



FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

“APLICACIÓN DE LA INTELIGENCIA COMERCIAL
PARA LA IMPORTACION DE MOTOPARTES EN LA
EMPRESA RKL SERVICIOS GENERALES E.I.RL.”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autores:

Br. Hilda Eva, Ascencio Ordoñez
Br. Esther Carolina, Flores Aldana

Asesor:

Lic. Mónica Ivonne Zavala Soto

Lima – Perú
2018

APROBACIÓN DE LA TESIS

La asesora Lic. Mónica Ivonne Zavala Soto y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por las Bachilleres **Hilda Eva Ascencio Ordoñez** y **Esther Carolina Flores Aldana**, denominada:

**“APLICACIÓN DE LA INTELIGENCIA COMERCIAL PARA LA
IMPORTACION DE MOTOPARTES EN LA EMPRESA RKL SERVICIOS
GENERALES E.I.R.L.”**

Lic. Mónica Ivonne Zavala Soto
ASESOR

Mg. Berenice Cajavilca Gonzales
**JURADO
PRESIDENTE**

Mg. Willy Frans Aguilar Morante
JURADO

Mg. Alberto Rojas Balletta
JURADO

DEDICATORIA

A Dios quien siempre nos protege, nos guía y nos regala salud para seguir este hermoso camino llamado vida, a nuestros padres que son nuestros motivos para seguir adelante y que gracias a su ejemplo de lucha no nos damos por vencidas, a ellos que ven en nosotros sus sueños cumplidos y a pesar de las dificultades que se puedan presentar nunca los defraudaremos.

AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestro más sincero agradecimiento a nuestros asesores que nos apoyaron y contribuyeron sus conocimientos para la realización de este trabajo, por el tiempo extra y la paciencia brindada en la realización de esta tesis.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE LA TESIS	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
ÍNDICE DE ANEXOS	x
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	14
1.1. Realidad problemática	14
1.2. Formulación del problema.....	17
1.2.1. Problemas específicos:	17
1.3. Justificación.....	18
1.4. Limitaciones	18
1.5. Objetivos	19
1.5.1. Objetivo general	19
1.5.2. Objetivos específicos.....	19
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	20
2.1. Antecedentes	20
2.1.1. Inteligencia Comercial	20
2.1.2. Importación	22
2.2. Bases teóricas	23
2.2.1. Inteligencia Comercial	23
2.2.1.1. Objetivos de la Inteligencia Comercial.....	24
2.2.1.2. Importancia de la inteligencia comercial	24
2.2.1.3. Inteligencia comercial dentro de las empresas de negocios internacionales.....	25
2.2.1.4. Inteligencia comercial colectiva.....	25
2.2.1.5. Que averiguar en un mercado internacional	26
2.2.1.6. Sistematización de recolección de información.....	26

2.2.1.7. Esquema dinámico del sistema de la Inteligencia Comercial	27
2.2.1.8. Aplicación de la Inteligencia Comercial para la selección de nuevos proveedores	27
2.2.1.9. Inteligencia para la selección estratégica de proveedores.....	28
2.2.1.10. Métodos de selección de proveedores	29
2.2.2. Importación:	30
2.2.2.1. Definición.....	30
2.2.2.2. Tipos de importaciones	32
2.2.2.3. Regímenes de importación	32
2.2.2.4. Conceptos de Aduanas	33
2.2.2.5. Arancel de aduanas	34
2.2.2.6. Declaración de Mercancías DAM	35
2.2.2.7. Incoterms 2010	36
2.2.2.8. Negociación internacional	39
2.2.2.9. Definiciones de Cotización internacional.....	40
2.2.2.10. El contrato de compraventa internacional de mercaderías	41
2.2.2.11. Tratado de Libre Comercio Perú – China.....	41
2.3. Hipótesis General:	42
2.4. Hipótesis específicas:	43
CAPITULO 3. METODOLOGÍA.....	44
3.1. MATRIZ DE OPERACIONALIZACION.....	44
3.2. Diseño de la investigación.....	45
3.2.1 Enfoque de investigación:	45
3.2.2 Tipo de estudio: Básica.	46
3.2.3 Diseño de estudio: No Experimental.....	46
3.2.4 Método de investigación: Correlacional	46
3.3 Unidad de estudio	47
3.4 Población	47
3.5 Muestra	47
3.6 Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos	47
3.7 Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos.....	48
CAPITULO 4. RESULTADOS.....	49

4.1 ANÁLISIS PARA LA SELECCIÓN DE PROVEEDORES.....	49
4.2 ANÁLISIS DE COSTOS DE IMPORTACIÓN EN VALOR FOB POR UNIDAD DE PRODUCTO.....	51
4.3 ANÁLISIS INFERENCIAL.....	59
4.3.1 Normalidad.....	59
4.3.2 Comprobación de hipótesis	61
CAPÍTULO 5. DISCUSIONES, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	64
5.1. Discusiones.....	64
5.2. Conclusiones	67
5.3. Recomendaciones	69
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	71
ANEXOS	75

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N °1.4. Resultados de evaluación de selección de proveedores	49
Tabla N °2.4. Costos en valor FOB por unidad de producto. Proveedores: trading company y fábricas.....	51
Tabla N °3.4. Resumen de costos FOB por proveedor, en los periodos 2016 al 2017.	52
Tabla N° 4.4 Costo CIF, venta y ganancia bruta por importación, según Trading Company, periodo 2016-2017.....	54
Tabla N° 5.4. Costo CIF, venta y ganancia bruta por importación, según fábrica periodo 2016-2017.....	55
Tabla N°6.4. Resumen de ganancia bruta con los proveedores: Trading Company y fábricas (periodo 2016-2017).	57
Tabla N° 7.4. Pruebas de normalidad	60
Tabla N° 8.4. Estadísticos descriptivos	61
Tabla N° 9.4. Estadísticos de contraste	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N. °1.2. Declaración Aduanera de Mercancías (DAM)	35
Figura N °1.4. Resultados de evaluación de selección de proveedores.....	50
Figura N °2.4. Costos en valor FOB por unidad de producto, según proveedores.	52
Figura N° 3.4. Resumen de costos FOB: Trading company y fabrica (periodo 2016 -2017)	53
Figura N° 5.4. Costo CIF, venta y ganancia bruta por importación, según fábrica y Trading Company (broker), periodo 2016-2017.....	56
Figura N° 6.4. Resumen de ganancia bruta mensual con los proveedores: trading company y fabricas (periodo 2016-2017).	58
Figura N° 7.4. Resultado total de ganancia bruta con los proveedores: Trading Company y fábricas (periodo 2016-2017)	58
Figura N° 8.4. Ganancia bruta con los proveedores: Trading Company y fábricas (periodo 2016-2017).	59

