionales y todos aquellos que necesiten convencer a alguien de algo.

Importancia de la inteligencia comercial en los negocios

Según Rojas (2016) cualquier organización requiere contar con información verídica y actualizada que le permita conocer distintos entornos acertadamente. No solo para que pueda interactuar con ellos, sino también para obtener como respuesta que las actividades realizadas por la empresa; enfocadas en el logro de los objetivos; están dando buenos resultados.

También afirma que, para la realización de las actividades comprendidas en los negocios internacionales, la investigación de mercados internacionales y la inteligencia comercial deben contar con monitoreo constante. Tanto las herramientas

tecnológicas (entre ellas, sistemas de administración de base de datos) como un equipo profesional especializado tienen que apoyar dicho monitoreo.

Rojas (2016) también afirma que, contar con información (que luego ha de ser convertida en inteligencia comercial) permite sacar ventaja ante los competidores. Porque se tiene una visión de lo que podría pasar en el futuro, de modo que desde ya se pueden ejecutar estrategias oportunas y apropiadas, actividades que sirven para poder actuar.

Según Rojas (2016) para lograr participación en un mercado internacional se requiere implementar las siguientes estrategias:

- a. **Estrategias de entrada:** Entre ellas hay que considerar a la exportación indirecta o pasiva (el comprador va al local de exportador), la exportación a través de intermediarios (agente de venta, broker o trading company), o la exportación directa (contacto directo con el cliente). (p. 18).
- b. Weber et al. (1991) en un estudio en el que evaluaron 74 artículos concernientes con evaluación y selección de proveedores entre 1966 y 1986, identificaron que las dimensiones más utilizadas fueron: precio neto (23%), entrega (17%), calidad (15%), instalaciones de producción y capacidad (9%), ubicación geográfica (6%), capacidad técnica (6%), gerencia y organización (4%).
- c. **Estrategias de atención al mercado:** Entre ellas figuran la indiferenciada (una estrategia de marketing mix para todo el mercado), la diferenciada (cuando se toman dos o más segmentos del mercado y se lleva a cabo una estrategia de marketing mix para cada segmento) y la concentrada (cuando se enfoca la organización a un solo segmento o nicho dirigiendo a este grupo una cola mezcla de marketing mix). (p.18)
- d. **Estrategias competitivas:** Según el autor Michael Porter (1980), son tres: el liderazgo en costos (precios competitivos), la diferenciación (característica sobresaliente) y la concentración o enfoque (mezcla de las dos anteriores).
- e. **Estrategias de marketing mix:** Son las que están definitivamente dirigidas a interactuar con la demanda potencial (producto, precio, plaza y promoción).

Todo cambia y el cambio es una interacción constante. Por lo tanto, se debe estar informado de las nuevas tendencias, de los cambios en el perfil del consumidor, de las nuevas estrategias de la competencia, de las nuevas leyes y demás situaciones exógenas o endógenas que podrían modificar las estrategias propias (Rojas, 2016). ¿Qué pasa si los resultados no son los que la empresa espera? Este monitoreo permite prontamente tomar acción y modificar o crear otras estrategias que se orienten nuevamente hacia el logro del objetivo.

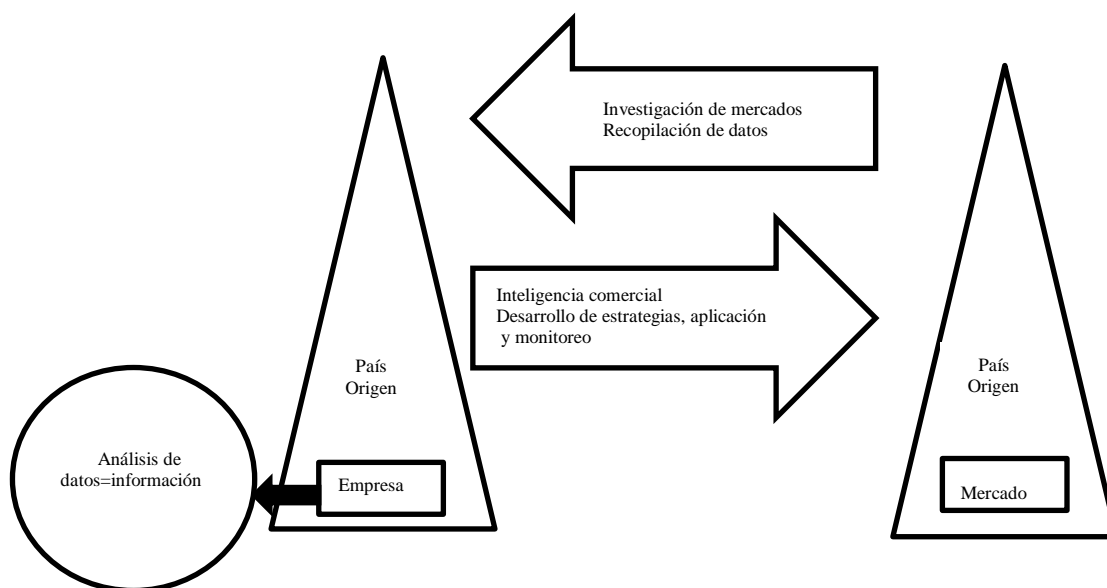


Figura N° 2. Proceso para el desarrollo de inteligencia comercial

Fuente: Rojas (2016).

Elaboración: Propia

Herramientas de la inteligencia comercial

Entre las principales herramientas de inteligencia comercial disponibles tenemos los siguientes:

TRADEMAP: Este sitio nos ofrece estadísticas mundiales de Comercio Exterior por producto (de 2 a 6 dígitos), agrupación de productos/países/socios según criterio de usuario, gráficos sobre las estadísticas, brinda información fácil de entender y documentos de referencia.

EXPORT HELPDESK: Este sitio nos ofrece información acerca de las condiciones de Acceso a la Unión Europea, aranceles, regímenes preferenciales; Estadísticas Comerciales Unión Europea y links de interés.

SIICEX: Ofrece información relevante acerca de estadísticas de Comercio Exterior Peruanas, estadísticas por región; estudios y perfiles de mercado, así como fichas de requisitos técnicos. También nos brinda información acerca de normas técnicas peruanas, directorio de empresas exportadoras, información de interés por sector, acuerdos comerciales, facilitación, calculador de fletes, eventos comerciales y links de interés.

CBI: Ofrece información acerca de estudios de mercado por sector, así como requerimientos de acceso y guías de comercio. También información sobre cursos dictados de Comercio Exterior y noticias y eventos relacionados al CBI y al Comercio Exterior.

Entre otras fuentes se puede mencionar a:

1. UP Business: www.upbusiness.net
2. Centrum católica: <http://centrum.pucp.edu.pe>
3. Inform@cción: www.informacion.com
4. Euromonitor International: www.euromonitor.com
5. International Trade Center: www.intracen.org
6. UNCTAD: www.unctad.org
7. Banco Mundial: www.bancomundial.org
8. Fondo Monetario Internacional: www.imf.org
9. Organización Mundial de Comercio: www.wto.org
10. TradePort: www.tradeport.org

Inteligencia comercial colectiva

Según Rojas (2016) es el desarrollo del negocio que tiene como base la colaboración entre los miembros de la organización o entre aquellos a cargo del proyecto.

Para ello hay que partir de la siguiente premisa: una persona no lo sabe todo ni puede hacerlo todo. Por más prestigio, conocimientos y grados académicos que ostente, no le alcanzara una vida entera para adquirir los conocimientos provenientes de las distintas ciencias.

Cada miembro del equipo viene con experiencias, conocimientos y habilidades que aportaran a la puesta en marcha de las estrategias de la organización. En otras palabras, vienen con talento, aptitudes y destrezas sobresalientes que contribuirán de forma significativa con el proyecto. Y esto es así porque forman parte de la investigación. Captan y procesan los mismos conocimientos sobre un tema en común con dirección hacia una respuesta u objetivo.

El éxito se conseguirá conforme los integrantes del equipo sean sinceros y nada egoístas. Pero también si están dispuestos a colaborar con el objetivo principal aportando sus ideas, las cuales serán resultado del análisis en el que ellos han estado trabajando. (Rojas, 2016, p. 19).

Proceso de investigación de mercado

Rojas (2016) afirma que la investigación de mercado debe ser una actividad planificada y organizada. Así se orientará hacia el objetivo principal en el tiempo estimado y sin exceder los recursos disponibles. Siempre hay que considerar la calidad de las fuentes de información, ya que son el principal insumo para la toma de decisiones.

Este proceso de investigación deriva del use de dos tipos de fuentes: las primarias y las secundarias. Mientras que una fuente primaria es aquella información recopilada directamente por el investigador, la secundaria es aquellas que fue realizada por otros autores y que puede servir de referencia para la propia investigación.

Cualquiera sea la fuente a utilizar, se debe seguir la siguiente secuencia para la obtención de información:

Secuencia de la investigación para fuentes primarias

1. Reconocer la necesidad de información a partir de los antecedentes, problemas y propósitos del estudio.
2. Evaluar los beneficios que se conseguirán con la investigación.

3. Determinar los objetivos de la investigación. Deben ser medibles.
4. Determinar los requerimientos de información. Se debe preparar modelos analíticos, preguntas e hipótesis.
5. Identificar las fuentes de datos requeridos. ¿Dónde hay que consultar? ¿Se puede acceder rápidamente a la fuente?
6. Calcular las capacidades y restricciones corporativas; ya sean de gestión, económicas o financieras.
7. Determinar la administración de la investigación, delegar la responsabilidad y designar al equipo de trabajo.
8. Determinar las técnicas de investigación. Es la estructura o piano de ejecución para llevar a cabo el proyecto de investigación.
9. Diseñar los instrumentos de investigación. De acuerdo a las hipótesis realizar el procedimiento de medición.
10. Desarrollar el plan de muestras.
11. Evaluar las fuentes de datos, calidad y compatibilidad.
12. Obtener los datos, el trabajo de campo y la recopilación de datos. Se requiere de un equipo bien entrenado para reducir al mínimo los errores.
13. Tabular, interpretar y analizar los datos. Esto incluye realizar la edición, codificación, transcripción, verificación, interpretación y extracción de conclusiones.
14. Presentar los resultados de la investigación, a través de un documento escrito. (Rojas, 2016, p. 21)

Secuencia de la investigación para fuentes secundarias

1. Reconocer la necesidad de información.
2. Evaluar los beneficios que se conseguirán con la investigación.
3. Determinar los objetivos de la investigación.
4. Determinar los requerimientos de información.

5. Identificar las fuentes de datos requeridos.
6. Evaluar las fuentes de datos, calidad y compatibilidad.
7. Obtener los datos.
8. Tabular, interpretar y analizar los datos.
9. Presentar los resultados de la investigación a través de un documento escrito.
(Rojas, 2016, p. 21)

Selección del mercado

Según Rojas (2016) con respecto al mercado objetivo, desde un inicio se afronta un problema: ¿A dónde hay que dirigirse?

Ante muchas alternativas, y con tantas diferencias en cuanto a competencia, restricciones de acceso a mercados, consumidores, etc., se tienen que realizar ciertos procedimientos para priorizar los potenciales mercados.

Para esta determinación de selección de mercados internacionales, se puede apelar al método cualitativo por puntos, que a continuación es explicado:

1. En primer lugar, el investigador deberá listar aquellos factores (de los entornos) más importantes y relevantes para el posicionamiento del producto o servicio en el mercado internacional.
2. Seguidamente, a cada factor tiene que brindarle un peso dentro de un prorrato del 100 %, según su complicación o importancia.
3. Como tercer punto, hay que listar los países potenciales en evaluación. A cada uno, y de acuerdo a cada factor, se le debe dar un puntaje o calificación que puede oscilar en un rango de importancia de 1 a 5, o de 1 a 10, si así lo prefiere. Posterior a ello, especifica la ponderación resultante de la ecuación de multiplicar la calificación por el peso. Se realiza esta operación por cada país y cada factor.
4. Finalmente, se suma la ponderación por cada país y este resultado se compara entre todos los países. La calificación más alta indica que se le debe dar prioridad a ese mercado. (Rojas, 2016, p. 25)

Tabla N° 1. Método cualitativo por puntos

Factor		Peso	País 1		País 2	
			Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Demanda potencial	Consumo estimado	0.15	7	1.05	8	1.20
	Penetración de importaciones	0.10	5	0.50	6	0.60
	Ventajas de origen	0.20	3	0.60	4	0.80
	Similitud del mercado	0.10	8	0.80	9	0.90
Barreras al comercio	Barreras arancelarias	0.10	1	0.10	2	0.20
	Barreras no arancelarias	0.10	1	0.10	2	0.20
	Distancia geográfica	0.15	3	0.45	4	0.60
	Tipo de cambio	0.10	4	0.40	4	0.40
Totales		1.00		4.00		4.90
Ponderación= calificación*peso		Mercado elegido es el País 2 por tener la mayor calificación total ponderada.				

Fuente: Rojas (2016)

Elaboración: Propia

Importación

Definición

Según Daniels y otros (2010) la importación es el proceso de introducir bienes y servicios a un país y tiene como resultado el pago de dinero del importador al exportador en el país extranjero.

En general las empresas importan por 3 razones: compran bienes y servicios a precios más bajos con proveedores extranjeros, los bienes y servicios son de mejor calidad que los bienes parecidos que se producen en el mercado local y porque los bienes y servicios necesarios para sus procesos de producción no se consiguen en el mercado local.

El proceso de importación implica tanto aspectos estratégicos como de procedimientos. Cuando una empresa importa bienes a un país, debe estar familiarizada con las operaciones aduaneras del país importador porque una vez que llega al puerto de entrada, las autoridades aduaneras asumen el control del producto para su procesamiento. Por otro lado, cuando un embarque llega al puerto, el importador debe presentar varios documentos al director del puerto para adquirir el título de propiedad.

Tipos de importación

Según MINCETUR (2013) si bien las importaciones pueden ser objeto de diferentes clasificaciones en atención a su naturaleza, finalidad u origen, independientemente de la denominación específica otorgada en cada país por las respectivas legislaciones aduaneras nacionales, para fines de la presente guía, de modo general y didáctico, se considera que existen dos tipos de importaciones: la directa y la indirecta.

- **Importación Directa** Está representada por toda empresa dedicada a la labor de importación de diferente tipo de productos, para su distribución en el mercado local. En esta clasificación también se toma en cuenta las importaciones de materia prima, que posteriormente se utilizan para la producción. La empresa importadora es la responsable de realizar la liquidación de las obligaciones con terceros, así como el pago de los impuestos correspondientes.
- **Importación Indirecta** Se da cuando una empresa utiliza los servicios de otra empresa para llevar a cabo la importación de productos. En este caso es la empresa intermediaria quien se responsabiliza por liquidar los gastos aduaneros y efectuar el pago de impuestos.

Ventajas estratégicas de las importaciones

Según Daniels (2010) existen dos tipos de importaciones: las que proporcionan bienes y servicios industriales y de consumo a particulares y empresas que no están relacionados con el exportador extranjero y las que proporcionan bienes y servicios intermedios que forman parte de la cadena de suministro global de la empresa.

- **Especialización de la mano de obra.** Hace más eficiente exportar e importar de diversos países del mundo que fabricar todos los productos en todos los países. Daniel (2010) menciona que Nike compra zapatos manufacturados por empresas localizadas en varios países asiáticos, como Corea, Taiwan, China, Tailandia, Indonesia y Vietnam, debido a su capacidad de fabricar zapatos a costos más bajos. Sería prácticamente imposible fabricar los mismos productos en países con costos altos, venderlos a un precio razonable y aun así obtener una utilidad. (Daniels, p. 501)

- **Rivalidad global.** Existen situaciones similares en industrias con un alto grado de rivalidad competitiva global. Tales industrias, como la de aparatos electrónicos de consumo y las telecomunicaciones, presionan a la empresa adquirente para que trate de combatir la competencia de las importaciones cambiando a proveedores extranjeros cuyos componentes le permitan reducir el costo o mejorar la calidad de los productos terminados. La industria automotriz ejemplifica esta situación. La competencia global en esta industria lleva a las compañías a buscar los insumos de más alta calidad al precio más bajo dondequiera que se fabriquen, mismos que importan a los países donde tienen sus fábricas. (Daniels, p. 502)
- **Falta de disponibilidad local.** Las empresas también importan productos que no están disponibles en el mercado local. Por ejemplo, América del Norte importa plátanos de climas tropicales porque el clima de esta región no es adecuado para cultivarlos. Dicho en términos llanos, si no fuera por las importaciones, nadie en América del Norte podría consumir plátanos frescos. De modo similar, un posible importador podría buscar productos extranjeros nuevos que complementarían su línea de productos existentes, lo cual le proporcionaría más formas de crear valor. (Daniels, p. 502)
- **Diversificación de los riesgos de operación.** Por último, un importador, lo mismo que un exportador, podría tratar de diversificar los riesgos de operación con la explotación de mercados internacionales. Prácticamente en todo tipo de estructura industrial, conseguir otros proveedores por lo general hace a una empresa menos vulnerable a los dictados o la fortuna de un solo proveedor. Por ejemplo, muchos clientes grandes de los productores estadounidenses de acero, como las empresas de la industria automotriz, han diversificado sus compras de acero para incluir proveedores europeos, chinos y coreanos. Esta estrategia ha reducido el riesgo de déficits de oferta en la industria automotriz de Estados Unidos en caso de una huelga de los trabajadores de las fábricas de acero de ese país. (Daniels, p. 502)

Régimen de importación (de la Ley general de aduanas)

MINCETUR (2013) menciona que la Ley General de Aduanas aprobada por el Decreto Legislativo N° 10532 considera las siguientes modalidades de importación:

A. Importación para el consumo.

Régimen mediante el cual Aduanas autoriza el ingreso legal de las mercancías provenientes del exterior para ser destinadas al consumo en el país, luego del pago o garantía según corresponda de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables, así como del cumplimiento de las formalidades aduaneras respectivas. Se consideran nacionalizadas las mercancías cuando haya sido concedido el levante de las mismas (artículo 49° de la LGA). En el caso de las mercancías extranjeras importadas para consumo en las zonas de tratamiento aduanero especial, estas se consideran nacionalizadas sólo respecto a dichos territorios (artículo 50° de la LGA).

B. Reimportación en el mismo estado.

Régimen que permite el ingreso a territorio aduanero de mercancías exportadas con carácter definitivo sin el pago de derechos arancelarios y demás impuestos aplicables para la importación para el consumo y recargos de corresponder, con la condición que no hayan sido sometidos a ninguna transformación, elaboración o reparación en el extranjero, perdiéndose los beneficios que se hubieren otorgado a la exportación (artículo 51°). Ejemplo: cuando se exporta polos de algodón, y no pasan el control de calidad del cliente y éste los devuelve. El plazo para el acogimiento a este régimen es de doce (12) meses, contados a partir de la fecha del término del embarque de la mercancía exportada.

C. Admisión temporal para reexportación en el mismo estado.

Régimen que permite recibir en el territorio aduanero, con suspensión de los derechos arancelarios y tributos a la importación debidamente garantizados, ciertas mercancías para ser destinadas a un fin determinado, en un lugar específico; y posteriormente ser reexportadas en el plazo establecido, sin haber experimentado modificación alguna, con excepción de la depreciación normal como consecuencia del uso. Las mercancías que se acojan a este régimen deben ser reexportadas en el plazo máximo de dieciocho (18) meses, con prórroga de seis (6) meses adicionales en el caso de embalaje para la exportación.

Las mercancías que son objeto del régimen de admisión temporal para reexportación en el mismo estado son aquellas determinadas mediante listado aprobado por Resolución Ministerial 287-98-EF/10, emitida por el Ministerio de Economía y Finanzas. Estos bienes corresponden a equipos, maquinaria y herramientas para el proceso productivo, muestras, y demás productos que se usen por un tiempo en el país y tengan como finalidad reexportarse.

Conforme al procedimiento vigente, la admisión temporal para reexportación en el mismo estado (sin sufrir transformación, excepto el desgaste por el uso) será solicitada a la Aduana dentro de los 30 días de arribo del vehículo transportador, presentando una garantía por los derechos e impuestos aduaneros, así como los intereses compensatorios y cargos pendientes, a fin de cumplir con la reexportación de la mercancía dentro del plazo establecido.

Se permitirá una transferencia de la mercancía a un segundo beneficiario previa autorización de la Aduana y siempre que se realice dentro del plazo de vigencia originalmente autorizado. En este caso, el segundo beneficiario asumirá las responsabilidades y obligaciones derivadas de la operación, previa constitución de la garantía y manteniéndose inalterable el plazo originalmente aceptado.

La Aduana ejecutará la garantía en los siguientes casos: Si el beneficiario no hubiere cumplido con la reexportación al vencimiento del plazo. Si la mercancía fue destinada a un fin distinto a aquel aprobado para su internamiento. Si la mercancía es llevada a otro lugar sin autorización de la Aduana. El régimen concluye con la reexportación de la mercancía dentro del plazo autorizado, con el pago de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables, así como recargos de corresponder, más el interés compensatorio desde la fecha de numeración hasta la fecha de pago y la destrucción total o parcial de la mercancía por caso fortuito o fuerza mayor debidamente acreditada.

MINCETUR (2013) menciona que además existen casos especiales como:

- Importación de muestras sin valor comercial.
- Importación de envíos de urgencia.
- Importación de envíos de socorro.
- Importación de envíos postales.

- Importación de envíos postales para embajadas.
- Importación de mercancías para el cuerpo diplomático y organismos internacionales.
- Importación de envíos postales cuyo valor no exceda de US \$ 1 000.
- Importación de vehículos especiales y prótesis para uso de minusválidos.
- Importación de donaciones

Las primeras tres modalidades citadas son en realidad, modalidades de ingreso al país. El régimen de ingreso más importante y el más común justamente es el primero, el de importación para el consumo, llamada también importación definitiva, ya que implica el ingreso para que el bien sea consumido de manera definitiva en el país.

En dicha norma y su reglamentación aduanera se regula el proceso operativo de importación, las modalidades, mecanismos, regímenes, entre otros. Adicionalmente, la SUNAT directamente o a través del Ministerio de Economía y Finanzas posee la facultad de dictar medidas destinadas a restringir o impedir el libre flujo de mercancías.

Por dicho motivo, establece una doble clasificación:

- Bienes de importación prohibida: las cuales se encuentran impedidas de ingresar al país, por razones de salud, de propiedad intelectual, medidas sanitarias o ambientales. Por ejemplo, los vehículos usados de más de cinco años de antigüedad, o la ropa usada.
- Bienes de importación restringida: Se permite su ingreso siempre que cuenten con un permiso especial emitido por una autoridad estatal competente según el tipo de producto. Entre estos tenemos, los explosivos, las medicinas, los aparatos de telecomunicación, animales y plantas, etc.

Base legal

- Ley General de Aduanas, aprobada por Decreto Legislativo N° 1053 publicado el 27.06.2008 y modificatorias.
- Reglamento de la Ley General de Aduanas, Decreto Supremo N° 010-2009-EF publicado el 16.01.2009 y modificatorias.

- Tabla de Sanciones aplicables a las infracciones previstas en la Ley General de Aduanas, Decreto Supremo N° 031-2009-EF publicada el 11.02.2009 y modificatorias.
- Ley de los Delitos Aduaneros, Ley N° 28008 publicada el 19.06.2003 y modificatorias.
- Ley que establece la determinación del valor aduanero a cargo de la SUNAT, Ley N° 27973 publicada el 27.05.2003, y modificatoria.
- Texto Único Ordenado del Código Tributario, Decreto Supremo N° 133-2013-EF publicado el 22.06.2013 y modificatorias, en adelante Código Tributario.
- Ley del Procedimiento Administrativo General, Ley N° 27444 publicada el 11.04.2001 y modificatorias.
- Procedimiento General INTA-PG.01 (v.7) Importación para el Consumo aprobada mediante Resolución de Intendencia Nacional N° 11-2014-SUNAT/5C0000 del 24.09.2014, modificada con Resolución de Intendencia Nacional N° 08-2015-SUNAT/5C0000 del 15.04.2015

Condiciones para el importador

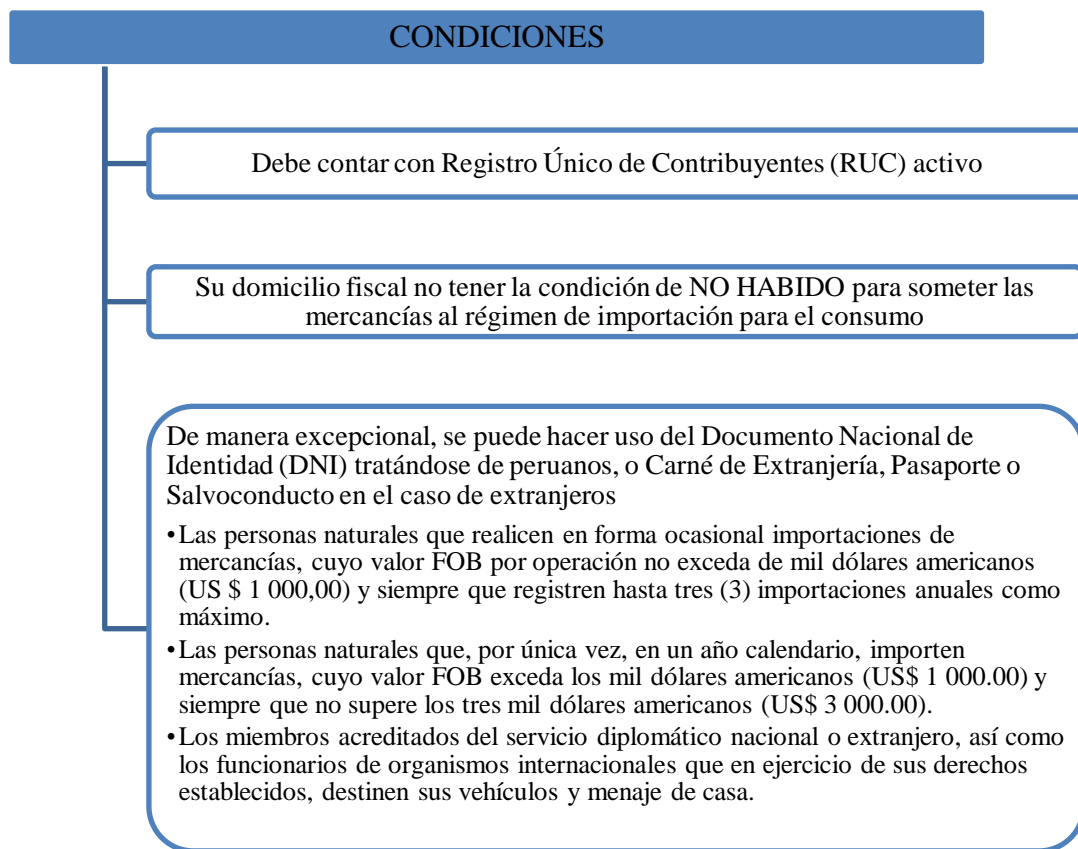


Figura N° 3. Condiciones para el importador

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

Modalidades y plazos para destinar las mercancías

Las modalidades y plazos según la SUNAT son:

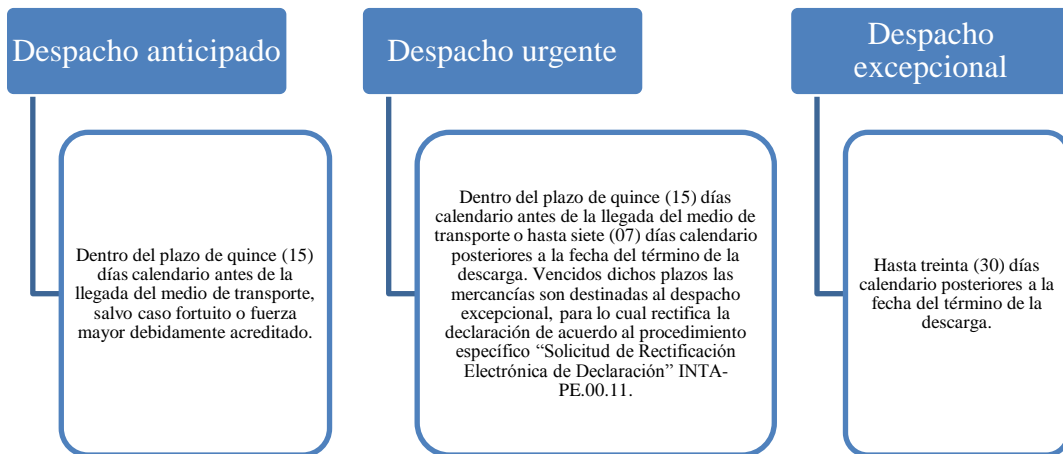


Figura N° 4. Modalidades y plazos para destinar las mercancías

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

Documentos

Los documentos sustentatorios de la declaración son:

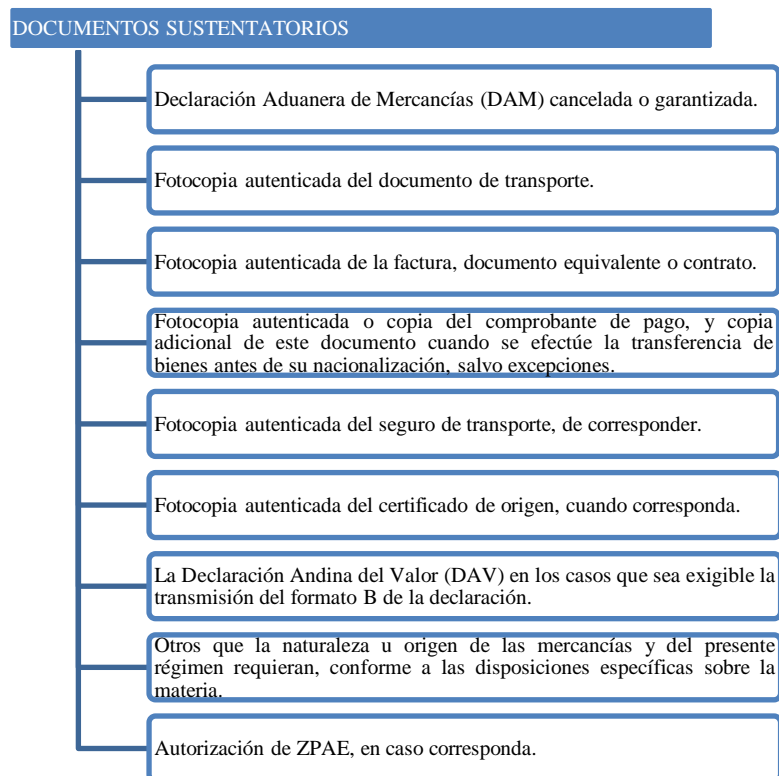


Figura N° 5. Documentos sustentatorios

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

En los casos de mercancías restringidas:

- i. Los documentos registrados en el portal de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE).
- ii. Los documentos no autorizados a través de la VUCE; la fotocopia autenticada por el agente de aduana de la autorización o del documento de control del sector competente, si estos documentos tienen validez para un único despacho o la declaración jurada suscrita por el importador cuando la norma específica lo señale o la fotocopia con firma y sello del agente de aduana en los casos no contemplados en el caso anterior.

Derechos de importación

La importación de mercancías está gravada con los siguientes tributos:

1. Ad valorem – 0%, 6% y 11%, según subpartida nacional.
2. Derechos antidumping o compensatorios, según producto y país de origen.
3. Impuesto general a las ventas (IGV) - 16%.
4. Impuesto de Promoción Municipal (IPM) - 2%.
5. Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) - tasas variables, según subpartida nacional.
6. Otros: derechos específicos, derechos correctivos provisionales, etc.

Costos de importación

La importación de mercancías está sujeta a tributos. Para determinarse los tributos a pagar por la importación de mercancías se consideran dos situaciones:

1. Identificación de la sub partida nacional: La clasificación arancelaria designa a cada tipo de mercancía un código de 10 cifras al que se denomina “sub partida nacional”. En base a este código se identifica la mercancía, los tributos y tasas a pagar por su ingreso al país y restricciones o beneficios arancelarios que pudiera tener. Este código debe consignarse en la Declaración Aduanera de Mercancías (DAM) que se presente ante SUNAT para identificar plenamente a la mercancía que se trae del extranjero.

2. Valoración de la mercancía: La SUNAT efectúa un proceso de valoración de mercancías que ingresan al territorio nacional solamente para los efectos de otorgarles un valor sobre el cual se liquidarán los montos de los tributos que gravan las importaciones tomando como referencia la sub partida nacional correspondiente a la mercancía importada.

2.3 Hipótesis

Hipótesis general

Alterna: La aplicación de la inteligencia comercial si influye en las importaciones de memorias RAM de la empresa GRUPO COMPUTEL SAC 2016-2017.

Nula: La aplicación de la inteligencia comercial no influye en las importaciones de memorias RAM de la empresa GRUPO COMPUTEL SAC 2016-2017.

Hipótesis específica 1

Alterna: La aplicación de la inteligencia comercial si son importantes para reducir los costos de importación de memorias RAM en la empresa GRUPO COMPUTEL SAC 2016-2017.

Nula: La aplicación de la inteligencia comercial no son importantes para reducir los costos de importación de memorias RAM en la empresa GRUPO COMPUTEL SAC 2016-2017.

Hipótesis específica 2

Alterna: Las importaciones de memorias RAM si influyen en el beneficio económico de la empresa GRUPO COMPUTEL SAC 2016-2017.

Nula: Las importaciones de memorias RAM no influyen en el beneficio económico de la empresa GRUPO COMPUTEL SAC 2016-2017.

III. METODOLOGÍA

3.1 Operacionalización de variables

Tabla N° 2. Operacionalización de la variable independiente: Inteligencia comercial

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
VARIABLE INDEPENDIENTE: INTELIGENCIA COMERCIAL	Según Rojas (2016) para definir el concepto de «inteligencia comercial», hay que iniciar por la base sustancial, es decir, por los datos. Los datos son sucesos, observaciones o situaciones extraídas de fuentes primarias o secundarias. Los datos no incluyen explicación alguna. El análisis de los datos deja al descubierto ciertos factores del mercado que se debe investigar. La interpretación indica lo que esos factores significan. Así pues, es necesario compilar suficiente información del mercado como para poder interpretar las verdaderas causas del problema. Ahora bien, el investigador agrega a esta información su conocimiento y experiencia. Una vez que la trabaja, establece las estrategias hacia el éxito, las cuales se basan en la disposición de sus recursos, y de este modo su accionar se convierte en inteligencia comercial. Estas estrategias deben estar enfocadas tanto hacia los diversos entornos como a las partes involucradas (como la competencia, el gobierno, el medio ambiente, etc.) para que así se puedan aprovechar las oportunidades y reducir los riesgos.	Esta variable nos permitirá conocer si las empresas materia del presente trabajo de investigación utilizan las herramientas necesarias para recolectar información necesaria para tomar sus decisiones a corto, mediano y/o largo plazo en la importación y/o comercialización de las memorias ram.	Análisis de los Datos	Cantidad de páginas visitadas
			Factores de mercado	Montos de exportaciones chinas en memorias
				Volumen de Exportaciones Chinas en memorias (cantidad en unidades o en peso)
			Estrategias de éxito	cantidad de proveedores en china
				Numero de Cotizaciones Numero de medios de transporte
				Ventas Por producto
	Costos logísticos			

Fuente: Rojas Krisna (2016)

Elaboración: Propia

Tabla N° 3. Operacionalización de la variable dependiente: Importación

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
VARIABLE DEPENDIENTE: IMPORTACIÓN	<p>Según Daniels y otros (2010) la importación es el proceso de introducir bienes y servicios a un país y tiene como resultado el pago de dinero del importador al exportador en el país extranjero.</p> <p>En general las empresas importan por 3 razones: compran bienes y servicios a precios más bajos con proveedores extranjeros, los bienes y servicios son de mejor calidad que los bienes parecidos que se producen en el mercado local y porque los bienes y servicios necesarios para sus procesos de producción no se consiguen en el mercado local. El proceso de importación implica tanto aspectos estratégicos como de procedimientos. Cuando una empresa importa bienes a un país, debe estar familiarizada con las operaciones aduaneras del país importador porque una vez que llega al puerto de entrada, las autoridades aduaneras asumen el control del producto para su procesamiento. Por otro lado, cuando un embarque llega al puerto, el importador debe presentar varios documentos al director del puerto para adquirir el título de propiedad.</p>	<p>Esta variable nos permitirá conocer si las empresas conocen el proceso de importación en todas las etapas para lograr una importación óptima que le permita comercializar las memorias RAM en el mercado local logrando una mejor rentabilidad que comprando a distribuidores locales.</p>	Proveedores Extranjeros	Cantidad de compra
				Costos
				Utilidades
			Documentos	Normas de origen
				Certificación de origen
				Garantías
			Operaciones aduaneras	Valoración
				Aranceles
				Descripción de mercancías
				Gravámenes aduaneros

Fuente: Daniels y otros (2010)
Elaboración: Propia

3.2 Diseño de investigación

No Experimental

“Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de las variables en los que solo se observan fenómenos en su ambiente natural”. (HERNÁNDEZ SAMPIERI, 2008)

Descriptivo / El diseño será:

- Transversal

Según SAMPIERI, indica que la investigación transversal tiene como objetivo es describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (Hernández SAMPIERI 2008).