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia	75
Anexo 2: Principales países exportadores de motopartes al Perú – periodo 2016-2017.....	76
Anexo 3: Importaciones de China por empresas peruanas (competencia directa), periodo 2016-2017.....	77
Anexo 4: Declaración única de aduanas - DAM.....	78
Anexo 5: Búsqueda de proveedores QINGDAO HUADA RUBBER PRODUCTION	79
Anexo 6: Búsqueda de proveedores VASWORLD POWER.....	80
Anexo 7: Búsqueda de proveedores CHONGQING DEJIA ELECTRIC.....	81
Anexo 8: Búsqueda de proveedores SHENZHEN TIANJIU ELECTRONICS.....	82
Anexo 9: Tabla de ponderación para selección de proveedores (rodajes)	83
Anexo 10: Tabla de ponderación para selección de proveedores (baterías).....	84
Anexo 11: Tabla de ponderación para selección de proveedores (neumáticos).....	85
Anexo 12: Tabla de ponderación para selección de proveedores (sistema eléctrico)	86
Anexo 13: Tabla de ponderación para selección de proveedores (sistema de cables)	87
Anexo 14: Porcentaje de importancia de acuerdo a la línea de productos RKL	88
Anexo 15: Descripción de atributos por fábrica – Rodajes	89
Anexo 16: Descripción de atributos por fábrica – Baterías.....	90
Anexo 17: Descripción de atributos por fábrica – Neumáticos.....	91
Anexo 18: Descripción de atributos por fábrica – Eléctrico	92
Anexo 19: Descripción de atributos por fábrica – Cables	93
Anexo 20: Commercial invoice – RKL 2016 (Parte I).....	94
Anexo 21: Commercial invoice – RKL 2016 (Parte II)	95
Anexo 22: Commercial invoice – RKL 2017 (Parte I).....	96
Anexo 23: Commercial invoice – RKL 2017 (Parte II)	97
Anexo 24: Commercial invoice – RKL 2017 (Parte III).....	98
Anexo 25: Lista de precios incluido IGV – empresa RKL Servicios Generales EIRL.....	99
Anexo 26: Reporte de costos y ganancias bruta	100
Anexo 27: Proformas invoice (fábrica de baterías).....	101
Anexo 28: Proformas invoice (fábrica de sistema cables)	102
Anexo 29: Proformas invoice (fabrica neumáticos).....	103

Anexo 30: Proformas invoice (fábrica de sistema eléctrico) Parte I.....	104
Anexo 31: Proformas invoice (fábrica de sistema eléctrico) Parte II.....	105
Anexo 32: Proformas invoice – packing – condiciones (fábrica de sistema eléctrico).....	106
Anexo 33: Proformas invoice (fábrica de sistema rodajes).....	107
Anexo 34: ISO 9001:2008 CHONGQING DEJIA ELECTRIC	108
Anexo 35: ISO 9001:2008 CHONGQING DEJIA ELECTRIC	109
Anexo 36: ISO9001:2008 CIXI VETOR BEARING.....	110
Anexo 37: ISO 9001: 2000 QINGDAO HUADA RUBBER PRODUCTION.....	111
Anexo 38: ISO 9001:2008 GUANGZHOU LONGCHENG MOTOR VEHICLE PARTS	112
Anexo 39: Certificación internacional de VASWORLD POWER	113

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general analizar, si la aplicación de la inteligencia comercial influye en la importación de motopartes en la empresa RKL, así mismo determinar si esta herramienta genera valor en la búsqueda de nuevos proveedores con el fin de obtener menores costos.

Para lograrlo, se analizó su situación actual, respecto a costos de importación en el periodo de los años 2016 al 2017, con el fin de proponer nuevas alternativas de proveedores que ofrezcan costos más atractivos para el beneficio económico de la empresa.

Esta investigación es de enfoque cuantitativo, se utilizó la data documentaria de un periodo establecido para realizar un análisis estadístico y de esta manera validar las hipótesis planteadas.

Luego del análisis de resultados se demuestra y se concluye que la Aplicación de la Inteligencia Comercial favorece en la evaluación de nuevos proveedores y reducción de costos para la importación de motopartes.

Para enriquecer esta investigación se desarrolló un análisis situacional de la empresa definiendo su posición y participación en el mercado versus sus principales siete competidores del distrito Lima – Norte. Así mismo, se extrajo información de los países exportadores de repuestos de motocicletas al Perú ocupando China el primer lugar de las exportaciones a nivel mundial.

Para ello se utilizó como herramienta de inteligencia Adex y Trademap, la cual nos permitió tener un panorama más amplio del mercado importador de China y otros Países del mundo.

Por último, como resultado de los análisis mencionados, se exponen las principales conclusiones y recomendaciones para la aplicación de esta herramienta donde nos permitirá ilustrar los beneficios con que la empresa podría poner en práctica para el logro de sus objetivos deseados.

Palabras clave: Inteligencia Comercial, importación, costos, ganancia, proveedores y beneficio.

ABSTRACT

Esta pesquisa tem como objetivo geral analisar se a aplicação de business intelligence influencia a importação de peças da motocicleta da empresa RKL, também determinar se esta ferramenta cria valor em encontrar novos fornecedores para obter custos mais baixos. Para tanto, analisou-se a situação atual em relação aos custos de importação no período de 2016 a 2017, a fim de propor novas alternativas que ofereçam custos mais atrativos para o benefício econômico da empresa.

Esta pesquisa é de abordagem quantitativa, os dados documentários de um período definido foram utilizados para realizar uma análise estatística e assim validar as hipóteses.

Após a análise dos resultados é demonstrado e conclui-se que a Aplicação de Inteligência Comercial favorece a avaliação de novos fornecedores e a redução de custos para a importação de peças de motocicletas.