Tipo de investigación

Básica

La investigación es Básica.

Según Lizardo Carvajal se define investigación básica como una actividad científica y tecnológica que descubre leyes universales o leyes generales.

Descriptiva

La investigación es descriptiva.

Según Bernal (2006) se califica la investigación descriptiva como la selección de características fundamentales del objeto de estudio y describe detalladamente las partes.

3.3 Unidad de estudio

Empresa GRUPO COMPUTEL SAC

3.4 Población y Muestra (materiales, instrumentos y métodos)

Base de datos de TRADE MAP del periodo 2016 – 2017.

SUNAT.

Muestra:

Base de datos de TRADE MAP del periodo 2016 – 2017.

SUNAT

3.5 Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

Con respecto a las técnicas de investigación, se utilizará la estadística descriptiva como técnica para el análisis de datos, diseñando tablas de frecuencias absolutas y porcentuales para mostrar las respuestas de los sujetos haciendo uso del programa estadístico SPSS (STATISTICAL PACKAGE FOR SOCIAL SCIENCES), Versión 24.

TRADE MAP

Base de datos

Método de análisis de datos:

SPSS IBM Versión 25

Microsoft Excel

3.6 Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos

Los métodos de investigación a emplearse en el proceso de investigación son: el método deductivo porque parte de una premisa general para obtener las conclusiones de un caso particular. Pone el énfasis en la teoría, modelos teóricos, la explicación y abstracción antes de recoger datos empíricos, asimismo, el método estadístico, de análisis – síntesis, entre otros, que conforme con el desarrollo de la investigación se den indistintamente.

IV. RESULTADOS

4.1 Análisis inteligencia comercial e importaciones de memorias RAM

Objetivo general

Analizar si la aplicación de la inteligencia comercial influye en las importaciones de memorias RAM de la empresa GRUPO COMPUTEL SAC 2016-2017.

Tabla N° 4. Importación de memoria RAM, según país de origen, 2016-2017 (Miles de USD\$ en valor FOB)

N°	País	2016	2017	Participación %	Acumulado %	Var . %2017/2016
1	CHINA	41,978,383	41,066,489	62.8	62.77	-2.17
2	TAILANDIA	5,659,674	6,360,900	9.7	72.49	12.39
3	FILIPINAS	2,365,379	3,853,782	5.9	78.38	62.92
4	ESTADOS UNIDOS	2,224,095	3,789,882	5.8	84.17	70.40
5	MEXICO	3,155,926	3,391,429	5.2	89.36	7.46
6	TAIWAN	2,356,320	2,396,690	3.7	93.02	1.71
7	HUNGRIA	993,309	1,623,850	2.5	95.50	63.48
8	SINGAPUR	1,400,598	1,071,667	1.6	97.14	-23.49
9	MALASIA	966,410	806,036	1.2	98.37	-16.59
10	REPUBLICA CHECA	420,319	475,762	0.7	99.10	13.19
	OTROS	1,423,180	590,212	0.9	100.00	-58.53
	TOTAL	62,943,595	65,426,699	100.0		3.94

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

En la tabla N° 4 se observa que China es el principal país de origen de las importaciones de memorias RAM. En el año 2017 llego a la cifra de 41,066,489 (Miles de USD\$ en valor FOB). En el año 2016 llego a la cifra de 41,978,383 (Miles de USD\$ en valor FOB). Lo que significa que en el año 2017 se importó de China 911,894 (Miles de USD\$ en valor FOB) menos que en el año 2016.

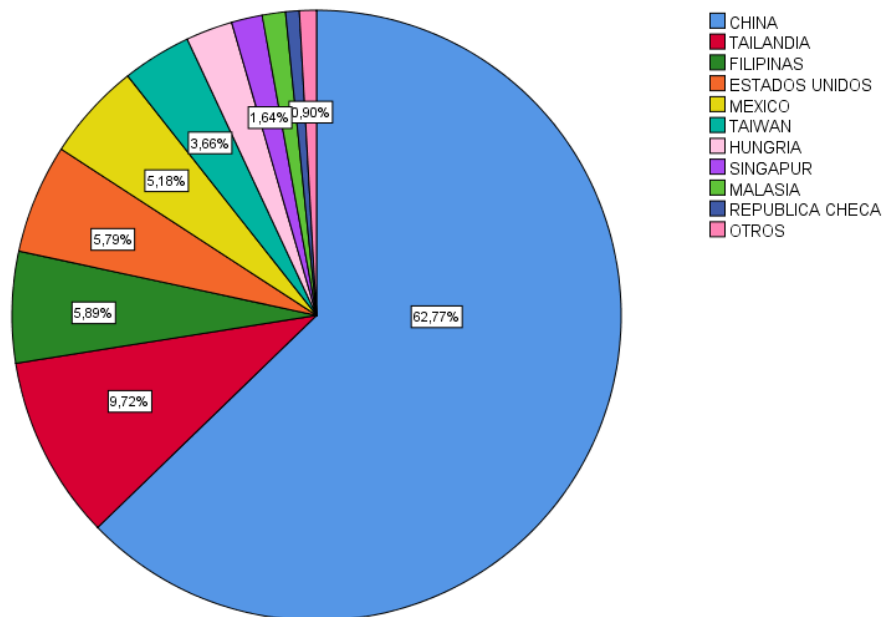


Figura N° 6. Importación de memoria RAM, según país de origen, 2017 (Miles de USD\$ FOB)

Fuente: SUNAT
Elaboración: Propia

Interpretación: una de las problemáticas de la empresa GRUPO COMPUTEL fue el desconocimiento de dónde importar, ahora gracias a la inteligencia comercial, podemos ver que el socio comercial proviene del país china, ya que es de ahí donde proviene mayormente los orígenes de las memorias RAM, y cuenta con un 62.8% de participación en el mercado, lo cual lo hace un gran aliado en el tema de compras internacionales de memorias RAM.

Cabe resaltar que tuvo una caída del 2% en el año 2016, lo cual podemos tener como plan de contingencia trabajar con el siguiente país que es Tailandia, el cual cuenta con un nivel de participación del 9.7% más bajo que china, pero sigue siendo un aliado estratégico en las negociaciones internacionales.

Asimismo, a través de SUNAT conoceremos las principales empresas que importan memorias RAM. Se realizó la búsqueda de información a través del siguiente procedimiento:

- 1° Se hizo la búsqueda con la partida arancelaria 8471700000
- 2° Se bajó la información a través a un formato en Excel, con los principales importadores de memorias RAM.

- 3° Se convirtió en Data para ser utilizado como estadística
- 4° Se obtiene los resultados gráficos expresados en la tabla N°2.

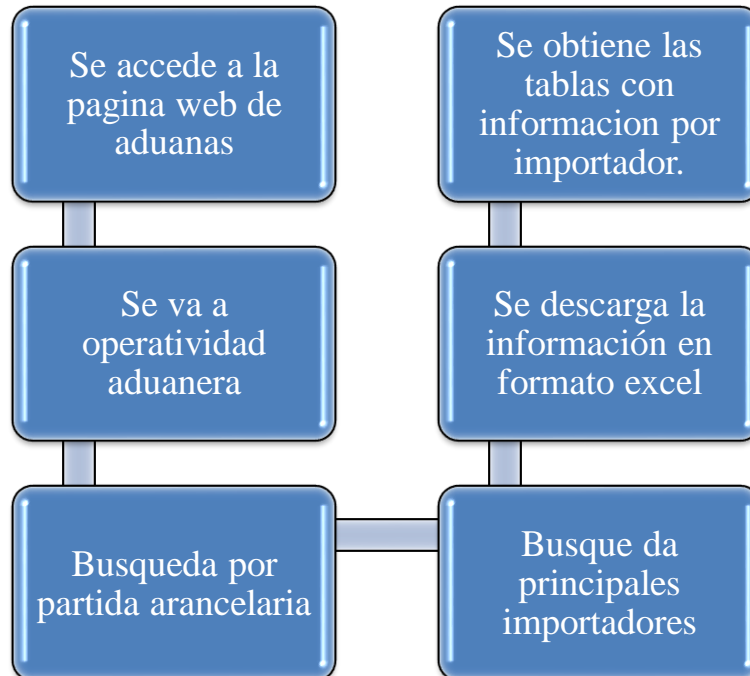


Figura N° 7. Proceso de búsqueda de información

Fuente: El autor

Elaboración: Propia

Tabla N° 5. Importación de memoria RAM, según empresa, 2016-2017 (Miles de USD\$ FOB)

N°	Empresas	2016	2017	Participación %	Acumulado %	Var . %2017/2016
1	GRUPO DELTRON	19,905,978	18,139,294	27.72	27.72	-8.88
2	INGRAM MICRO	4,776,524	7,285,323	11.14	38.86	52.52
3	MAXIMA INTERNACIONAL	3,896,856	5,387,579	8.23	47.09	38.25
4	INTCOMEX PERU	5,197,217	5,160,041	7.89	54.98	-0.72
5	HEWLETT - PACKARD PERU	5,033,825	4,854,358	7.42	62.40	-3.57
6	IBM DEL PERU	3,655,918	4,699,513	7.18	69.58	28.55
7	HUAWEI DEL PERU	3,344,239	4,249,974	6.50	76.08	27.08
8	COMPUDISKETT	3,062,737	3,050,244	4.66	80.74	-0.41
9	LG ELECTRONICS PERU	2,311,949	1,945,933	2.97	83.72	-15.83
10	DELL PERU	1,467,691	1,149,765	1.76	85.47	-21.66
11	STORAGEDATA	1,225,034	884,002	1.35	86.82	-27.84
12	OTROS	9,065,628	8,620,674	13.18	100.00	-4.91
	TOTAL	62,943,595	65,426,699	100		3.94

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

Según la tabla N° 5 la principal empresa importadora es el Grupo Deltron la cual llego a la cifra de 18,139,294 (Miles de USD\$) FOB. Esta empresa en el año 2016 importo la cifra de 19,905,978 (Miles de USD\$) FOB, lo cual significa que en el año 2017 importo 1,766,684 (Miles de USD\$) FOB menos que en el año 2016.

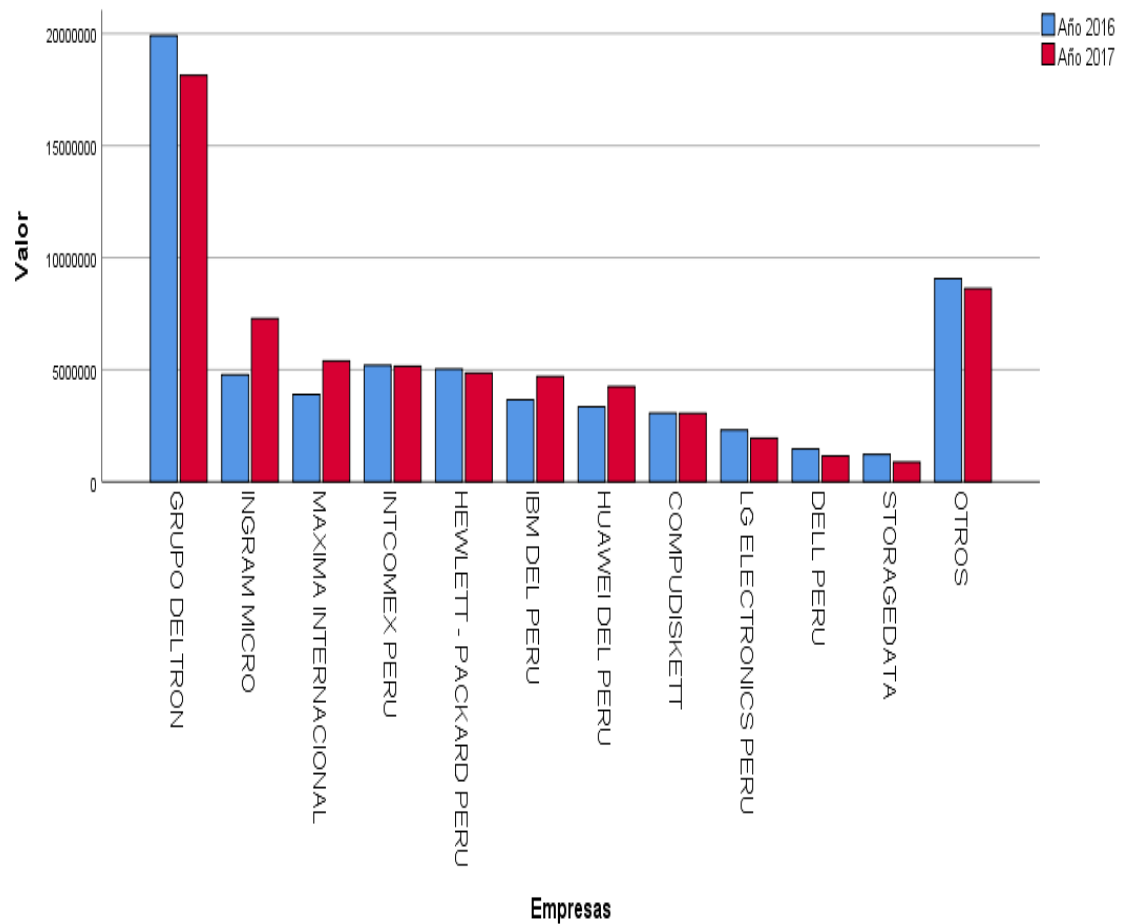


Figura N° 8. Importación de memoria RAM, según empresa, 2016-2017 (Miles de USD\$ FOB)

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

Interpretación: Mediante la página de SUNAT se puede ver que las principales empresas importadoras en Perú son 11, los cuales son los principales distribuidores y socios estratégicos de la empresa GRUPO COMPUTEL en la compra de memorias.

Tabla N° 6. Países importadores de memorias ram en Sudamérica

PAISES IMPORTADORES DE SUDAMERICA DE UN PRODUCTO EXPORTADO POR CHINA 847170 Unidades de memoria para máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos, digitales -- Unidad : miles Dólar Americano										
N°	Exportadores	2013	2014	2015	2016	2017	PART %	ACUMULADO	VAR 2017/2013	VAR 2017/2016
1	Brasil	168,701	77,993	45,565	36,055	40,274	53.27	53.27	-76.13	11.70
2	Argentina	82,640	13,625	8,745	13,878	10,007	13.24	66.50	-87.89	-27.89
3	Colombia	1,975	3,519	2,276	9,104	7,044	9.32	75.82	256.66	-22.63
4	Venezuela	14,486	17,103	12,398	909	5,873	7.77	83.58	-59.46	546.09
5	Perú	4,172	3,602	2,276	5,555	4,917	6.50	90.09	17.86	-11.49
6	Chile	6,315	3,422	2,494	6,755	4,054	5.36	95.45	-35.80	-39.99
7	Bolivia	92	8,244	3,367	962	1,196	1.58	97.03	1,200.00	24.32
8	Uruguay	2,040	742	2,261	935	991	1.31	98.34	-51.42	5.99
9	Ecuador	729	381	944	1,110	781	1.03	99.37	7.13	-29.64
10	Paraguay	16	12	452	656	473	0.63	100.00	2,856.25	-27.90
	TOTAL	281,166	128,643	80,778	75,919	75,610	100.00			

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

Elaboración: Propia

Se observa que Perú ocupa el quinto lugar en el año 2017 en las importaciones de memorias RAM en Sudamérica. El primer lugar lo ocupa Brasil.

El segundo lugar lo ocupa Argentina. El tercer lugar lo ocupa Colombia. En cuarto lugar, se encuentra Venezuela.

Tabla N° 7. Partida 8471.70.00.00: Importación por producto en miles de USD\$

8471.70.00.00 IMPORTACION POR PRODUCTO EN MILES DE USD\$						
N°	ADUANAS	2016	2017	Participación	Acumulado	Variación 2017/2016
1	Aérea del Callao	51,665,086	45,434,754	74.39	74.39	-12.06
2	Marítima del Callao	18,098,828	15,626,551	25.59	99.98	-13.66
3	Paita	8,090	1,692	0.00	99.98	-79.08
4	Postal de Lima	2,429	7,348	0.01	99.99	202.57
5	Tacna	5,060	4,851	0.01	100.00	-4.13
6	Total	69,779,494	61,075,196	100.00		-12.47

Fuente: Adexdatatrade
Elaboración: Propia

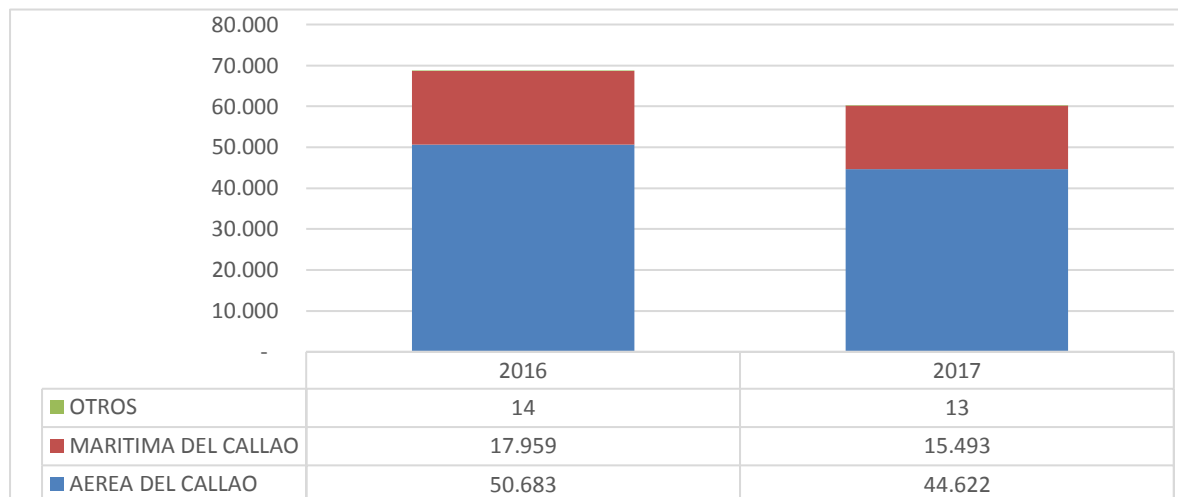


Figura N° 9. Partida 8471.70.00.00: Importación en miles (USD) por vía de entrada

Fuente: Adexdatatrade
Elaboración: Propia

INTERPRETACION: En cuadro se observa que la principal vía de entrada de las importaciones de las memorias RAM es vía aérea por el aeropuerto del Callao,

Tabla N° 8. Costo unitario por según proforma INVOICE de proveedor internacional

EMPRESAS PROVEEDORAS	ZIPPY TECHNOLOGY CO., LIMITED	SHENZHEN JIAHEJINWEI ELECTRONIC TECHNOLOGY LTD.	SILKWAY ALLIANCE (HK) CO., LTD
Costo unitario	\$43.50	\$42.00	\$43.00
Unidades	200	200	200
Total costo	\$8,700.00	\$8,400.00	\$8,4600.00
Total general	\$8,700.00	\$8,400.00	\$8,600.00

Fuente: Datos del mercado

Elaboración: Propia

Se realizó 3 cotizaciones donde se observa que la empresa SHENZHEN JIAHEJINWEI ELECTRONIC TECHNOLOGY LTD QUE tiene el precio más bajo; \$42.00 por unidad. Le sigue la empresa SILKWAY ALLIANCE (HK) CO, LTD con un precio de lista de \$43.00 por unidad. Finalmente, la empresa ZIPPY TECHNOLOGY CO, LIMITED, que ofrece las memorias a un precio de \$43.50 la diferencia en el precio es de \$1.00 a \$1.50 por proveedor, pero cuando la compra se hace en mayores volúmenes la diferencia es enorme.

Interpretación: Se realizó una búsqueda por el medio del portal ALIBABA (la mayor empresa de comercio en china), los cuales nos ofrecen 3 tipo de fabricación:

OEM: Fabricantes que te dan la opción de producir tus diseños sin marca, para que puedan ser usados y personalizados por el comprador

ODM: Fabrica que producen, fabrican y diseñan su marca y permiten que sean comercializados por terceros sin restricciones.

CM: Fabricante por contrato, aquellas compañías que diseñan un producto propio y encargan la producción a un fabricante.

En lo relacionado a nuestro producto un tema decisivo para el éxito de una importación de memorias RAM es seleccionar a los proveedores adecuados tomando en cuenta lo siguiente.

Tabla N° 9. Matriz de selección de proveedores

ATRIBUTOS	PONDERADO	ZIPPY TECHNOLOGY CO., LIMITED		SILKWAY ALLIANCE (HK) CO., LTD		SHENZHEN JIAHEJINWEI ELECTRONIC TECHNOLOGY LTD	
		VALOR	PUNTAJE	VALOR	PUNTAJE	VALOR	Puntaje
Precio	0.25	0.25	1.00	0.50	2.00	0.75	3.00
Calidad	0.25	0.50	2.00	0.50	2.00	0.75	3.00
Garantía	0.20	0.40	2.00	0.40	2.00	0.60	3.00
Capacidad	0.15	0.30	2.00	0.15	1.00	0.45	3.00
Experiencia	0.15	0.30	2.00	0.30	2.00	0.45	3.00
	1.00	1.75		1.85		3.00	

Fuente: De weber (1991)

Elaboración: Propia

En la matriz de selección de proveedores se toman en cuenta aspectos como precios, calidad, garantía, capacidad y experiencia. En la tabla N° 8 se analizan 3 principales proveedores y se le asigna valores a cada aspecto a tomar en cuenta y el que suma un mayor valor es el proveedor seleccionado.

En nuestro caso, SHENZHEN JIAHEJINWEI ELECTRONIC TECHNOLOGY LTD tiene el mayor puntaje reúne los atributos al igual que las otras empresas como calidad, garantía y capacidad y llega al puntaje de 3.00. En segundo lugar, esta SILKWAY ALLIANCE (HK) CO, LTD con 1.85 con lo cual no existe mucha diferencia con el primer lugar. Ni con el tercero ZIPPY TECHNOLOGY CO., LIMITED que llega al puntaje de 1.75. Véase Anexo 7.

SEGUNDO OBJETIVO:

LA INTELIGENCIA COMERCIAL REDUCE LOS COSTOS DE IMPORTACIÓN DE MEMORIAS RAM

En la siguiente tabla se muestra la comparación de una compra local y una internacional en donde podemos apreciar la diferencia de costos, la cual definitivamente es una ganancia significativa para la empresa GRUPO COMPUTEL SAC.

Tabla N° 10. Costo de compra a proveedor local

	Crecimiento del 4% anual según crecimiento del sector tecnológico					
	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Proveedor Nacional						
Precio de compra	\$85.98	\$85.98	\$85.98	\$85.98	\$85.98	\$85.98
Unidades	200	2400	2496	2596	2700	2808
Total compras	\$17,196.00	\$206,352.00	\$214,606.08	\$223,190.32	\$232,117.94	\$241,402.65

Fuente: Cotizaciones a proveedores
Elaboración: Propia

En la tabla se muestra los costos de compra al proveedor nacional. En la actualidad compra un promedio de 200 memorias RAM mensuales. Luego se proyecta un incremento del 3% según proyecciones del crecimiento del PBI.

Tabla N° 11. Costo de compra de importación

Importación	Crecimiento del 4% anual según crecimiento del sector tecnológico					
	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio de compra	\$62.50	\$62.50	\$62.50	\$62.50	\$62.50	\$62.50
Unidades	200	2400	2496	2596	2700	2808
Total compras	\$12,500.00	\$150,000.00	\$156,000.00	\$162,240.00	\$168,729.60	\$175,478.78

Fuente: Cotizaciones a proveedores
Elaboración: Propia

En el cuadro se muestran los costos de importación por la misma cantidad de memorias que se compran en el mercado local y se proyecta también a 5 años.

Tabla N° 12. Diferencia en costos entre proveedor nacional e importación.

	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos compra local	\$17,196.00	\$206,352.00	\$214,606.08	\$223,190.32	\$232,117.94	\$241,402.65
Costos importación	\$12,500.00	\$150,000.00	\$156,000.00	\$162,240.00	\$168,729.60	\$175,478.78
Diferencia costos	\$4,696.00	\$56,352.00	\$58,606.08	\$60,950.32	\$63,388.34	\$65,923.87

Fuente: Cotizaciones a proveedores
Elaboración: Propia

Interpretación: en el presente cuadro se puede observar la diferencia entre una compra nacional e internacional, con una diferencia de costos de US\$56,352 dólares al año (2400 memorias RAM), lo cual nos da un valor significativo mensual de US\$/4,696 dólares (200 memorias RAM), lo cual le genera un beneficio económico otorgándole una ganancia significativa para las empresas. A partir del segundo año se estima un crecimiento del 4% anual según proyecciones de crecimiento del sector tecnológico.

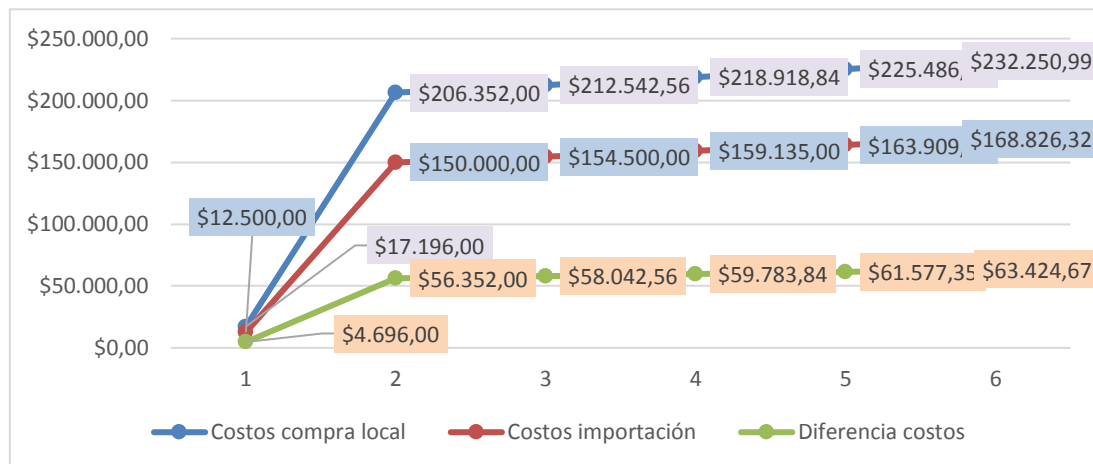


Figura N° 10. Costo según proveedor y diferencia en ahorro para la empresa

Fuente: Cotizaciones a proveedores

Elaboración: Propia

En el grafico se observa que por la compra mensual de 200 memorias ram el ahorro en costos para la empresa es de US\$4,696. Si lo anualizamos el ahorro en costos llega a la cifra de US\$56,352 en el primer año. En el segundo año el ahorro es de US\$58,042.56. En el tercer año el ahorro es de US\$59,783.84. en el cuarto año es de US\$61,577.35. El quinto año el ahorro es de US\$63,424.67.

TERCER OBJETIVO

LAS IMPORTACIONES INFLUYEN EN EL BENEFICIO ECONOMICO DE LA EMPRESA GRUPO COMPUTEL SAC.

Tabla N° 13. Utilidad por venta de memorias importadas en el mercado local

	Mensual	1	2	3	4	5
Precio de venta memorias	\$75.00	\$75.00	\$75.00	\$75.00	\$75.00	\$75.00
Unidades	200	2400	2496	2595.84	2699.6736	2807.66054
Total ingresos	\$15,000.00	\$180,000.00	\$187,200.00	\$194,688.00	\$202,475.52	\$210,574.54
Costo de importación	\$62.50	\$62.50	\$62.50	\$62.50	\$62.50	\$62.50
Unidades	200	2400	2496	2595.84	2699.6736	2807.66054
Total egresos	\$12,500.00	\$150,000.00	\$156,000.00	\$162,240.00	\$168,729.60	\$175,478.78
Utilidad	\$2,500.00	\$30,000.00	\$31,200.00	\$32,448.00	\$33,745.92	\$35,095.76

Fuente: GRUPO COMPUTEL S.A.C.

Elaboración: Propia

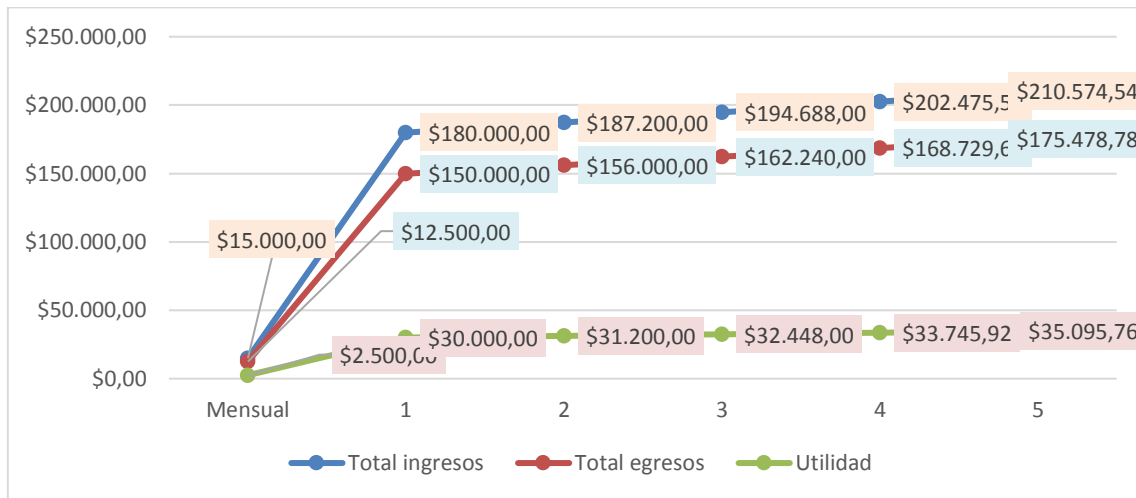


Figura N° 11. Ingresos, egresos y utilidad (primer mes y proyección a 5 años)

Fuente: GRUPO COMPUTEL S.A.C.

Elaboración: propia

Se observa que si se importa las memorias y vendiendo al precio de venta de US\$75.00 en el mercado local en el primer mes se obtiene un beneficio de US\$2,500. Si lo proyectamos anualmente según la proyección de crecimiento del 4% del sector tecnológico se obtiene US\$30,000 en el primer año. US\$31,200 en el segundo año. US\$32,448 en el tercer año. US\$33,745.92 en el cuarto año y finalmente US\$35,095.76 en el quinto año.

Tabla N° 14. Utilidad y costos (%)

Utilidad	16.667%
Costos	83.333%

Fuente: GRUPO COMPUTEL SAC.

Elaboración: Propia

En la tabla se observa que los costos de importación representan el 83.333% del total. La utilidad representa el 16.667% del total del precio de venta.

4.2 Análisis inferencial

Normalidad

Previo a realizar el análisis inferencial es necesario comprobar el comportamiento de los datos, si proviene de una distribución normal o no proviene de una distribución normal. Para ello se utilizan dos pruebas usualmente: SHAPIRO WILK, para muestra menores a 30 aprox., y KOLMOGOROV-SMIRNOV, para muestra mayores a 30.

Dado que la muestra es $n=12 < 30$, entonces usamos la prueba de SHAPIRO WILK.

Tabla N° 15. Prueba de normalidad

Pruebas de normalidad						
	KOLMOGOROV-SMIRNOV ^A			SHAPIRO-WILK		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Proveedor nacional	,089	12	,200*	,967	12	,876
Proveedor internacional	,089	12	,200*	,967	12	,876

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de LILLIEFORS

Fuente: SPSS

Elaboración: Propia

Se define las siguientes las hipótesis:

- Hipótesis nula (H0): La distribución de los datos es normal
- Hipótesis alternativa (H1): La distribución de los datos no es normal
- El criterio de decisión es: Rechazo H0 si el valor Sig. < 0.05 .

Dado que los valores de Sig = $0,876 > 0.05$, entonces acepto la hipótesis nula H0, es decir: La distribución de los datos es normal.

Por lo tanto, se concluye que los datos de Costo proveedor nacional y Costo proveedor internacional, TIENEN UNA DISTRIBUCIÓN NORMAL.

Comprobación de hipótesis

HIPÓTESIS: El costo de memoria RAM es más rentable mediante un proveedor internacional en comparación con un proveedor nacional, 2018.

Dado que las variables Costo proveedor nacional y Costo proveedor internacional, TIENEN UNA DISTRIBUCIÓN NORMAL, usaremos la Prueba T para muestras independientes para comprobar la hipótesis.

Tabla N° 16. Estadísticas de grupo

	Proveedor de memorias RAM	N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
Costo de memoria RAM	Proveedor nacional	12	21924,9167	3100,03031	894,90167
	Proveedor internacional	12	15937,5000	2253,46955	650,52062

Fuente: SPSS

Elaboración: Propia

Según la Tabla precedente, se observa que el costo promedio de memoria RAM del proveedor internacional fue de \$. 15,937.5000 dólares, valor inferior al costo promedio de memoria RAM del proveedor nacional, cuyo valor fue \$. 21,924.9167 dólares.

Tabla N° 17. Prueba de muestras independientes

	Prueba de Levene de igualdad de varianzas	prueba t para la igualdad de medias									
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia		
									Inferior	Superior	
Costo de memoria RAM	Se asumen varianzas iguales	1,656	,211	5,412	22	,000	5987,41667	1106,35712	3692,97243	8281,86090	
	No se asumen varianzas iguales			5,412	20,088	,000	5987,41667	1106,35712	3680,24125	8294,59208	

Fuente: SPSS

Elaboración: Propia

Según la Tabla precedente, se observa que se ha utilizado la Prueba T de muestras independientes para comparar el costo promedio de memoria RAM del proveedor internacional con el costo promedio de memoria RAM del proveedor nacional.

Bajo tal contexto, primero se definen las siguientes hipótesis:

- H0: No existe diferencia entre el costo de memoria RAM de un proveedor internacional y el costo de memoria RAM de un proveedor nacional.
- H1: Sí existe diferencia entre el costo de memoria RAM de un proveedor internacional y el costo de memoria RAM de un proveedor nacional.
- Rechazo H0, si Sig < 0.05

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

- H0: Las varianzas son iguales
- H1: Las varianzas son diferentes
- Rechazo H0 si $Sig < 0.05$.
- Conclusión: Dado que $Sig = 0.211 > 0.05$, Acepto H0, es decir, “Se asumen varianzas iguales”.

Finalmente, se revisa en la Tabla precedente, toda la fila donde señalan que “Se asumen varianzas iguales”, y luego se identifica el valor $Sig = 0.000$ asociado a la Prueba T, y dado que $Sig = 0.000 < 0.05$, entonces Acepto H1. Se concluye que, si existe diferencia entre el costo de memoria RAM de un proveedor internacional y el costo de memoria RAM de un proveedor nacional, dado que el costo promedio de memoria RAM del proveedor internacional fue de \$. 15,937.5000 dólares, valor inferior al costo promedio de memoria RAM del proveedor nacional, cuyo valor fue \$. 21,924.9167 dólares.