Para enriquecer esta pesquisa, foi desenvolvida uma análise situacional da empresa definindo sua posição e participação no mercado versus seus sete principais concorrentes no distrito de Lima - Norte. Da mesma forma, informações foram extraídas de países exportadores de peças de motocicletas para o Peru, com a China ocupando o primeiro lugar em exportações em todo o mundo.

Para fazer isso, ele foi usado como uma ferramenta de inteligência Adex e Trademap, o que nos permitiu ter uma visão mais ampla do mercado de importação chinês, entre outros.

Finalmente, como resultado das análises acima, apresentamos as principais conclusões e recomendações para a aplicação desta ferramenta, que nos permitirá ilustrar os benefícios que a empresa pode colocar em prática para atingir os objetivos desejados.

Palavras-chave: Inteligência Comercial, importação, custos, lucro, fornecedores, benefício.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

El continente asiático, posee la mayor producción y exportación de partes y accesorio para motocicletas, actualmente continúa dominando la demanda mundial representando el 71% de las exportaciones hasta el año 2017. (Estadísticas de UN COMTRADE ITC – 2017).

Las ventas globales de componentes de motos serán impulsadas por la creciente producción y expansión de la industria, ambas resultado de un mejor nivel de vida en los países de desarrollo. De acuerdo con un nuevo estudio de mercado de “The Freedonia Group”, esta pronosticado que el mercado mundial de componentes de motocicletas, incluyendo aquellos para las bicicletas eléctricas se expanda en un 7.5% por año hasta alcanzar los 119500 millones de USD en el año 2017. Es así como China seguirá siendo por lejos el mayor mercado internacional siendo también muy importantes India e Indonesia debido a sus inmensas poblaciones, además de la magnitud de su industria de fabricación de motos. (Rubber World, Octubre 2013).

En el mercado peruano la motocicleta es un medio de transporte que va ganando más espacio al ser más económico que un automóvil. En los últimos 8 años, el parque de motocicletas se ha incrementado en más de 400%, alcanzando en el año 2012, 1 millón 195 mil 237 unidades, ubicándose principalmente en la ciudad de Lima (27,2%), luego Lambayeque (10,9%), seguido de Loreto (7,9%). Según Fuente Estadística: INEI 2013

La industria de motocicletas ha dado señales de una reactivación, ya que desde el segundo semestre del 2016 y el primer trimestre del 2017, el índice de volumen físico de motocicletas ha venido creciendo. En el 2016 los principales países proveedores de motocicletas al Perú fueron China e India al representar el 76,0% y 16,7% del valor total importado respectivamente. (Instituto de Estudios Económico y Sociales 2017).

En el Perú hay una moto por cada 70 personas, por lo que existe un gran potencial de crecimiento.

Según Mercado P, (gerente de marketing de Crosland) señala que: “En Lima vendemos más mototaxis que en todas las provincias juntas. Por lo general, son más comunes en la periferia de la ciudad, donde son usadas como medio de transporte desde la casa hasta el paradero”, detalló el ejecutivo.

A nivel industria, mientras que el mercado local de mototaxis comercializa alrededor de 100 mil vehículos al año, las motos lineales solo comercializan 70 mil en el mismo período.

En cambio, el volumen de la venta de motos lineales está en provincia, especialmente en Piura, Huánuco, Junín, Puno y toda la selva. “Generalmente son de uso personal pero también son utilizadas para trabajar [uso secundario]”. Mientras tanto, en Lima son utilizadas principalmente como courier o delivery. Fuente: Diario El Comercio Perú.

Por lo antes expuesto, se comprueba que debido al aumento en la demanda de motocicletas lineales (dos ruedas) y mototaxi (tres ruedas), se obtiene como resultado la necesidad de comercializar sus respectivos repuestos y accesorios que serán útiles para la reparación, mantenimiento y ensamblaje de estos vehículos. La industria China es una de las principales exportadoras de repuestos para motocicletas a nivel mundial caracterizándose por su crecimiento en volumen de fabricación y precios competitivos en el mercado internacional, estos atributos se convierten atractivos ante los intereses de los empresarios peruanos que importan acogidos a los beneficios arancelarios como producto de los acuerdos comerciales con el país asiático.

En ese sentido, la presente investigación analiza el caso de una empresa peruana llamada RKL Servicios Generales E.I.R.L, que se dedica a la importación y comercialización de repuestos y accesorios para motocicletas en el departamento de Lima y determinadas provincias del Perú. La presente compañía dio inicio a sus actividades comerciales en el año 2015, ofreciendo al mercado nacional productos

importados a través de un intermediario (Trading Company) ubicado en el país de China.

Debido a que las empresas se desarrollan en base a estrategias que les permitan ser cada vez más competitivos en el mercado y por ende obtener mayores ganancias, RKL busca ofrecer productos con precios atractivos y de una calidad superior diferenciándose a otros importadores que traen los mismos productos de China y con diferentes calidades que pueden perjudicar a los usuarios finales. Por lo anterior expuesto, nace una problemática del por qué la empresa no realiza sus importaciones directamente de fábricas del país asiático sin depender de un intermediario que afecte de manera económica sus costos y por ende sus respectivas ganancias. Es así como la presente investigación busca comprobar que importar directamente de una empresa fabricante sería más beneficioso ya que se podría obtener productos originales de garantía siendo respaldados por una certificación internacional y a la vez con un precio más atractivo a comparación de un Trading Company.

En base a esta problemática utilizamos como herramienta fundamental: La Aplicación de la Inteligencia Comercial, proponiendo la búsqueda estratégica de nuevos proveedores y la obtención de nuevas alternativas de negociación para la adquisición de los productos.

Para este estudio se realizó una tabla de ponderación de proveedores agrupando los productos de acuerdo con el tipo de rubro de las fabricas (Sistema eléctrico, neumáticos, baterías, plásticos, etc.), donde se destacó el precio y la calidad, obteniendo como resultado que para RKL trabajar con proveedores directamente de fábrica es superior por los atributos que ofrecen.

Así mismo se realizó un estudio de las 7 empresas que compiten directamente con RKL donde se puede apreciar su costo total FOB, variación de crecimiento anual y participación en el mercado nacional y por último se agregó al análisis la comparación de los primeros Países exportadores al Perú según la Partida

Arancelaria, donde se comprueba estadísticamente que hay más mercados potenciales para la importación del producto.

1.2. Formulación del problema

¿De qué manera la aplicación de la inteligencia comercial influye en la importación de motopartes para la empresa RKL?

1.2.1. Problemas específicos:

- ¿De qué manera la aplicación de la inteligencia comercial influye en la selección de nuevos proveedores en la empresa RKL?
- ¿De qué manera la aplicación de la inteligencia comercial influye en la reducción de costos para la empresa RKL?

1.3. Justificación

El presente trabajo de investigación se basa en la aplicación de la inteligencia comercial para la empresa importadora RKL SERVICIOS GENERALES EIRL, donde se busca demostrar que mediante la selección de nuevos proveedores elegidos estratégicamente se obtendrá como beneficio la reducción de costos y por ende mejores ganancias.

Así mismo con los conocimientos adquiridos a lo largo de nuestra carrera se aplicarán teorías y herramientas para comprobar que mediante la inteligencia comercial se podrá alcanzar los objetivos mencionados.

Este trabajo será de gran aporte para los conocimientos de estudio que contribuyan en la mejora y en el cumplimiento de sus objetivos.

1.4. Limitaciones

Entre las limitaciones que podríamos mencionar la principal es la dificultad en cuanto a la información para realizar este proyecto, no se pudo encontrar antecedentes con la variable inteligencia comercial, por esta razón la presente investigación tomo como antecedentes tesis con la variable de inteligencia de negocios que en base a su definición guardan relación.

Los reportes económicos de cada periodo, ganancias, nuevas cotizaciones de proveedores extranjeros y precios de la empresa es información restringida y confidencial, el acceso no es fácil y por ello el tiempo en realizar esta investigación se dificultó en el transcurso de los días.

Nosotros los investigadores solo tenemos un tiempo limitado para realizar la tesis, ya que gran parte del día trabajamos y por ende el acceso a los centros de información en el horario de las noches es muy reducido.

Sin embargo, es de suma importancia desarrollar la presente investigación para determinar la aplicación de la inteligencia comercial en la empresa importadora RKL, con el fin de demostrar que mediante nuevas herramientas de inteligencia se puede llegar a los objetivos deseados a nivel empresarial, por otro lado, esta

investigación aporta de gran manera a nuestros conocimientos y experiencias que serán útiles a lo largo de nuestra carrera profesional.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Analizar si la aplicación de la inteligencia comercial influye en la importación de motopartes para la empresa RKL.

1.5.2. Objetivos específicos

- a) Determinar si la aplicación de la inteligencia comercial influye en selección de nuevos proveedores en la empresa RKL
- b) Definir como la aplicación de la inteligencia comercial influye en la reducción de costos de la empresa RKL.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Inteligencia Comercial

Nacional:

- Albán y García, (2018) presentaron la tesis **“Solución de inteligencia de negocios para mejorar la toma de decisiones estratégicas en los aspectos de tiempo y costos en la empresa BATERÍAS CHENG”** en la Universidad Privada Antenor Orrego; establecieron como objetivo Implementar una solución de Inteligencia de Negocios que enriquezca la toma de decisiones en los ámbitos de tiempo y costos para obtener mejores resultados en las ventas de la empresa BATERIAS CHENG, que se encuentra ubicada en el departamento de Trujillo ofreciendo productos del rubro de autopartes. Asimismo, se empleó como metodología de investigación el estudio cuasi-experimental realizando evaluaciones antes y después del proceso a aplicar. Finalmente llegaron a la conclusión que la empresa no realizaba los procesos con un análisis estratégico que pueda encaminar los objetivos de la empresa, pero mediante la aplicación de una solución de inteligencia de negocios para la toma de decisiones se ha obtenido como resultados estadísticos la reducción en más de un 50% para los indicadores de tiempos de respuesta y costos que son factores claves para los objetivos de crecimiento que se plantea la empresa.

Internacional:

- Falcón, (2012) presentó la tesis **“Desarrollo de una solución de inteligencia de negocios en el manejo de estadísticas de control en la venta de repuestos de la empresa Talleres Ambamazda S.A. de la ciudad de Ambato”** en la Universidad Técnica de Ambato desarrollo como objetivo la

solución de inteligencia de negocios para el manejo de estadísticas y así controlar la venta de repuestos de la empresa Talleres Ambamazda S.A, así mismo conocer de qué manera influye la inteligencia de negocios en la venta de repuestos automotrices. Como metodología aplicó la investigación documental bibliográfica ya que obtuvo información de diferentes autores y a su vez exploratorio descriptivo ya que se implementó el uso de la inteligencia comercial para controlar las estadísticas de ventas de los repuestos y así mismo determina las principales causas de que la empresa no haya adoptado aun este modelo de negocios. Esta investigación concluye que la empresa no lleva un buen manejo de la información en sus procesos internos porque se realiza manualmente y el volumen de datos no ayuda a tener resultados reales para el crecimiento de las ventas y la satisfacción de los clientes. Por lo tanto, se debe realizar un estudio de inteligencia de negocios para mejorar sus procesos internos, el buen manejo de ventas y datos reales para el desarrollo de esta área.

- Molina, (2015) en su tesis **“Desarrollo de un aplicativo de Bussines Inteligence para la empresa importadora Tomeamba S.A.”** en la Universidad de las Fuerzas Armadas, determino como principal objetivo desarrollar el sistema Bussines inteligence para facilitar la dirección y toma de decisiones en cuanto a los datos presentados a los directivos de la empresa. La metodología utilizada es la de Kimball ya que, se requiere implementar en la empresa Data Marts en algunas áreas de esta organización para luego tener una base de datos que sea de gran utilidad para la información adecuada y precisa en el tiempo planeado.

Se llegó a la conclusión que el área de importación de la empresa Tomeamba es el área fundamental del proceso de ventas de repuestos a que ahí se originan los clientes potenciales y las líneas post venta. Al aplicar la inteligencia de negocios se puede tener un escenario completo de todos los clientes y las áreas involucradas y así poder mantener una información actualizada, gestionar ventas dirigidas y obtener toda la información exacta y precisa en el momento adecuado.