DISCUSIÓN

Nuestros resultados muestran que existe relación entre la aplicación de la inteligencia comercial y la reducción de los costos de importación de memorias RAM en la empresa GRUPO COMPUTEL SAC pues al lograr contactar con proveedores en el mercado de origen en este caso China se logra disminuir los costos por la gran diferencia entre los costos de compra a proveedores locales. Córdova E (2013) en su investigación “Análisis, diseño e implementación de una solución de inteligencia de negocios para el área de importaciones en una empresa comercializadora / importadora” manifiesta que al definir los lineamientos de la base de datos de las importaciones se logra una mejor toma de decisiones según la información recopilada. La aplicación de esta herramienta permite a la empresa realizar un análisis sobre las múltiples formas de negociación que hay dentro de una importación y sobre todo saber de manera más precisa el mercado de proveedores y tomar decisiones acertadas que permita a la empresa disminuir costos de importación para ser más competitiva en el mercado local. Por otro lado, Rojas (2016) manifiesta que el análisis de los datos mediante el uso de la inteligencia comercial deja al descubierto ciertos factores del mercado que se debe investigar. Nuestros resultados guardan relación con lo mencionado en la investigación mencionada con lo que se reafirma nuestra hipótesis; pues, es necesario compilar suficiente información del mercado como para poder interpretar y elegir la mejor opción para lograr una importación exitosa con lo que reafirma la relación entre la inteligencia comercial y la reducción de los costos en la empresa importadora.

Por otro lado, en lo referente a la relación entre la importación de memorias RAM y beneficio económico de la empresa GRUPO COMPUTEL SAC nuestros resultados muestran que una importación tomando en cuenta el uso de la inteligencia comercial redundara en un mayor beneficio económico en la empresa por la disminución de los costos. Díaz, F. J. y Sarmiento, D. C. (2016) manifiestan que en el manejo de la empresa se debe tomar en cuenta la estructura y la confiabilidad, incluyendo a la vez a sus proveedores para mejorar su oferta y lograr un mayor beneficio económico para la empresa.

Asimismo Párraga G. (2012) en su investigación “Plan de negocio para la importación y representación directa de computadoras portátiles marca Dell, del importador Carlos Almeida desde Estados Unidos” manifiesta que el importador debe tener el conocimiento de todos los requisitos aduaneros, documentación, aplicación de cada incoterms, obligaciones

que le corresponderían al importador, los procesos de importación y el tiempo que le lleva a cada medio de transporte llegar a su destino, además el manejo de su capital para la inversión del mismo, y las formas de pagos que puede tener al realizar una transacción al exterior para de esta manera realizar un proceso de importación óptimo que redundara en un mayor beneficio económico para la empresa por una disminución en los costos. Rojas (2016) indica que, contar con información (que luego ha de ser convertida en inteligencia comercial) permite sacar ventaja ante los competidores. Porque se tiene una visión de lo que podría pasar en el futuro, de modo que desde ya se pueden ejecutar estrategias oportunas y apropiadas, actividades que sirven para poder actuar con lo que se reafirma que lo mencionado en la investigación guarda relación con nuestros resultados con lo que se reafirma nuestras hipótesis pues existe relación entre el proceso de importación y el beneficio económico en la empresa importadora.

Asimismo, en lo relacionado a la inteligencia comercial y la selección de proveedores para una óptima importación y disminución de costos para el beneficio de la empresa. Monte R. (2017). En su investigación “Importación de equipos tecnológicos ONT desde China” manifiesta que Ecuador al no ser un país potencialmente productor de tecnología de última generación se ve obligado a realizar importaciones por lo cual la inteligencia comercial para seleccionar proveedores es importante pues asegura que el proveedor cumplirá con todas las exigencias de la negociación tomando en cuenta también el tiempo de entrega de los productos mediante la importación. Estos resultados son similares a los de la presente investigación y reafirma nuestra hipótesis pues existe relación entre la inteligencia comercial y la importación pues permite una buena selección de proveedores para lograr disminuir los costos en beneficio de la empresa.

En lo relacionado al uso de la inteligencia comercial y la reducción de costos se puede mencionar a Gonzales J, Carhuaricra M (2017) en su investigación “Implementación de Business Intelligence para mejorar la eficiencia de la toma de decisiones en la gestión de proyectos” manifiesta que la aplicación de inteligencia comercial sí permite determinar la viabilidad de un proceso comercial ya sea de exportación o importación. Asimismo, indica que las herramientas de la inteligencia comercial son los instrumentos por excelencia para explorar las necesidades y tendencias insatisfechas en un mercado determinado y detectarlos. Esto es más económico y por lo tanto más rentable que una investigación de mercados. Lo

cual guarda relación con nuestros resultados con lo cual se reafirma nuestra hipótesis la inteligencia comercial reduce los costos.

Se puede mencionar a Molina (2015) en su investigación “Desarrollo de un Aplicativo Business Intelligence para la empresa importadora Tomabamba S.A” manifiesta que el Business Intelligence es importante para la toma de decisiones ya que provee toda la información importante para el negocio, de esta forma garantiza la competitividad de la empresa frente al mercado, esto los ayudara a manejar la información de manera más rápida y eficaz y así poder mejor las ventas y condiciones económicas de la empresa. Esto guarda relación con nuestros resultados con lo que se reafirma la hipótesis pues existe relación entre la inteligencia comercial y el proceso de importación pues al manejar información y usarla de la mejor manera se reducirá costo y mejorará el beneficio de la empresa.

CONCLUSIONES

La aplicación de la inteligencia comercial en una empresa se realiza para evitar el fracaso al emprender un nuevo negocio. Con el uso de la inteligencia comercial se puede conocer información relevante para lograr un proceso de importación óptimo pues se puede analizar el mercado en este caso de las memorias ram como países productores, principales proveedores, costos, tiempo de entrega. Por otro lado, el tema en las negociaciones con china fue una limitación por la diferencia de horarios.

Según el objetivo general se concluye que con la búsqueda en la página de aduanas a través de la operatividad aduanera se determinó que el Grupo Deltron es la principal empresa importadora de memorias RAM llegando a la cifra de US\$18,139, 294 en el año 2017 llegando a lograr una participación del 28% en el mercado nacional, esto quiere decir que la inteligencia comercial si influye en las importaciones de las memorias RAM ya que debido a la evolución tecnológica del mercado se ha incrementado los volúmenes de venta .

Asimismo, esto se explica que las memorias no pesan ni ocupan mucho espacio por lo que es viable usar la vía aérea. También se puede explicar esto por el tiempo y muchas veces por el fin de reponer stock más rápidamente y también por pedidos urgentes de última hora, y ya que son pedidos menores a 30 kilos es la mejor opción. Así también la vía marítima este medio se usa mayormente para grandes volúmenes y con el fin de abastecerse no esperando quedar con poco stock para recién realizar el pedido. Este medio se usa para pedidos no urgentes, grandes cantidades y con el fin de disminuir costos.

Según el primer objetivo específico se dice que mediante el uso de la inteligencia comercial se identificó en SUNAT que China es el principal país productor de memorias e inclusive que es el principal exportador, llegando a la cifra de US\$ 41,066,489 en el año 2017 lo cual significa el 63% de participación del mercado internacional. Asimismo, con la selección de proveedores se llegó a conseguir menores precios que nos hacen competitivos en el mercado nacional. De tal forma se concluye que la inteligencia comercial a través de un sondeo de mercado y cotizaciones de proveedores si reduce los costos de importación de memorias RAM.

Según el segundo objetivo donde se da la diferencia entre la compra a proveedores locales y la importación directa es de \$23.48 por cada unidad lo que representa un 27.31% de ahorro

para la empresa si decide importar. Esto significa que se da un ahorro de US\$71,848.80 anuales para la empresa con lo que los costos disminuyen en beneficio de la empresa.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar la aplicación de inteligencia comercial, para las empresas ya que esto ayudará a tener una mejor perspectiva del mercado a dónde deseen penetrar.
- Se recomienda realizar una selección de proveedores considerando los siguientes atributos: Véase Anexo 7

1. Precio
2. Calidad
3. Garantía
4. Capacidad
5. Experiencia

PRECIO: Para la empresa es muy importante el precio más bajo ya que esto le dará competitividad en el mercado frente a la competencia, se escogió a la empresa de menor precio **SHENZHEN JIAHEJINWEI ELECTRONIC TECHNOLOGY LTD**, Otorgando un ponderado de 0.25.

CALIDAD: Se consideró los certificados de calidad como un atributo importante con un ponderado de 0.25, ya que esto le otorga una garantía por escrito al producto que se está adquiriendo. La empresa **SHENZHEN JIAHEJINWEI ELECTRONIC TECHNOLOGY LTD**, cuenta con 4 certificaciones dando así confiabilidad al producto.

GARANTÍA: La garantía de un producto se adquiere de acuerdo con su certificado de calidad, esto le protege y respalda por si el producto presentara algún defecto de fabricación, se le otorgo un ponderado de 0.25, es por ello que se escogió a la empresa **SHENZHEN JIAHEJINWEI ELECTRONIC TECHNOLOGY LTD**, que cuenta con certificaciones que son: FCC, ROHS Y CE., sobre todo cuando se trata de productos tecnológicos, estos certificados regulan que no se hayan utilizado sustancias peligrosas en la elaboración. .

CAPACIDAD: En cuanto a la capacidad se le otorgo un ponderado de 0.15, el criterio de selección es de acuerdo a la capacidad de producción.

EXPERIENCIA: En cuanto a la experiencia se le otorgó un ponderado de 0.15, factor considerable para tomar la decisión al comprar, nosotros lo evaluamos por la antigüedad. La

empresa **SHENZHEN JIAHEJINWEI ELECTRONIC TECHNOLOGY LTD**, cuenta con 10 años de experiencia en el mercado, en el rubro de la tecnología, otorgando confianza al comprar a una empresa que se mantiene vigente a través de los años.

Por tales atributos la empresa **SHENZHEN JIAHEJINWEI ELECTRONIC TECHNOLOGY LTD** es quien fue escogida por la empresa.

Por tales atributos la empresa **SHENZHEN JIAHEJINWEI ELECTRONIC TECHNOLOGY LTD** es quien fue escogida por la empresa.

- Se recomienda asesorarse para lograr un proceso de importación óptimo para lograr disminuir costos y mejorar el beneficio de la empresa.
- Conviene conocer las normas de origen, acuerdos preferenciales aplicables y las diferentes cargas impositivas o aranceles a los que pueden estar sujetos las mercancías. Dependiendo del origen de las mercancías y productos, los aranceles pueden variar.
- Antes de cerrar cualquier operación, siempre es conveniente revisar que el proveedor y/o el cliente disponen de los permisos necesarios para el despacho de aduana en su país de origen y/o destino, y que pueden emitir los documentos necesarios.
- Es conveniente preparar o solicitar un juego completo de la documentación mínima requerida para el despacho aduanero, previo al inicio de los trámites como pueden ser la factura comercial, los documentos de transporte, los documentos de origen y los documentos específicos según el tipo de mercancía.
- Se recomienda el INCOTERM Ex Works por los siguientes motivos:
 1. Se realizó una cotización agencia de carga internacional NAN CARGO LOGISTIC EIRL cuyos costos son más bajos.
 2. La empresa NAN CARGO, LOGISTIC EIRL adicionalmente a las funciones que tiene como agencia de carga internacional, cumple las funciones de bróker internacional.
 3. Se tiene como concepto las funciones de una agencia de carga internacional (persona que presta sus servicios en el transporte internacional) y de bróker internacional (persona que se encarga de promover la importación o exportación de uno o más productos como representante de un empresario). A partir de ello se explicará la modalidad del INCOTERM seleccionado.

4. A través de INCOTERM Ex Works, la agencia de carga es quien realiza la función de un bróker internacional realizando la función de:
5. Pagar la mercancía
6. Gestionar el transporte interno, el despacho de aduanas en el país de origen (china)
7. Pagar los gastos de llegada, salida, seguro, aranceles y flete internacional.
8. Realizar los trámites documentarios requeridos para la liberación de la mercancía
9. Transporte a lugar de destino, almacén (GRUPO CMPUTEL SAC)
10. La agencia de carga NAN CARGO LOGISTIC EIRL cuenta con una oficina en china, lo cual nos da más confianza al comprar, ya que a través de un trato con el proveedor se acuerda abonar la mercadería a un 50% cuando se procede a la compra y el restante cuando ya se recoge la mercadería, de esta forma podemos evitar posibles estafas.
11. Asimismo, a través del INCOTERM Ex Works tenemos la posibilidad de controlar el envío de principio a fin

REFERENCIAS

- Bassat L. (2015). Inteligencia comercial. Plataforma Editorial. Octava Edición. Barcelona - España.
- Córdova E (2013). “Análisis, diseño e implementación de una solución de inteligencia de negocios para el área de importaciones en una empresa comercializadora / importadora”. Recuperado de: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/4709>
- Daniels J., Radebaugh L y Sullivan D. (2010). Negocios Internacionales. Ambiente y operaciones. Pearson Educación. Décimo segunda edición. México.
- De Boer, L, Labro, E. and Morlacchi, P. (2001). A review of methods supporting supplier selection. *European Journal of purchasing and Supply Management*, 7(2), 75-89.
- Díaz, F. J. y Sarmiento, D. C. (2016). “Propuesta de estrategias para la tienda Importaciones Tokio E.I.R.L. según el modelo Delta, periodo 2015”. Recuperado de: http://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/USAT_23c5494729ecd4c8e1b2519ecf5c0232
- Gonzales J, Carhuaricra M (2017). “Implementación de Business INTELLIGENCE para mejorar la eficiencia de la toma de decisiones en la gestión de proyectos”. Recuperado de: <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/3202?mode=full>
- Molina, Daniela (2015) “Desarrollo de un Aplicativo Business INTELLIGENCE para la empresa importadora TOMABAMBA S.A”. Recuperado de: <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/handle/21000/12518>
- Monte R. (2017). “Importación de equipos tecnológicos ONT desde China”. Recuperado de: <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/7392>
- Párraga G. (2012). “Plan de negocio para la importación y representación directa de computadoras portátiles marca Dell, del importador Carlos Almeida desde Estados Unidos”. Recuperado de: <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/3665>
- Regal R. (2016). “Propuesta de Formalización de un Procedimiento de Importación para la Optimización de los Tiempos de Nacionalización caso Empresa IQ CORPORATION

S.A.C”.

Recuperado de:
http://cybertesis.urp.edu.pe/bitstream/urp/1112/1/regal_rc.pdf

Rojas (Krishna (2016). Inteligencia comercial. Aplicada la administración de negocios internacionales. Editorial Macro. Primera edición. Miraflores, Lima – Perú.

Electrónicas:

ADUANET. <http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/informgest/ExpoDef.htm>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. www.inei.gob.pe

MINCETUR. www.mincetur.gob.pe

Ministerio de Economía y Finanzas. www.mef.gob.pe

MOFCOM. <http://english.mofcom.gov.cn/statistic/statistic.html>

SIICEX. www.siicex.gob.pe

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. www.sunat.gob.pe

TRADEMAP. <http://www.trademap.org/Index.aspx>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Matriz de consistencia: La aplicación de inteligencia comercial y su influencia en las importaciones de memorias ram de la empresa Grupo Computel SAC 2016-2017.

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARABLES	INDICADORES	METODOLOGIA
GENERAL	GENERAL	GENERAL	INDEPENDIENTE		
¿Cómo la aplicación de la inteligencia comercial influye en las importaciones de memorias RAM de la empresa Grupo Computel SAC 2016-2017.?	Analizar si la aplicación de la inteligencia comercial influye en las importaciones de memorias RAM de la empresa Grupo Computel SAC 2016-2017..	<u>Alternativa:</u> La aplicación de la inteligencia comercial si influye en las importaciones de memorias RAM de la empresa Grupo Computel SAC 2016-2017. <u>Nula:</u> La aplicación de la inteligencia comercial no influye en las importaciones de memorias RAM de la empresa Grupo Computel SAC 2016-2017.	INTELIGENCIA COMERCIAL	Cantidad de páginas visitadas Montos de exportaciones chinas en memorias Volumen de exportaciones chinas en memorias Cantidad de proveedores en China Número de cotizaciones Número de medios de transporte Ventas por productos Costos logísticos	Enfoque de investigación: cuantitativa Tipo de estudio: Básica-descriptiva Diseño de estudio: No experimental – transversal Población y muestra Base de datos de Trade Map, SUNAT. Técnicas de instrumentos
ESPECIFICOS	ESPECIFICOS	ESPECIFICOS	DEPENDIENTE		
¿En qué medida la inteligencia comercial reduce costos de importación de memorias RAM en la empresa Grupo Computel SAC 2016-2017.?	Analizar si la aplicación de la inteligencia comercial son importantes para reducir los costos de importación de memorias RAM en la empresa Grupo Computel SAC 2016-2017..	<u>Alternativa:</u> La aplicación de la inteligencia comercial reduce costos de importación de la empresa Grupo Computel SAC. <u>Nula:</u> La aplicación de la inteligencia comercial no influye en la reducción de costos de importación de la empresa Grupo Computel SAC 2016-2017.		Cantidad de compra Costos Utilidades Normas de origen Certificados de origen Garantía Valoración Aranceles Descripción de mercancías	Estadísticas, Porcentaje, cotizaciones. Método de análisis de datos: SPSS IBM Versión 25 Tabulación en Microsoft Excel.

¿En qué medida las importaciones influyen en el beneficio económico de memorias RAM en la empresa Grupo Computel SAC 2016-2017?	Analizar si las importaciones influyen en el beneficio económico de la empresa Grupo Computel SAC 2016-2017.	<u>Alterna:</u> Las importaciones influyen en el beneficio económico de la empresa Grupo Computel SAC 2016-2017. <u>Nula:</u> Las importaciones no influyen en el beneficio económico de la empresa Grupo Computel SAC 2016-2017.	IMPORTACIÓN	Gravámenes aduaneros	
---	--	--	-------------	----------------------	--

Fuente: El autor

Elaboración: Propia.

Anexo 2: Carta de autorización de uso de información de Empresa Computel S.A.C.

N UNIVERSIDAD
PRIVADA DEL NORTE Formato 4

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA
PARA OBTENCIÓN DE TÍTULO PROFESIONAL**

Yo JUAN CARLOS CHAHPI CONDORI
(Nombre del representante del área de la empresa)
Identificado con DNI N° 43023680 en mi calidad de GERENTE GENERAL
(Nombre del puesto del representante del área de la empresa)
del área de COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS
(Nombre del área de la empresa)
de la empresa/institución GRUPO COMPUTEL SAC
(Nombre de la empresa)

con R.U.C. N° 20537005514 ubicada en la ciudad de LIMA

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

Al señor KATIA OCAÑA CASTILLO
(Nombre completo del bachiller)
Identificado con DNI N° 45524608 bachiller en la carrera de ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES para que utilice la información del área de GRUPO COMPUTEL
SAC de esta empresa/institución;
(Nombre completo del área)

con la finalidad de que pueda desarrollar su Tesis o Trabajo de Suficiencia Profesional () y de esta manera optar al Título Profesional.