2.1.2. Importación

Nacional

- Chávez, Muñoz, Rojas y Vera, (2018) presentaron la tesis **“Plan de negocio para la importación y comercialización de bicicletas, repuestos y accesorios en el mercado peruano”** en la universidad ESAN; establecieron como objetivo una proyección viable para el análisis económico y financiero de la importación y comercialización de sus productos en el mercado peruano. Dentro de su metodología se empleó como técnica de recolección de datos la encuesta de manera presencia y virtual. Finalmente se determinó como conclusión que a través del presente plan estratégico se utilizara como estrategia principal de negocio la determinación de un precio competitivo en el mercado nacional como resultado de la obtención de productos innovadores de menor costo y a la vez negociaciones con los proveedores de precios fijos por volúmenes anuales de compras con el fin de mejorar el precio de venta y por ende la ganancia de la empresa.

Internacional

- Martínez, (2017) presento la tesis **“Importación de motos eléctricas desde China”** en la Universidad Las Américas de Ecuador; estableció como objetivo demostrar la viabilidad de la importación de motos eléctricas desde China a la Ciudad de Quito, centrándose en el estudio de la oferta y demanda a través de la recolección de datos de los exportadores e importadores de dicho producto. Se empleó como metodología de investigación el estudio exploratorio pretendiendo dar una visión aproximada a la realidad, a la vez se empleó el método descriptivo con el fin de dar a conocer las características de grupos homogéneos usando herramientas de criterios sistematizados que pongan en manifiesto su comportamiento. Finalmente se obtuvo como conclusión que China por ser potencia mundial reúne todas las condiciones como exportador para ofrecer un producto que va de acuerdo con las

tendencias y necesidades del mercado enfocándose en vehículos eléctricos que reduzcan la contaminación de medio ambiente, a la vez se determinó un procedimiento de importación que da inicio con el contacto del proveedor y negociación del incoterm finalizando con la nacionalización de las motos.

- Gutiérrez, (2013) en su tesis **“Análisis económico del mercado de importaciones de repuestos eléctricos y auto lujos para el cantón Balzar”** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, tuvo como principal objetivo realizar un análisis económico de importaciones de repuestos eléctricos y auto lujos en el cantón Balzar y así poder conocer la factibilidad de su implementación. En cuanto a la metodología se aplicó el método Ex post Facto o método pre experimental, como conclusión se manifiesta que la importación de repuestos para vehículos de transporte es rentable y la creación de una empresa de este tipo en el cantón Balzar es una actividad completamente viable ya que la TIR representa el 52% lo que se considera factible. Es importante que toda empresa disponga de proveedores calificados y establecer los respectivos contactos con las distribuidoras, conociendo su trayectoria y el número de clientes con los que cuenta, ya que de esto depende de que la empresa logre obtener productos de calidad y de esta manera satisfacer al cliente.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Inteligencia Comercial

Rojas, (2016) afirma que 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 del valor del mercado.

Bassat, (2011) indica que inteligencia comercial se refiere al conjunto de acciones que realiza una empresa como un proceso de exploración y análisis de las variables indicativas el comportamiento actual y tendencia de la oferta, demanda, hace uso de herramientas globales que permite convertir dicha información en herramienta para la toma correcta de decisiones.

2.2.1.1. Objetivos de la Inteligencia Comercial

Según McBride (2011) refiere que el objetivo primordial de la inteligencia comercial es explorar las necesidades y tendencias insatisfechas de un mercado determinado. Detectar éstas es más económico y por lo tanto más rentable que una investigación de mercados.

La EAE Business School (s.f) destaca que los objetivos y aplicaciones de la inteligencia comercial son:

- Mejorar la capacidad competitiva de las compañías. Ya no sólo se trata de competir; lo importante es lograr que las empresas sepan hacerlo y aspiren a ocupar mejores posiciones en el mercado.
- Facilita la toma de decisiones. La información que obtenemos de procesos de este tipo nos hace más fácil la toma de decisiones en todo lo que tenga que ver con las estrategias marketing.
- Llama la atención sobre posibles cambios en el mercado. A veces no vemos las oportunidades de negocio que surgen en nuestro propio mercado. También para esto sirve la inteligencia competitiva.
- Identifica tendencias, es decir, necesidades que se materializan y llegan a un buen número de consumidores. La idea es aprovechar esas coyunturas para obtener beneficios y escalar posiciones en el mercado.

2.2.1.2. Importancia de la inteligencia comercial

McBrige (2011) indica que la importancia de la inteligencia comercial en los agronegocios radica en la utilidad de esta como herramienta para obtener oportunidades de venta o compra y reducir los riesgos en el logro del desarrollo de

los negocios y actividades que requieren de este instrumento para tener éxito. Optimizar recursos y tiempos, contribuyendo de manera al proceso de toma de decisiones.

2.2.1.3. Inteligencia comercial dentro de las empresas de negocios internacionales

Rojas (2016) refiere que 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.

Para la realización de las actividades comprendidas en los negocios internacionales, la investigación de mercados internacionales y la inteligencia comercial deben contar con un monitoreo constante. Tanto las herramientas tecnológicas (entre ellas, sistemas de administración de bases de datos) como un equipo profesional especializado tienen que apoyar dicho monitoreo.

Como se ha comentado anteriormente, 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 se pueden ejecutar estrategias oportunas y apropiadas, actividades que sirven para poder actuar.

2.2.1.4. Inteligencia comercial colectiva

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

Por 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 alcanzará 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 egoísta. Pero también si están dispuestos a colaborar con el objetivo principal aportando sus ideas, las cuales serán resultados del análisis en el que ellos han estado trabajando.

2.2.1.5. Que averiguar en un mercado internacional

Rojas (2016) nos dice que es importante tener una ruta con respecto a la información que se desea obtener.

Primero que todo, se debe indagar si existe una demanda internacional para el producto o servicio que se va a ofrecer. Para ello, existen dos alternativas: una, la inteligencia de mercado, que implica recopilar datos (por ejemplo, un reporte estadístico de exportación e importación) para luego analizarlos, la otra, la prospección de mercados, que implica la observación y evaluación a través de actividades comerciales como ferias, misiones comerciales u otros eventos.

2.2.1.6. Sistematización de recolección de información

Garzón, 2015 define que esta etapa consiste en consolidar toda la información que se obtuvo mediante los diferentes métodos que se empleó, aquí se separa la información que será útil para la toma de decisiones y se guardara o archivará la otra información que más adelante podría servir para un estudio distinto. Las organizaciones deben tener a su disposición información relacionada con su entorno, pues esta información, orientada a detectar nuevas oportunidades de negocio y articular sistemas para afrontar las amenazas, puede ser clave para la toma de decisiones de la empresa.

2.2.1.7. Esquema dinámico del sistema de la Inteligencia Comercial

Según Medina (2012), el siguiente esquema refiere al proceso de convertir datos en conocimiento y conocimiento en acciones para crear ventajas competitivas de negocios. Este modelo propuesto por el autor menciona los siguientes pasos:

1. Planificación
2. Análisis de requerimientos
3. Arquitectura y modelamiento de dato
4. Extracción inicial de datos
5. Actualización periódica de datos
6. Explotación de datos.

2.2.1.8. Aplicación de la Inteligencia Comercial para la selección de nuevos proveedores

A continuación, citaremos algunos autores que nos definirán el proceso de selección de proveedores.

Braglia & Petroni (2000) mencionan que el aumento de la preocupación por la selección de proveedores, probablemente se deba a que esta actividad podría ser la etapa individual más importante en el proceso de compras. A razón de lo anterior, los directores de compras necesitan evaluar periódicamente los proveedores en aras de conservar aquellos que reúnan los requerimientos en función del desempeño en múltiples dimensiones.

Patton (1996) establece que la selección de proveedores involucra dos tareas: evaluación y selección. La tarea de evaluar típicamente consiste en identificar las dimensiones, atributos o factores relevantes, para posteriormente medir o evaluar el desempeño de cada proveedor en cada uno de los factores relevantes. Parte de este proceso de evaluación podría consistir en determinar la importancia relativa de cada uno de los factores.

Ho et al. (2010) definen como una de las funciones primordiales de la actual administración de la cadena de abastecimiento sostener relaciones asociativas de largo plazo con los proveedores, de tal forma que escoger los proveedores adecuados dependerá de un amplio rango de atributos cualitativos y cuantitativos, no solo de una revisión de las listas de precios.

Talluri y Narashiman (2004) mencionan que estos atributos suministran información a los directores de las organizaciones respecto a la infraestructura y las prácticas empleadas por los proveedores, las cuales son claves para el establecimiento de relaciones a largo plazo.

2.2.1.9. Inteligencia para la selección estratégica de proveedores

Las empresas buscan ser cada vez más competitivos en el mercado, es por ello, que la gestión de selección de nuevos proveedores se convierte en una decisión estratégica que impacta directamente en el rendimiento de la empresa. A continuación, se tomaron las siguientes teorías como referencia para la selección estratégica de proveedores.

Amid, Ghodsypour y O'Brien (2006) plantearon que dentro de la estrategia de aprovisionamiento se debe considerar el impacto de los proveedores en el alcance de los objetivos generales de la organización, lo cual influye directamente en el aumento de su productividad y competitividad frente a los mercados.

Araz y Ozkarahan (2007), la selección y evaluación de proveedores se ha convertido cada vez más en un elemento clave de la estrategia empresarial por su alto impacto competitivo.

Talluri et al. (2013) establecen que el número de proveedores a mantener es una decisión crítica en las compras estratégicas. Mientras que las compras transaccionales son llevadas a cabo a través de un grupo grande de proveedores, los cuales compiten agresivamente y son gestionadas a través de contratos del día a día, vía precio, programación y pagos, las compras estratégicas dirigen la atención a la selección y evaluación de proveedores, [...]. Las compras estratégicas son generalmente realizadas a un número pequeño de proveedores caracterizados por su lealtad, apertura y credibilidad. Debido a que el grupo de proveedores estratégicos es pequeño, éstos disfrutan de un alto porcentaje de la oferta de la compañía, razón por la cual pueden desarrollar economías de escala, mejorar su situación financiera e invertir en el mantenimiento de las relaciones a largo plazo y crecer juntamente con la compañía a la cual suministran.

2.2.1.10. Métodos de selección de proveedores

Kotler et al. (2005) definen la segmentación de proveedores como el proceso de dividir los proveedores en grupos con distintas necesidades, características o comportamientos, los cuales requieren diferentes tipos de estructuras relacionales con el propósito de generar valor.

Una vez definidos y jerarquizados los criterios de selección, el siguiente paso consiste en escoger a los proveedores mediante la aplicación de un determinado método (Jitesh, 2008).

Boer, Weger y Telgen (1998) indicaron que, según el método escogido, se puede incrementar la eficiencia de la decisión de compra a partir de:

- Habilitar el procesamiento más rápido y automatizado de los datos, así como el análisis de toda la información pertinente para tomar una decisión.
- Eliminar criterios y alternativas redundantes en los procesos de decisión.

- Facilitar la comunicación más eficiente y justificar los resultados de los procesos de decisión.

Según De Boer et al. (2001), la evaluación consiste en categorizar el desempeño de los proveedores en criterios calificados como positivo, neutral o negativo. Después de asignar una calificación a cada uno de los criterios, el comprador procede a tomar una decisión final.

- **Ejemplos de dimensiones y atributos para la selección de proveedores**

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%).

Ho et al. (2010) hallaron que las dimensiones más utilizadas fueron: Calidad, entrega, precio/costo, capacidad de producción, servicio, administración, tecnología, investigación y desarrollo, riesgo y seguridad y ambiente.

2.2.2. Importación:

2.2.2.1. Definición

Albornoz (2005), define la importación como la entrada al país de productos de comercio lícito adquiridos en el comercio exterior para su negociación y previo el cumplimiento de los requisitos que imponen las leyes internas y el país receptor y los tratados internacionales suscritos, relativos a la naturaleza de los productos y a los impuestos correspondientes.

Ahora bien, se hace necesario establecer a la importación como el medio de transporte legítimo de bienes y servicios nacionales exportados por un país pretendido

para su uso o consumo en el interior de otro país. Las importaciones pueden ser cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un Estado con propósitos comerciales. Las importaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas. De igual manera las importaciones permiten a los ciudadanos adquirir productos que en su país no se producen, o que en su defecto los precios sean más accesibles a la comunidad o que el producto sea de mayor calidad. A su vez al realizarse importaciones de productos más económicos, automáticamente se está librando de dinero para que los ciudadanos ahorren, invierten o gasten en nuevos productos, aumentando la riqueza de la población.