..... de del 20.....

Adjunto a esta carta, está la siguiente documentación:

() Sólo Para Modalidad Suficiencia Profesional: Adjunta Vigencia Poder Del Representante Legal de la Empresa con vigencia: no menor a 90 días.


Firma del Representante de la Empresa
DNI: 43023680
GRUPO COMPUTEL S.A.C.
Juan Carlos Chahpi Condori
Gerente General

El Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en la Tesis o Trabajo de Suficiencia Profesional son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Bachiller será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; y asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.


Firma del Bachiller
DNI: 45524608

Código: COR-F-REC-SA-17.06 UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE S.A.C. Vigencia: 05/05/2015
Pág.: 1 de 1 Versión: 02

Fuente: Computel S.A.C.
Elaboración: Propia

Anexo 3: Información de la Cámara de Comercio de Lima



ÚNETE A LA RED DE CONTACTOS, NEGOCIOS Y SERVICIOS MÁS GRANDE DEL PAÍS.

Señor Empresario:

En esta oportunidad la Cámara de Comercio de Lima, se dirige a usted para invitarlo a participar como asociado a nuestra institución.

Por tal motivo, estamos realizando una **Campaña Especial** de beneficios exclusivos, los cuales serán de mucha utilidad para el desarrollo de su empresa.

Detallamos a continuación los beneficios que se le otorgará adicionalmente a sus derechos adquiridos como asociado a la CCL.

BENEFICIOS EXCLUSIVOS GRATUITOS POR CAMPAÑA PARA NUEVOS ASOCIADOS (Sólo para plan anual)
Clave de acceso al Directorio Virtual de Asociados , conteniendo los principales datos de contacto, para realizar campañas de ventas y marketing.
Aviso de ½ página en nuestra revista semanal "La Cámara" , donde podrá dar a conocer los productos o servicios de su empresa. La revista es distribuida a nuestros asociados.
01 banner publicitario por 05 días en el boletín virtual "La Cámara" donde nuestros asociados podrán contactarlo para concretar negocios. (167 x 84 pixeles)
Distribución de sus encartes promocionales en nuestra revista semanal "La Cámara" . (Tiraje máximo de 10,000)
Una sala con capacidad para 50 personas , donde podrá realizar reuniones empresariales, (Tipo auditorio, por espacio de 4 horas)
01 seminario gratuito con temas a elegir según la necesidad de su empresa, dictados en nuestro Centro de Capacitación.
Podrá acceder a la data del Registro Nacional de Protestos y Moras , y conocer la situación crediticia de sus potenciales clientes. (300 consultas gratuitas)

Promoción Válida Hasta el
30.11.2018 Sólo para pagos anuales y
por única vez.

Por lo expuesto, mucho agradeceremos se sirva otorgar una cita a nuestros ejecutivos de negocios, llamando a los teléfonos 219-1720 / 219-1721 o escribiendo al email: afiliacion@camaralima.org.pe, quienes estarán en contacto con usted con la finalidad de proporcionarle mayor información sobre nuestra campaña.

Lima, 02 de noviembre de 2018



Ing. Octavio Zumarán Bustíos
Gerente Comercial

CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA – SERVICIOS EXCLUSIVOS PARA ASOCIADOS

Este 2018 hemos cumplimos 130 años de arduo trabajo en beneficio del empresariado peruano que se refleja con la **certificación ISO 9001** que actualmente contamos, por ello queremos, invitarlo a ser parte de la gran familia empresarial que ya vienen recibiendo nuestros diversos servicios y beneficios. Los siguientes son algunos de los servicios que brindamos a nuestras empresas asociadas:

DIRECTORIO EMPRESARIAL: A través de nuestro Red de Contactos podrá contactarse con las empresas y los empresarios más importantes, asociadas a la CCL, donde podrá ofrecer sus productos o servicios de manera rápida y eficiente (**válido solo para afiliaciones en modalidad Anual y/o por campaña**).

CAMTRADE: Es un sistema simple y claro que brinda información estadística de Comercio Exterior Nacional, el cual le permitirá atender las necesidades de su empresa, así como conocer el mercado internacional y realizar sus planes de negocios con éxito, brindándole información puntual.

FERIAS, MISISIONES INTERNACIONALES Y NACIONALES, RUEDAS DE NEGOCIOS: Oportunidades de negocios con delegaciones de empresas extranjeras interesadas en tener contactos comerciales en Perú, otorgaremos información permanente de los eventos y Ferias a través de su plataforma de asociado, correos electrónicos y también con nuestros boletines informativos que se entregan de forma adjunta con nuestra revista.

CAPACITACIÓN EMPRESARIAL: Brindamos seminarios, diplomados y cursos de alta especialización para formar empresarios exitosos; a través de nuestro Centro de Capacitación CCL (www.capacitacionccl.edu.pe) y mensualmente con **Centrum y Esan** en formato de Conferencias Magistrales libres para nuestros asociados (2 personas por empresa todos los meses y se hace entrega de la constancia por la participación).

COMERCIO EXTERIOR: Absolvemos consultas y facilitamos Estadísticas de exportaciones e importaciones, procesos, normas legales, partidas arancelarias, oportunidades de negocios, oferta y demanda de sus productos y/o servicios, base de proveedores del extranjero para una mejor toma de decisiones.

CONSULTAS LEGALES: Asesoramos en aspectos laborales, tributarios, societarios (Trabajar con el Estado), municipales, materia contractual, laboral y entre otros temas de su interés empresarial (Consultas ilimitadas).

MESAS DE ASESORÍA: Son eventos gratuitos de unas dos horas de duración organizado por el Centro Atención y Servicio al asociado donde de manera sencilla y dinámica se tratan diversos temas de interés para el desarrollo de su empresa.

CONSULTAS GRATUITAS EN EL RNPM: brindamos información de la situación crediticia de personas jurídicas y naturales en el registro nacional de protestos y moras entre otros. Entregamos una cantidad de revisiones gratuitas dependiendo de su modalidad de membresía, estas sirven de complemento para una mejor negociación.

PUBLICACIONES GRATUITAS EN NUESTRA REVISTA LA CÁMARA: A través de nuestra revista semana podrá enviar sus encartes publicitarios, publicar notas de prensa sobre su empresa y difundir sus productos y servicios a través de un aviso de ½ página. Esta difusión se realiza a nivel nacional con todas nuestras empresas asociadas y a todas las Cámaras de Comercio de los departamentos.

USO DEL LOGO CCL: Le facilitamos nuestro logo para **uso web** (página) y **arte publicitario** (que va dentro de nuestra revista) reafirmando nuestra representación y respaldo a todo nivel.

MIÉRCOLES MARKETERO: Exclusivo para asociados, en donde podrán absolver sus dudas y consultas con asesores especializados en temas: Estrategias de mercadeo, Campañas publicitarias y Marketing On line.



BENEFICIOS MODALIDAD DE MEMBRESÍA ANUAL	A	B	C	D	E
Distribución de sus encartes promocionales en nuestra revista semanal "La Cámara"	<u>3 veces</u>	<u>2 veces</u>	<u>1 vez</u>	<u>1 vez</u>	<u>1 vez</u>
Publicación de nota de prensa, en nuestra revista semanal "La Cámara", sobre acontecimientos importantes de su empresa.	<u>3 veces</u>	<u>2 veces</u>	<u>2 veces</u>	<u>1 vez</u>	<u>1 vez</u>
Participación en seminarios dictados por nuestro Centro de Capacitación.	3 becas	2 becas			
Publicación de un aviso de 1/2 página en nuestra revista semanal "La Cámara"	<u>3 veces</u>	<u>2 veces</u>	<u>1 vez</u>	<u>1 vez</u>	-
Uso del Auditorio de la CCL para reuniones empresariales, con capacidad para 500 personas, montaje tipo auditorio(*)	1 vez	-	-	-	-
Uso de sala para reuniones empresariales, con capacidad para 50 personas, montaje tipo auditorio(*)	3 veces	2 veces	2 veces	1 vez	-
Uso de sala para reuniones empresariales, con capacidad para 12 personas. (*)	-	2 veces	1 vez	-	2 veces
Descuento adicional sobre el precio de asociado por la participación en Diplomados dictados por nuestro Centro de Capacitación.	10% de Dscto.				
Participación como auspiciador en reuniones de "Bienvenida de nuevos asociados"	<u>2 veces</u>	<u>2 veces</u>	<u>2 veces</u>	<u>1 vez</u>	<u>1 vez</u>
Le proporcionamos información de potenciales contactos comerciales en el exterior.	4 contactos				
Recibirán semanalmente un ejemplar adicional de nuestra revista "La Cámara"	1 revista adicional	1 revista adicional	1 revista adicional	-	-
Obtendrá consultas gratuitas sobre la situación crediticia de sus clientes en el RNPM (letras, pagarés, entre otros)	800	500	400	400	300
Colocación gratuita del logotipo de su empresa en nuestra Página Web www.cameralima.org.pe con link a su página web (Sección - Relación de Asociados)	1 año	1 año	6 meses	6 meses	6 meses
INVERSIÓN ANUAL (SOLES)	4,614.40	3,091.60	2,335.60	1,957.60	1,590.40

BANCO	CUENTAS BANCARIAS	CODIGOS INTERBANCARIOS
BBVA Banco Continental	0011-0130-0100003020	011-130-000100003020-23
BCP (Soles)	193-1943271-0-99	002-193001943271099-14
Interbank	005-0000007180	003-005-00000007180-63
Scotiabank	000-2019361	009-034-000002019361-01

(*) Por espacio de 4 horas y de acuerdo a directivas sobre alquileres y uso de ambientes. UNICAMENTE la sala es como parte de sus beneficios, cualquier otro servicio adicional Tendrá costo (tarifa preferencial por ser socio de la CCL).

Comunicarse con el Ejecutivo de Negocios: **Juan Peña** a sus números: **C 926721320** o al Email: **jpena@cameralima.org.pe** con el propósito de poder enviar los documentos de afiliación y el comprobante de pago por el concepto de membresía CCL.

SOMOS EL SOCIO ESTRATÉGICO QUE TE AYUDARÁ A CUMPLIR TUS OBJETIVOS



BENEFICIOS MODALIDAD DE MEMBRESÍA SEMESTRAL	A	B	C	D	E
Distribución de sus encartes promocionales en nuestra revista semanal "La Cámara"	1 vez	1 vez	1 vez		
Publicación de nota de prensa, en nuestra revista semanal "La Cámara", sobre acontecimientos importantes de su empresa.	1 vez	1 vez	1 vez	1 vez	1 vez
Participación en seminarios dictados por nuestro Centro de Capacitación.	2 becas	2 becas	1 beca	1 beca	1 beca
Publicación de un aviso de 1/2 página en nuestra revista semanal "La Cámara"	1 vez	1 vez			
Uso de sala para reuniones empresariales, con capacidad para 50 personas, montaje tipo auditorio(*)	2 veces	1 vez	1 vez		
Uso de sala para reuniones empresariales, con capacidad para 12 personas(*)	2 veces	1 vez	1 vez	1 vez	
Descuento adicional sobre el precio de asociado por la participación en Diplomados dictados por nuestro Centro de Capacitación.	5% de Dcto.	5% de Dcto.	5% de Dcto.	5% de Dcto.	5% de Dcto.
Participación como auspiciador en reuniones de "Bienvenida de nuevos asociados"	1 vez	1 vez	1 vez		
Le proporcionamos información de potenciales contactos comerciales en el exterior.	2 contactos	2 contactos	2 contactos	2 contactos	2 contactos
Recibirán semanalmente un ejemplar adicional de nuestra revista "La Cámara"	1 revista adicional	1 revista adicional	1 revista adicional		
Obtendrá consultas gratuitas sobre la situación crediticia de sus clientes en el RNPM (letras, pagarés, entre otros)	350	300	250	200	100
Colocación gratuita del logotipo de su empresa en nuestra Página Web www.camaralima.org.pe con link a su página web (Sección - Relación de Asociados)	6 meses	6 meses	6 meses	6 meses	4 meses
INVERCION SEMESTRAL (SOLES)	2482.60	1678.90	1279.90	1080.40	886.60
BANCO	CUENTAS BANCARIAS		CODIGOS INTERBANCARIOS		
BBVA Banco Continental	0011-0130-0100003020		011-130-000100003020-23		

BCP (Soles)	193-1943271-0-99	002-193001943271099-14
Interbank	005-0000007180	003-005-000000007180-63
Scotiabank	000-2019361	009-034-000002019361-01

(*) *Por espacio de 4 horas y de acuerdo a directivas sobre alquileres y uso de ambientes. UNICAMENTE la sala es como parte de sus beneficios, cualquier otro servicio adicional Tendrá costo (tarifa preferencial por ser socio de la CCL).*

*Comunicarse con el Ejecutivo de Negocios: **Juan Peña** a sus números: **C 926721320** o al Email: **jpena@camaralima.org.pe** con el propósito de poder enviar los documentos de afiliación y el comprobante de pago por el concepto de membresía CCL.*

SOMOS EL SOCIO ESTRATÉGICO QUE TE AYUDARÁ A CUMPLIR TUS OBJETIVOS



MODALIDAD DE MEMBRESÍA TRIMESTRAL

SOCIO CCL

VITRINA EMPRESARIAL

Revista "La Cámara", distribución (1 ejemplar cada semana)	Semanal
Colocación del logotipo de su empresa en nuestra página Web con link a su página web (Sección -Relación de Asociados).	SI

OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS

Networking - Rueda de contactos e interrelacionamiento entre empresarios.	Un asistente
After Office - Cóctel de interrelacionamiento dirigido a Gerentes.	Un asistente

ASESORÍAS ESPECIALIZADAS

Asesoría ilimitada Legal en temas laboral, tributarios, Contratos Comerciales, Societario, Formalización de empresa, Protección al consumidor y Propiedad Intelectual.	Permanente
Asesoría ilimitada en Comercio exterior especializada, Importaciones, Exportaciones, Sectorial, Estadísticas, Aduanas, entre otros.	Permanente
Asesoría ilimitada para empresas familiares.	Permanente
Asesoría ilimitada en marketing (días miércoles)	Permanente
Asesoramiento ilimitado y gratuito sobre fuentes de financiamiento (proyectos de innovación)	Permanente

INFORMACIÓN

Acceso a consultas sobre la situación crediticia de sus posibles clientes en el Registro Nacional de Protestos y Moras (letras, pagarés, entre otros).	SI
Camtrade Plus - Inteligencia comercial, análisis de la competencia.	Permanente
Boletín Virtual de Comercio Exterior, con información sobre los productos, mercados y empresas que importan - exportan en nuestro país.	Mensual
Boletín Virtual "La Cámara al día", resumen de las principales noticias empresariales del país.	Diariamente

EVENTOS DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Conferencias Magistrales que lo ayudará a reforzar la gestión en diferentes áreas de su empresa. (01 cupo por asociado y certificado de asistencia).			Mensual
INVERSION TRIMESTRAL (SOLES)			514.00
BANCO	CUENTAS BANCARIAS	CODIGOS INTERBANCARIOS	
BBVA Banco Continental	0011-0130-0100003020	011-130-000100003020-23	
BCP (Soles)	193-1943271-0-99	002-193001943271099-14	
Interbank	005-0000007180	003-005-00000007180-63	
Scotiabank	000-2019361	009-034-000002019361-01	

Comunicarse con el Ejecutivo de Negocios: **Juan Peña** a sus números: **C 926721320** o al Email: **jpena@camaralima.org.pe** con el propósito de poder enviar los documentos de afiliación y el comprobante de pago por el concepto de membresía CCL.

SOMOS EL SOCIO ESTRATÉGICO QUE TE AYUDARÁ A CUMPLIR TUS OBJETIVOS

Fuente: Cámara de Comercio de Lima

Elaboración: Cámara de Comercio de Lima

Anexo 4: Cotizaciones

Anexo 5: Cotización agente de carga

NAVE / VIAJE			LLEGADA	HAWB - HBL	ADUANA	
KLM			30/11/2018	960742425	AEREA DEL CALLAO	
BULTOS	VOLUMEN	PESO (KGS)	PRODUCTO		REF. CLIENTE	FECHA
1		4.50	MEMORIAS			27/11/2018
FOB US\$		FLETE US\$	SEGURO US\$	CIF US\$	T.C. SUNAT	PROFORMA N°
8,400.00		525.00	168.00	9,093.00	3.3830	2526
DERECHOS DE ADUANA Y OTROS				GASTOS OPERATIVOS		
Ad - Valorem (6%)		USD 0.00	S/. 0.00	Aduanas		USD 150.00
Igv		USD 1,454.88	S/. 4,921.86	Gastos Operativos		USD 50.00
Ipm		USD 363.72	S/. 1,230.46			
Percepción (10.00%)		USD 1,091.16	S/. 3,691.39			
TOTAL DERECHOS:		USD 2,909.76	S/. 9,843.72	TOTAL GASTOS:		USD 200.00
GASTOS DE TERCEROS						
ALMACEN			USD 180.00			
TRANSPORTE			USD 40.00			
HANDLING			USD 90.00			
				TOTAL DERECHOS		S/. 9,843.72
				TOTAL FLETE INTEL + GASTOS ORIGEN		USD 525.00
				GASTOS OPERATIVOS		USD 200.00
				GASTOS DE TERCEROS		USD 310.00
				IGV		USD 91.80
				TOTAL DERECHOS SOLES		S/. 9,843.72
TOTAL GASTOS:			USD 310.00	TOTAL PROFORMA DOLARES		USD 1,126.80
NAN CARGO LOGISTIC EIRL RUC: 20537820510 BANCO CTA. INTERBANCARIO CTE. BBVA S 0011-0252-0100011906-43 011-252-000100011906-43 BBVA \$ 0011-0252-0100011914-47 011-252-000100011914-47				OBSERVACIONES: CONTACTO: ITALO CHUNG COTIZACION TOTALES EN DOLARES Y SOLES (IMPUESTOS) NO INCLUYE GASTOS TERCEROS POR AFORO FISICO (CANAL ROJO) NO INCLUYE DESCARGA EN EL ALMACEN DEL CLIENTE IMPUESTOS Y GASTOS DE TERCEROS APROXIMADOS		

Fuente: NAN CARGO LOGISTIC EIRL
Elaboración; NAN CARGO LOGISTIC EIRL


Anexo 6: Cotización memorias RAM 1

ZIPPY TECHNOLOGY CO., LIMITED				
HONG KONG ADD:UNIT D 10/F CHINA OVERSEAS BLDG,139 HENNESSY RD,WANCHAI,HK				
SHENZHEN ADD:RM 688, Saige Technology division, SHANGBU INDUSTRIAL ZONE, SHENZHEN ,CHINA				
TEL:86-0134-28774686		FAX:86(0755)25770180		
<u>Proforma Invoice</u>				
MESSRS: Katia Ocaña Castillo			DATE: 7th,November	
COMPANY: GRUPO COMPUTEL SAC			INVOICE NO.: 20181107025	
ADDRESS: AV. GARCILAZO DE LA VEGA NRO. 1348 TDA 1A-178-179 LIMA			P/O:	
Ruc: 20537005514				
TEL: 00516353658			PRICE TERM:	
FROM: PERU			TO:	
SHIPPING PER:				
ITEM	DESCRIPTION	QTY (PCS)	U/PRICE (USD)	AMOUNT (USD)
<u>MEMORY RAM 8GB 2400 MHZ DDR4</u>		200	43.5	8700
				8700
<u>shipping cost by DHL</u>			60	
		The Total		8760
SAY TOTAL: FOUR HUNDRED AND EIGHT US DOLORS ONLY				
Payment Terms:				
Company account				
Beneficiary A/C : 11011638212801				
A/C NAME : ZIPPY TECHNOLOGY CO., LIMITED				
Beneficiary Bank: SHENZHEN DEVELOPMENT BANK,HEAD OFFICE,OFFSHORE BANKING DEPARTMENT				
(SWIFT CODE:SZDBCNBS)				
Bank address: 11F.,NO.5047,ROAD SHENNAN DONG,SHENZHEN,P.R.CHINA				
SWIFT CODE: SZDBCNBS				
POST CODE: 518001				
TEL: 086075582081035				
FAX: 82081087				
FOB Shenzhen,100% T/T before delivery				
REMARK:				
CONTAINER NO:			SEAL NO:	
ETD:			ETA:	
SHIPPING MARK				

Fuente: Zippy Technology



Elaboración: Zippy Technology

Anexo 7: Cotización memorias RAM 2

	Silkway Alliance (HK) Co., Ltd			
	Add: ROOM 1701.17/F, HENANBUILDING, NO. 90JAFEE ROAD.WANCHAI.HOMHKOMH			
	SZ: NO.38,1st Xing'Gong Road, Hongxing Cun,Guangming New District , Shenzhen, 518000, China			
	Tel: 0086-755-83981522/83981408 Fax :0086-755-83983753 Email:sales03@swram.com.cn			
Date: November, 12th ,2018 Invoice No.: SW-12112018-03				
Valid time: just for today . The final price will be confirmed when we get the payment				
To: Grupo Telecom S.A.C				
Contact person: Katia Ocana castillo				
ADD:				
Contact number: +451-983548867				
Proforma Invoice				
P/O No.	Payment Terms	Trade Terms	Country of Original	
N/A	T/T in advance	EX work	CHINA	
Shipment:	N/A			
Destination	ExWork shenzhen factory	Delivery Date	3-5work days after get payment	
Model	Specification	Quantity (PCS)	Unit Price (USD)	Amount (USD)
LODIMM	8GB DDR4 2400MHZ Silkway /black pcb board 8chips original chips made	200	US\$43.00	US\$8,600.00
Shipping Cost / DHL includes far area extra charges				US\$0.00
AMOUNT		200	US\$8,600.00	
Note:				
Freight: N/A				
Total Amount: USD8,400.00 (Bank charge is paid by customer)				
SAY TOTAL: EIGHT THOUSAND FOR HUNDRED DOLLARS ONLY.				
Remark: 1 year warranty.				
Bank info:				
Bank Name: The HongKong and Shanghai Banking Corporation Limited (HSBC)				
AC No: 640-123824-838 (ALL CURRENCY)				
AC Beneficiary Name: Hong Kong Baorunlian Industrial Co.,Limited				
Bank Address: 1 Queen's Road Central ,Hong Kong				
Swift Code: HSBCHKHCHKH				
Customer Signing back			SIGNED BY: Anna T ang	

Fuente: Silkway Alliance
Elaboración: Silkway Alliance

Anexo 8: Cotización memorias RAM 3

POWEV						
SHENZHEN JIAHEJINWEI ELECTRONIC TECHNOLOGY LTD.						
ADD: FLOOR 18, BLOCK C, BLDG. 9, NO. 1, QINGXIANG ROAD, LONGHUA NEW DISTRICT, SHENZHEN, GUANGDONG, CHINA (MAINLAND)						
FROM: DAISY WHATSAPP/TEL: +8613586840199 E-MAIL:TANYUANXIA@POWEV.COM						
PROFORMA INVOICE						
						Date : 2018-11-29
NO.	ITEM	DESCRIPTION	Quantity	Price	Total	Remarks
		Gloway ddr4 8gb ram with heatsink	200	USD42	USD8400	
1) PAYMENT TERMS: EX-WORKS PRICE, 100% BY T/T BEFOREDELIVERY. DELIVERY DATE: WITHIN 3-5						
2) WORKING DAYS AFTER RECEIVE FULLPAYMENT.						
3) PACKAGE DETAILS: BULK PACKING						
4) COUNTRY OF ORIGIN: CHINA						
5) THE BANK ACCOUNT IS AS BELOW:						
T/T account						
International Wire Transfer						
Estimated Payment Receipt: 3-7 working days Payment Transaction Fee: \$40+ depends on the region						
<p>ⓘ To avoid any potential exchange loss, we strongly suggest you paying out by USD currency, and require your bank confirming beneficiary banks final receipt currency as USD. If you pay out by non-USD currency, you can select intermediary bank to avoid potential exchange loss.</p>						
Beneficiary name:		Shenzhen Jiahejingwei Electronic Technology Limited				
Beneficiary account number:		 1030 2153 6171 0 View Account Confirmation				
Beneficiary address:		10 COLLYER QUAY #10-01 OCEAN FINANCIAL CENTRE SINGAPORE				
Beneficiary bank:		Citibank N.A Singapore Branch				
Beneficiary bank address:		5 Changi Business Park Crescent, Level 5, Singapore 486027				
Beneficiary bank swift code:		CITISGSGXXX				
Beneficiary country:		SG				
Bank code:		7214				
Branch code:		001				
REMARK:		9266783501023009 Please include the order number				

Fuente: Shenzhen Jiahe Jinwei Electronic Thecnology Ltd.
Elaboración: Shenzhen Jiahe Jinwei Electronic Thecnology Ltd.

Anexo 10: Cotización flete 2



Cal. Amauta 129 – Indepen
Lima – Perú
Telf: (511) 647-0506
www.nancargo.pe

Sr.(s) : KATI OCAÑA
Dirección :
Atención :

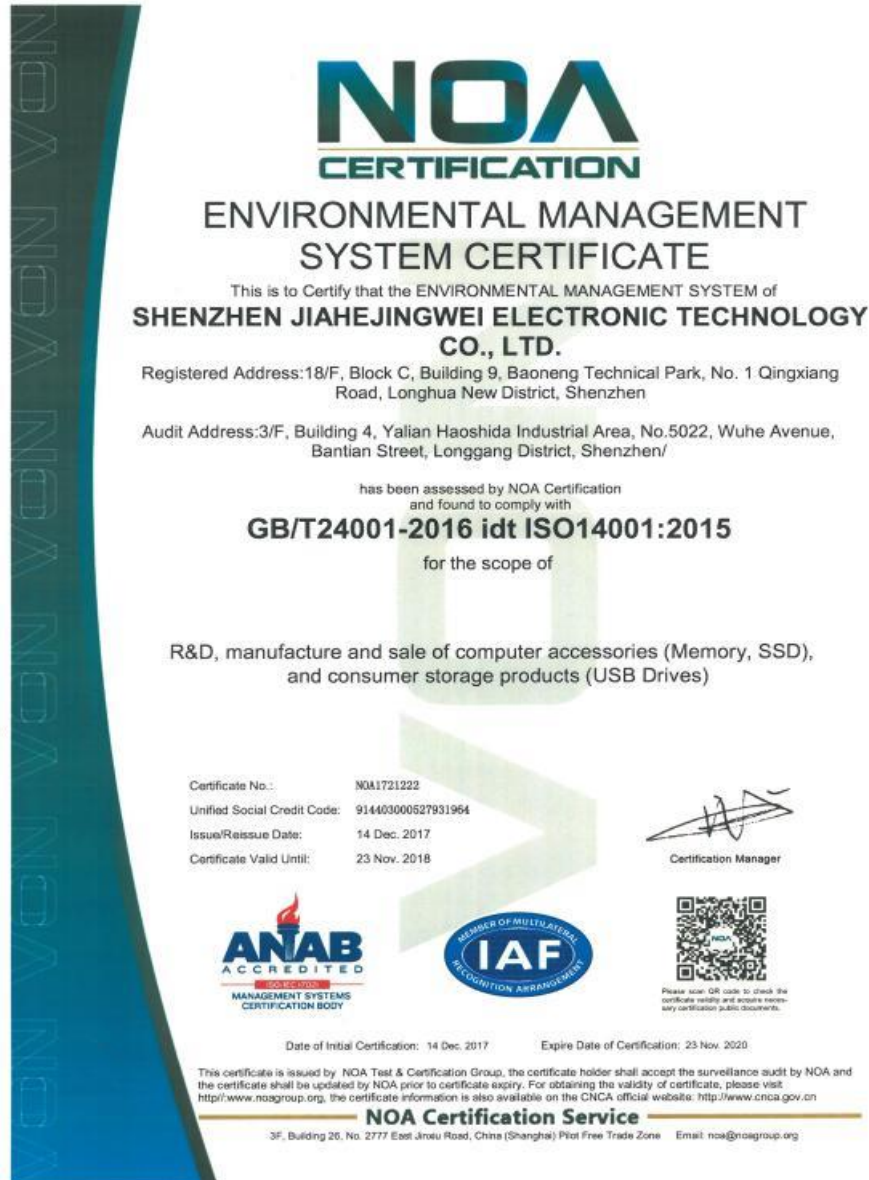
Fecha : 7/12/2018

NAVE / VIAJE			LLEGADA	HA WB - HBL	ADUANA	
KLM			30/11/2018	960742425	AEREA DEL CALLAO	
BULTOS	VOLUMEN	PESO (KGS)	PRODUCTO		REF. CLIENTE	FECHA
1		4.50	MEMORIAS			7/12/2018
FOB US\$		FLETE US\$	SEGURO US\$	CIF US\$	T.C. SUNAT	PROFORMA Nº
8,400.00		525.00	168.00	9,093.00	3.3830	2526

DERECHOS DE ADUANA Y OTROS			GASTOS OPERATIVOS		
Ad - Valorem (6%)	USD 0.00	S/. 0.00	Aduanas		USD 150.00
Igv	USD 1,454.88	S/. 4,921.86	Gastos Operativos		USD 50.00
Ipm	USD 363.72	S/. 1,230.46			
Percepción (10.00%)	USD 1,091.16	S/. 3,691.39			
TOTAL DERECHOS:	USD 2,909.76	S/. 9,843.72	TOTAL GASTOS:		USD 200.00
GASTOS DE TERCEROS					
ALMACEN		USD 180.00			
TRANSPORTE		USD 40.00			
HANDLING		USD 90.00			
			TOTAL DERECHOS		S/. 9,843.72
			TOTAL FLETE INTEL + GASTOS ORIGEN		USD 525.00
			GASTOS OPERATIVOS		USD 200.00
			GASTOS DE TERCEROS		USD 310.00
			IGV		USD 91.80
			TOTAL DERECHOS SOLES		S/. 9,843.72
TOTAL GASTOS:		USD 310.00	TOTAL PROFORMA DOLARES		USD 1,126.80
NAN CARGO LOGISTIC EIRL			OBSERVACIONES:		
RUC: 20537820510			CONTA CTO: ITALO CHUNG		
BANCO	CTA. CTE.	INTERBANCARIO	COTIZACION TOTALES EN DOLARES Y SOLES (IMPUESTOS)		
BBVA S	0011-0252-0100011906-43	011-252-000100011906-43	NO INCLUYE GASTOS TERCEROS POR AFORO FISICO (CANAL ROJO)		
BBVA \$	0011-0252-0100011914-47	011-252-000100011914-47	NO INCLUYE DESCARGA EN EL ALMACEN DEL CLIENTE		
			IMPUESTOS Y GASTOS DE TERCEROS APROXIMADOS		

Fuente: NAN CARGO LOGISTIC
Elaboración: NAN CARGO LOGISTIC

Anexo 11: Certificación NOA 1



NOA
CERTIFICATION

**ENVIRONMENTAL MANAGEMENT
SYSTEM CERTIFICATE**

This is to Certify that the ENVIRONMENTAL MANAGEMENT SYSTEM of
**SHENZHEN JIAHEJINGWEI ELECTRONIC TECHNOLOGY
CO., LTD.**


Registered Address: 18/F, Block C, Building 9, Baoneng Technical Park, No. 1 Qingxiang
Road, Longhua New District, Shenzhen


Audit Address: 3/F, Building 4, Yalian Haoshida Industrial Area, No. 5022, Wuhe Avenue,
Bantian Street, Longgang District, Shenzhen/


has been assessed by NOA Certification
and found to comply with
GB/T24001-2016 idt ISO14001:2015
for the scope of


R&D, manufacture and sale of computer accessories (Memory, SSD),
and consumer storage products (USB Drives)

Certificate No.: NOA1721222
Unified Social Credit Code: 914403000527931964
Issue/Reissue Date: 14 Dec. 2017
Certificate Valid Until: 23 Nov. 2018


Certification Manager


ANAB
ACCREDITED
MANAGEMENT SYSTEMS
CERTIFICATION BODY


IAF
MEMBER OF MULTILATERAL
RECOGNITION ARRANGEMENT


Please scan QR code to check the
certificate validity and acquire neces-
sary certification public documents.

Date of Initial Certification: 14 Dec. 2017 Expire Date of Certification: 23 Nov. 2020

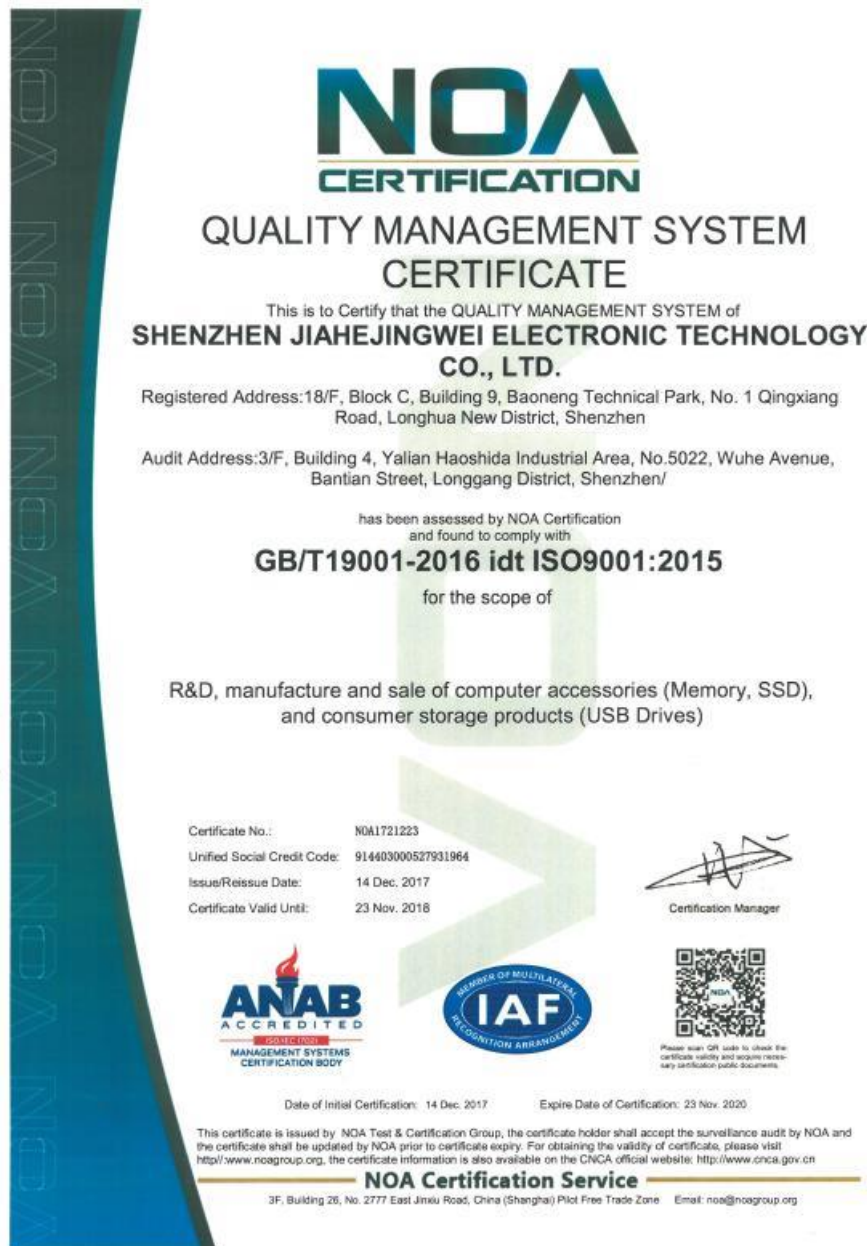
This certificate is issued by NOA Test & Certification Group, the certificate holder shall accept the surveillance audit by NOA and
the certificate shall be updated by NOA prior to certificate expiry. For obtaining the validity of certificate, please visit
<http://www.noagroup.org>, the certificate information is also available on the CNCA official website: <http://www.cnca.gov.cn>

NOA Certification Service

3F, Building 26, No. 2777 East Jinou Road, China (Shanghai) Pilot Free Trade Zone Email: noa@noagroup.org

Fuente: NOA CERTIFICATION
Elaboración: NOA CERTIFICATION

Anexo 12: Certificación NOA 2



NOA
CERTIFICATION

**QUALITY MANAGEMENT SYSTEM
CERTIFICATE**

This is to Certify that the QUALITY MANAGEMENT SYSTEM of
**SHENZHEN JIAHEJINGWEI ELECTRONIC TECHNOLOGY
CO., LTD.**


Registered Address: 18/F, Block C, Building 9, Baoneng Technical Park, No. 1 Qingxiang
Road, Longhua New District, Shenzhen


Audit Address: 3/F, Building 4, Yalian Haoshida Industrial Area, No. 5022, Wuhe Avenue,
Bantian Street, Longgang District, Shenzhen/


has been assessed by NOA Certification
and found to comply with
GB/T19001-2016 idt ISO9001:2015
for the scope of


R&D, manufacture and sale of computer accessories (Memory, SSD),
and consumer storage products (USB Drives)

Certificate No.: NOA1721223
Unified Social Credit Code: 914403000527931964
Issue/Reissue Date: 14 Dec. 2017
Certificate Valid Until: 23 Nov. 2018


Certification Manager


ANAB
ACCREDITED
MANAGEMENT SYSTEMS
CERTIFICATION BODY


MEMBER OF MULTILATERAL
RECOGNITION ARRANGEMENT
IAF


Please scan QR code to check the
certificate validity and acquire neces-
sary certification public documents.