Daniels, Radebaugh y Sulliva (2013) refieren que la importación es la compra de un bien o servicio realizada por un comprador ubicado en un país a un vendedor ubicado en otro país. Al comprador extranjero se le conoce como importador mientras que el vendedor, con sede en otro país, es conocido como exportador. La importación de bienes es sencilla: el envío que hace Toyota desde Japón de un automóvil para un comprador localizado en Bangkok se registra como una importación de Tailandia. Las importaciones de servicios, dada su intangibilidad, asumen varias formas. Los bancos extranjeros como el Royal Bank of Canadá, que proveen servicios financieros a clientes de Estados Unidos, califican como importadores de servicios.

¿Por qué importar?

Daniels, Radebaugh y Sulliva (2013) nos dicen diversos factores estimulan a una empresa para comenzar a importar, así como para motivar la actividad continua. La investigación subraya la alta calidad del producto, el procesamiento satisfactorio de los pedidos, la confiabilidad de entrega, precios más bajos y escasez doméstica. Estos factores, individual y colectivamente, empujan a los importadores a buscar en los mercados mundiales productos de menor precio, mejor calidad, o no disponibles localmente. A partir de esta suposición es que surge la pregunta: ¿por qué existen estas anomalías del mercado? sin estos huecos, hay poca necesidad de importación o, para el caso, de exportación.

2.2.2.2. Tipos de importaciones

Si bien las importaciones pueden ser objeto de diferentes clasificaciones en atención a su naturaleza u origen, independientemente de la denominación específica otorgada en cada país por las respectivas legislaciones independientemente de la denominación específica otorgada en cada país por las respectivas legislaciones aduaneras nacionales, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo considera que existen dos tipos de importaciones: la directa y la indirecta (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2014).

a) 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 toman en cuenta las importaciones de materia prima, que posteriormente se utiliza 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 (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2014)

b)- Importación indirecta. - Se da cuando una empresa utiliza los servicios de otra para llevar a cabo la importación de productos. En este caso es la empresa intermediaria la que se responsabiliza por liquidar los gastos aduaneros y efectuar el pago de impuestos (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2014).

2.2.2.3.- Regímenes de importación

Destinación Aduanera. - Manifestación de voluntad de la declarante expresada mediante la declaración aduanera de mercancías, con la cual se indica el régimen aduanero al que debe ser sometida la mercancía que se encuentra bajo la potestad aduanera.

Potestad aduanera:

- La Potestad Aduanera es uno de los factores principales que permite ejercer:

- Protección económica sobre la nación y sus productos para proteger el intercambio comercial de bienes y servicios.
- Facultad de adoptar conjunto de medidas con el objetivo de asegurar el cumplimiento de la legislación aduanera o cualquier otra disposición de su competencia o responsabilidad

Fuente: Ley General de Aduanas – Decreto Legislativo No. 1053

a) Importación para el consumo

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

Las mercancías extranjeras se considerarán nacionalizadas cuando haya sido concedido el levante.

b) Importación a zonas de tratamiento aduanero especial

Las mercancías extranjeras importadas para el consumo en zonas de tratamiento aduanero especial se considerarán nacionalizadas sólo respecto a dichos territorios.

Para que dichas mercancías se consideren nacionalizadas en el territorio aduanero deberán someterse a la legislación vigente en el país, sirviéndoles como pago a cuenta los tributos que hayan gravado su importación para el consumo.

(Ley General de Aduanas 2008)

2.2.2.4- Conceptos de Aduanas

(Jerez Riesco, 2011) Afirma que la aduana es una “una oficina pública donde se registran los géneros que se importan o exportan y se cobran los derechos que adeudan” (p. 141).

(Acosta Roca, 2005) Afirma que las aduanas provienen desde épocas muy antiguas, siendo en Egipto donde las ubica inicialmente alrededor de los siglos XV y XVI A.C., en donde se instalaban en todas las fronteras de ingreso al imperio y puertos, cobrando los impuestos por todas las mercancías que ingresaban, excepto las de la corona.

En el año 2005 el Lic. Felipe Acosta Roca, determina como sus principales atribuciones:

- Control de ingreso y salida de mercaderías.
- Cobro de impuestos por las operaciones de importación.
- Facilitar el intercambio internacional.
- Restringir el ingreso de los productos prohibidos.
- Hacer cumplir las barreras para-arancelarias.
- Evitar los delitos aduaneros como el contrabando y del narcotráfico.
- Validar lo declarado por los importadores y exportadores al momento del tránsito de ingreso y/o salida de las mercaderías.

2.2.2.5.- Arancel de aduanas

Ballesteros (1998), El arancel de aduanas es un impuesto indirecto que se recauda con ocasión de la importación, cuya principal finalidad es añadir un componente artificial al precio del producto que se importa, para hacerlo menos competitivo que la producción nacional. Además de esa función protectora, que es fundamental en los países desarrollados, el arancel puede tener una finalidad recaudadora, por cuanto supone un incremento en los ingresos del Estado. Normalmente, esta finalidad solo es usada por los países menos desarrollados. (p.37).

Un arancel es un impuesto o gravamen que se aplica solo a los bienes que son importados o exportados. El más usual es el que se cobra sobre las importaciones; en el caso del Perú y muchos otros países no se aplican aranceles a las exportaciones.

En el Perú los aranceles son aplicados a las importaciones registradas en las subpartidas nacionales del Arancel de Aduanas.

Fuente: Ministerio de Economía y finanzas

2.2.2.6.- Declaración de Mercancías DAM

Álvarez (2013) Se le define como el documento mediante el cual el declarante indica el régimen aduanero que deberá aplicarse a las mercancías, y suministra los detalles que la Administración Aduanera requiere para su aplicación.

La Declaración Aduanera de Mercancías, conocida como DAM, por sus siglas, es la nueva denominación para la declaración de aduanas, que reemplaza a la DUA. Es generada y numerada por el agente de aduanas contratado para este trámite; sin embargo, existen despachadores oficiales que también la pueden generar y que actúan como representantes aduaneros autorizados para realizar los trámites ante aduanas.