Date of Initial Certification: 14 Dec. 2017 Expire Date of Certification: 23 Nov. 2020

This certificate is issued by NOA Test & Certification Group, the certificate holder shall accept the surveillance audit by NOA and
the certificate shall be updated by NOA prior to certificate expiry. For obtaining the validity of certificate, please visit
<http://www.noagroup.org>, the certificate information is also available on the CNCA official website: <http://www.cnca.gov.cn>

NOA Certification Service

3F, Building 26, No. 2777 East Jinxi Road, China (Shanghai) Pilot Free Trade Zone Email: noa@noagroup.org

Fuente: NOA CERTIFICATION
Elaboración: NOA CERTIFICATION

Anexo 13: Certificación FCC

 Best Service of Testing
since 2003

FCC VERIFICATION OF CONFORMITY

BSTDG1510669621EC-3

We herewith confirm the following designated product:

Product Name : MEMORY FOR DESKTOP/LAPTOP
Trade Name : GLOWAY

Main Test Model. : DDR3-2GB/4GB/8GB-1066MHZ/1333MHZ/1600MHZ
Additional Model : DDR-512MB/1GB-400MHZ, DDR2-1GB/2GB-800MHZ,
DDR3L-2GB/4GB/8GB-1600MHZ,
DDR-512MB/1GB-400MHZ, DDR2-1GB/2GB-800MHZ,
DDR3-2GB/4GB/8GB-1066MHZ/1333MHZ/1600MHZ,
DDR3-4GB/8GB-1866MHZ/2133MHZ/2400MHZ,
DDR4-4GB/8GB-2133MHZ/2400MHZ/2800MHZ

(Product Identification)

has been tested and found in compliance with the requirements of 47 CFR PART 15 regulation & ANSI C63.4 for the evaluation of Class B of electromagnetic compatibility. It is only valid in connection with the test report number: BSTDG1510669621ER-3.

This device complies with Part 15 of the FCC rules, operation is subject to the following two conditions:

- (1) this device may not cause harmful interference, and
- (2) this device must accept any interference received, including interference that may cause undesired operation.

(Identification of regulations/standards)

This declaration is the responsibility of the manufacturer/importer

SHENZHEN JIAHEJINGWEI ELECTRONIC TECHNOLOGY LIMITED
1801-1803, 9C, Baoneng Science Park, Qingxiang Road NO.1, Longhua
New Area, Shenzhen, China.

(Name /Address)

<p>MANUFACTURER / IMPORTER</p> <p style="text-align: center;"> </p> <p>(Name) _____</p> <p>(Date) _____</p>	<p>TEST LABORATORY</p> <p><small>This is the results of test that was carried out by Shenzhen BST, from the submitted type samples of the product is in conformity with the specification of the respective standards. The certificate holder has the right to fix the FCC-mark on the product complying with the required rules.</small></p> <p style="text-align: center;"> Christina Deng Manager</p> <p style="text-align: center;">Oct. 19, 2015</p>
--	---

Shenzhen BST Technology Co., Ltd.
Add: Building No.23-24, Zhiheng Industrial Park, Guankouer Road, Nantou, Nanshan District, Shenzhen, Guangdong, China.
Certificate Search: <http://www.bst-lab.com>, Tel: 400-882-9628, 8009990305, E-mail: christina@bst-lab.com

Fuente: Shenzhen BST Technology Co, Ltd.

Elaboración: Shenzhen BST Technology Co, Ltd.

Anexo 14: Certificación de conformidad 1


 Best Service of Testing
 since 2003

Certificate of Compliance

Certificate NO. : BSTDG1510669621RC-4

Applicant : SHENZHEN JIAHEJINGWEI ELECTRONIC TECHNOLOGY LIMITED
 1801-1803, 9C, Baoneng Science Park, Qingxiang Road NO.1, Longhua New Area, Shenzhen, China.

Manufacturer : SHENZHEN JIAHEJINGWEI ELECTRONIC TECHNOLOGY LIMITED
 1801-1803, 9C, Baoneng Science Park, Qingxiang Road NO.1, Longhua New Area, Shenzhen, China.

Product Name : MEMORY FOR DESKTOP/LAPTOP
Trade Name : GLOWAY

Main Test Model : DDR3-2GB/4GB/8GB-1066MHZ/1333MHZ/1600MHZ
Additional Model : DDR-512MB/1GB-400MHZ, DDR2-1GB/2GB-800MHZ, DDR3L-2GB/4GB/8GB-1600MHZ, DDR-512MB/1GB-400MHZ, DDR2-1GB/2GB-800MHZ, DDR3-2GB/4GB/8GB-1066MHZ/1333MHZ/1600MHZ, DDR3-4GB/8GB-1866MHZ/2133MHZ/2400MHZ, DDR4-4GB/8GB-2133MHZ/2400MHZ/2800MHZ

Test Standard : EPA3050B:1996, EN1122B:2001, EPA3052:1996, EPA3060A:1996, EPA7196A:1992, EPA3540C:1996, EPA8270D:2007, IEC62321:2008

As shown in the Test Report No. : BSTDG1510669621RR-4

The EUT described above has been consolidated by us and found in compliance with the council RoHS directive – 2011/65/EU(Directive 2002/95/EC).



RoHS

Christina Deng
 Manager
 Oct. 19, 2015



Shenzhen BST Technology Co.,Ltd.
 Add: Building No.23-24, Zhiheng Industrial Park, Guankouer Road, Nantou, Nanshan District, Shenzhen, Guangdong, China
 Certificate Search: <http://www.bst-lab.com> Tel:400-882-9628, 8009990305, E-mail:christina@bst-lab.com

Fuente: Shenzhen BST Technology Co, Ltd.

Elaboración: Shenzhen BST Technology Co, Ltd.

Anexo 15: Certificación de conformidad 2

 Best Service of Testing
since 2003

Certificate of Compliance

Certificate NO. : BSTDG1510669621EC-1

Applicant : SHENZHEN JIAHEJINGWEI ELECTRONIC TECHNOLOGY LIMITED
1801-1803, 9C, Baoneng Science Park, Qingxiang Road NO.1, Longhua New Area, Shenzhen, China.

Manufacturer : SHENZHEN JIAHEJINGWEI ELECTRONIC TECHNOLOGY LIMITED
1801-1803, 9C, Baoneng Science Park, Qingxiang Road NO.1, Longhua New Area, Shenzhen, China.

Product Name : MEMORY FOR DESKTOP/LAPTOP
Trade Name : GLOWAY

Main Test Model : DDR3-2GB/4GB/8GB-1066MHZ/1333MHZ/1600MHZ
Additional Model : DDR-512MB/1GB-400MHZ, DDR2-1GB/2GB-800MHZ, DDR3L-2GB/4GB/8GB-1600MHZ, DDR-512MB/1GB-400MHZ, DDR2-1GB/2GB-800MHZ, DDR3-2GB/4GB/8GB-1066MHZ/1333MHZ/1600MHZ, DDR3-4GB/8GB-1866MHZ/2133MHZ/2400MHZ, DDR4-4GB/8GB-2133MHZ/2400MHZ/2800MHZ

Test Standard : EN 55022:2010/AC:2011
EN 61000-3-2:2014
EN 61000-3-3:2013
EN 55024:2010

As shown in the Test Report No. : BSTDG1510669621ER-1

The EUT described above has been tested by us with the listed standards and found in compliance with the council EMC directive 2014/30/EU. It is possible to use CE marking to demonstrate the compliance with this EMC Directive.
The certificate applies to the tested sample above mentioned only and shall not imply an assessment of the whole production.

  
Christina Deng
Manager
Oct. 19, 2015

Shenzhen BST Technology Co.,Ltd.
Add: Building No.23-24, Zhiheng Industrial Park, Guankouer Road, Nantou, Nanshan District, Shenzhen, Guangdong, China
Certificate Search: <http://www.bst-lab.com>, Tel:400-882-9628, 8009990305, E-mail:christina@bst-lab.com

Fuente: Shenzhen BST Technology Co, Ltd.

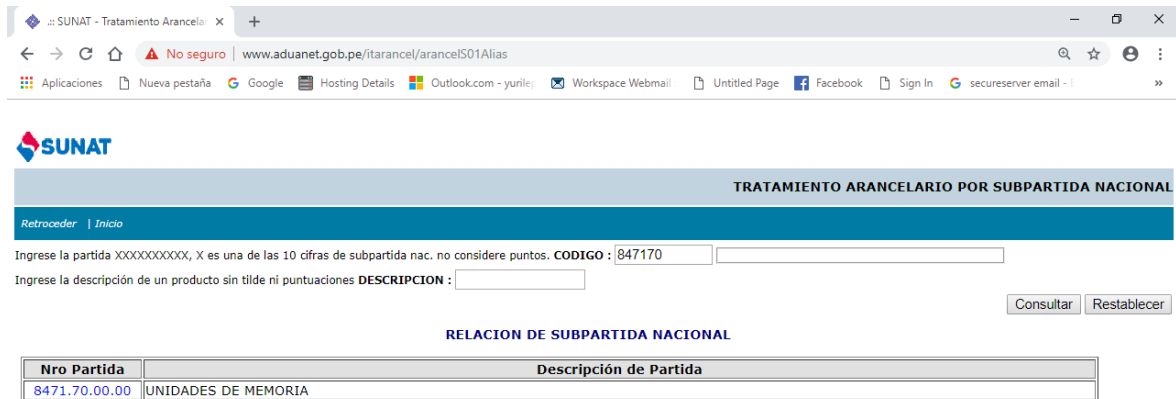
Elaboración: Shenzhen BST Technology Co, Ltd.

Anexo 16: Normas de aseguramiento de la calidad.



Fuente: Shenzhen BST Technology Co, Ltd.
Elaboración: Shenzhen BST Technology Co, Ltd.

Anexo 17: Partida arancelaria memorias



Retroceder | Inicio

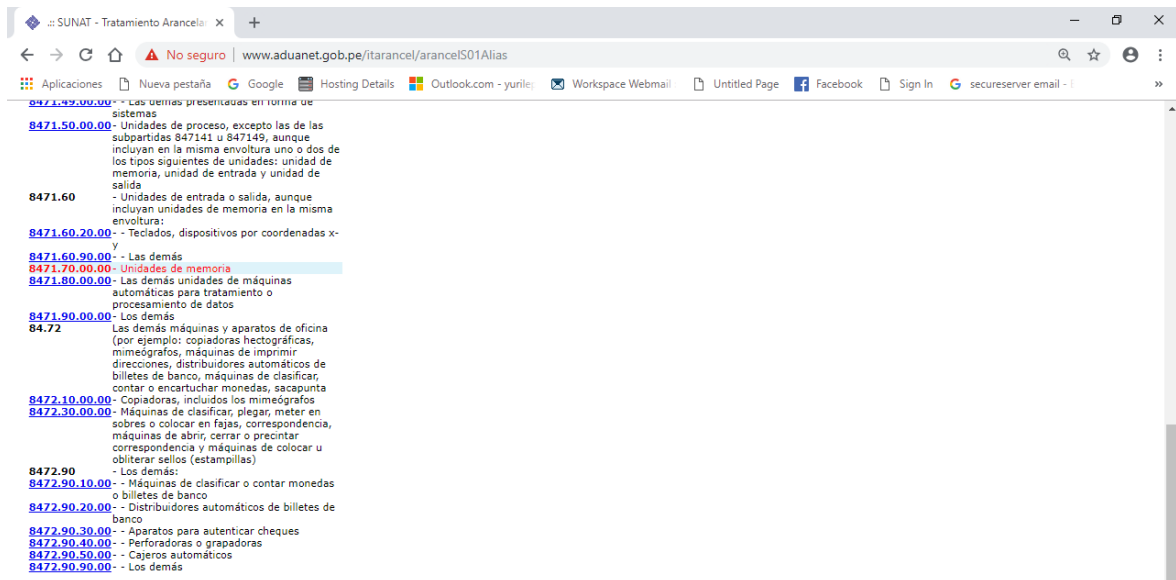
Ingrese la partida XXXXXXXXXX, X es una de las 10 cifras de subpartida nac. no considere puntos. CODIGO : 847170

Ingrese la descripción de un producto sin tildes ni puntuaciones DESCRIPCION :

Consultar Restablecer

RELACION DE SUBPARTIDA NACIONAL

Nro Partida	Descripción de Partida
8471.70.00.00	UNIDADES DE MEMORIA



8471.49.00.00 - Las unidades presentadas en forma de sistemas

8471.50.00.00 - Unidades de proceso, excepto las de las subpartidas 847141 u 847149, aunque incluyan en la misma envoltura uno o dos de los tipos siguientes de unidades: unidad de memoria, unidad de entrada y unidad de salida

8471.60 - Unidades de entrada o salida, aunque incluyan unidades de memoria en la misma envoltura:

8471.60.20.00 - Teclados, dispositivos por coordenadas x-y

8471.60.90.00 - Las demás

8471.70.00.00 - Unidades de memoria

8471.80.00.00 - Las demás unidades de máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos

8471.90.00.00 - Las demás

84.72 - Las demás máquinas y aparatos de oficina (por ejemplo: copiadoras hectográficas, mimeógrafos, máquinas de imprimir direcciones, distribuidores automáticos de billetes de banco, máquinas de clasificar, contar o encartillar monedas, sacapunta

8472.10.00.00 - Copiadoras, incluidos los mimeógrafos

8472.30.00.00 - Máquinas de clasificar, plegar, meter en sobres o colocar en fajas, correspondencia, máquinas de abrir, cerrar o precintar correspondencia y máquinas de colocar u obliterar sellos (estampillas)

8472.90 - Los demás:

8472.90.10.00 - Máquinas de clasificar o contar monedas o billetes de banco

8472.90.20.00 - Distribuidores automáticos de billetes de banco

8472.90.30.00 - Aparatos para autenticar cheques

8472.90.40.00 - Perforadoras o grapadoras

8472.90.50.00 - Cajeros automáticos

8472.90.90.00 - Los demás

Fuente: ADUANAS

Elaboración: ADUANAS

Anexo 18: Matriz de selección de Proveedores

ANEXO 1: MATRIZ DE SELECCIÓN DE PROVEEDORES / SECCION PRECIO							
PRECIO	PONDERADO	PUNTAJE	ZIPPY TECHNOLOGY CO., LIMITED	PUNTAJE	SILKWAY ALLIANCE (HK) CO., LTD	PUNTAJE	SHENZHEN JIAHEJINWEI ELECTRONIC TECHNOLOGY LTD
menor precio	0.25	0.25	S/8,760.00	0.5	S/8,600.00	0.75	S/8,400.00
			1		2		3
FUENTE : ELABORACION PROPIA							

ANEXO 2: MATRIZ DE SELECCIÓN DE PROVEEDORES / SECCION CALIDAD							
CALIDAD	PONDERADO	PUNTAJE	ZIPPY TECHNOLOGY CO., LIMITED	PUNTAJE	SILKWAY ALLIANCE (HK) CO., LTD	PUNTAJE	SHENZHEN JIAHEJINWEI ELECTRONIC TECHNOLOGY LTD
Numero de certificados	0.25	0.5	2 certificación	0.5	2 Certificación	0.75	4 Certificación
			2		2		3
FUENTE : ELABORACION PROPIA							

ANEXO 3: MATRIZ DE SELECCIÓN DE PROVEEDORES /SECCION GARANTIA							
GARANTIA	PONDERADO	PUNTAJE	ZIPPY TECHNOLOGY CO., LIMITED	PUNTAJE	SILKWAY ALLIANCE (HK) CO., LTD	PUNTAJE	SHENZHEN JIAHEJINWEI ELECTRONIC TECHNOLOGY LTD
Certificados de respaldo	0.20	0.4	1 certificación	0.4	1 Certificación	0.6	3 Certificación
			2		2		3
FUENTE : ELABORACION PROPIA							

ANEXO 4: MATRIZ DE SELECCIÓN DE PROVEEDORES /SECCION CAPACIDAD							
CAPACIDAD	PONDERADO	PUNTAJE	ZIPPY TECHNOLOGY CO., LIMITED	PUNTAJE	SILKWAY ALLIANCE (HK) CO., LTD	PUNTAJE	SHENZHEN JIAHEJINWEI ELECTRONIC TECHNOLOGY LTD
Nivel de Producción	0.15	0.3	COMPANY	0.15	FACTORY	0.45	FABRICA
			2		1		3
FUENTE : ELABORACION PROPIA							
Aclaración							

El puntaje se ha considerado por el nivel de producción : Tomando en cuenta que la fábrica cuenta con un nivel de producción es más alto , en el caso de Company medio ya que se terciariza la producción y Factory es más bajo del resto ya que son tiendas autorizadas de ventas al por menor.

ANEXOS : MATRIZ DE SELECCIÓN DE PROVEEDORES / SECCION EXPERIENCIA							
Experiencia	PONDERADO	PUNTAJE	ZIPPY TECHNOLOGY CO., LIMITED	PUNTAJE	SILKWAY ALLIANCE (HK) CO., LTD	PUNTAJE	SHENZHEN JIAHEJINWEI ELECTRONIC TECHNOLOGY LTD
Antigüedad en el sector	0.15	0.3	6 años	0.3	6 años	0.45	10 años
			2		2		3
FUENTE: ELABORACION PROPIA							