Pautas para considerar: En primer lugar, es importante saber que la DAM está constituida por 3 formatos:

Figura N. °1.2. Declaración Aduanera de Mercancías (DAM)

Formatos de la Declaración		
Formato A	Formato B	Formato C
<p>Este formato se caracteriza por contener los datos generales del régimen aduanero solicitado a despacho y los datos de la primera serie.</p> <p>Formato A1: Se utiliza en caso que el despacho aduanero comprenda más de una serie de mercancía.</p>	<p>Contiene los datos de las transacciones relativas a las mercancías solicitadas para su nacionalización.</p> <p>Es de utilización exclusiva para los regímenes de importación (Admisión Temporal para Reexportación en el Mismo Estado y Perfeccionamiento Activo).</p> <p>Formato B1: Se utiliza en caso que se tenga que declarar más de 2 ítems, dependiendo de la transacción a realizar.</p>	<p>Contiene los datos de la liquidación de la deuda tributaria aduanera, y se utiliza en los regímenes que requieran cancelar o garantizar los tributos.</p> <p>Impuestos a liquidar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ad valorem - Derechos específicos - ISC - IGV e IPM - Derechos <i>antidumping</i> - Servicio de despacho - Intereses compensatorios

Fuente: Actualidad Empresarial N.º 285 - Segunda Quincena de agosto 2013

2.2.2.7.- Incoterms 2010

Vera 2017 señala que los Incoterms 2010 “son las Reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales, creadas por la cámara de Comercio Internacional (ICC), a partir de 1936”.

En el 2011, Jerez J. en su libro Comercio Internacional señala la importancia de conocer y comprender cada uno de los Incoterms establecidos, para establecer y cerrar negocios internacionales, con la finalidad de reducir los riesgos que pueden generarse durante todo el proceso de negociación y principalmente la operación comercial de compra y venta de bienes y servicios. Al reducir los riesgos que conlleva cada incoterm se optimiza la operación y se evita incurrir en costos innecesarios.

(Jerez Riesco, 2011) Afirma que “los incoterms obligan y vinculan a las partes contratantes, comprometen y a la vez marcan y delimitan obligaciones y responsabilidades” (p. 65).

Según nuestro trabajo de investigación se analizará los siguientes Incoterms 2010:

a) FCA

Franco porteador o transportista

Jerez (2011) afirma que el precio cotizado en FCA se entiende mercancía situada sobre vagón o camión, dependiendo del tipo de transporte elegido por el comprador, siendo partir de esa entrega, en tales circunstancias, por puerta del comprador todos los gastos y riesgos desde el instante que la mercancía ha sido cargada en el vagón de ferrocarril o en el camión el transporte si la carga se realiza en los almacenes del vendedor. Conviene indicar que el lugar de entrega escogido tiene incidencias sobre las obligaciones de carga y descarga de la mercancía; si la

entrega tiene lugar en otro sitio designado, el vendedor no se responsabiliza entonces de la descarga del medio que la transporta al lugar concertado para situarla en el punto desde el cual se hará cargo del transporte principal.

El vendedor en este supuesto ve cumplida y realizada su obligación de entrega del producto de su venta cuando la mercancía la sitúa sin descargar, despachada de aduana para la exportación, sin que tenga obligación alguna de despacharla para la importación, en el lugar y punto fijado a cargo del operador o transportista designado por el comprador. Si el comprador no ha designado ningún punto específico, el vendedor puede escoger dentro del lugar o zona estipulada el punto donde el transportista contratado por el comprador se hará cargo de la mercancía. Cuando, según la práctica comercial, se requiera la ayuda del vendedor para concluir el contrato con el transportista (como el transporte por el ferrocarril o vía aérea), el vendedor puede intervenir, siendo su gestión por cuenta y riesgo del comprador.

b) FOB

Franco a bordo (... puerto de embarque contenido)

Jerez (2011) afirma que las iniciales que indican la abreviatura el termino FOB van seguidas siempre del nombre del puerto de embarque.

En el precio FOB se comprende la mercancía puesta a bordo del buque designado por la parte compradora, sobre la cubierta del buque, con todos los gastos, derechos y riesgos por cuenta y cargo del vendedor hasta el momento que la mercancía se encuentra a bordo del buque, flete excluido.

El vendedor cumple con su obligación de entrega, pues, cuando la mercancía se ha cargado en el buque indicado del puerto convenido.

El termino FOB exige que el vendedor realice los trámites aduaneros y despache la mercancía para exportación, no teniendo ninguna obligación de despacharla para importación, responsabilidad, esta última, que rehace sobre el comprador.

Este término solo puede emplearse en el transporte por mar o por vías de navegación interiores.

a) CIF

Costo, seguro y flete (...puerto de destino convenido)

Jerez (2011) nos dice la abreviatura de INCOTERMS CIF debe ir seguida del nombre de puerto de destino.

Este término significa que el precio se entiende con la mercancía puesta a bordo del buque en el puerto del destino, con el flete pagado y el seguro con una cobertura mínima. Si el comprador deseara tener mayor protección de la mercancía, o bien lo tendría que negociar con el vendedor previamente a la firma del contrato de compra-venta, o bien ampliar a sus expensas con la compañía aseguradora los niveles de mayor cobertura.

El vendedor tiene las mismas obligaciones que bajo el termino CFR, si bien, además, ha de concertar un seguro marítimo de cobertura mínima de los riesgos del comprador de pérdida o daño de la mercancía durante el transporte. El vendedor esta obligado a contratar el seguro con cobertura mínima y pagar la primera correspondiente.

El termino CIF exige que el vendedor despache la mercancía en aduana para la exportación y el comprador se responsabilice de los trámites aduaneros para la importación.

Este término solo puede emplearse en el transporte por mar o por vías de navegación interior.

La transferencia de riesgo de la mercancía se produce en el puerto de embarque, cuando el exportador notifica al importador mediante un aviso de

afectación que se ha depositado la mercancía a bordo del barco concertado, por lo que sería recomendable que se indicase por ello también, además del puerto de destino, la identificación del puerto de carga en el contrato.

2.2.2.8.- Negociación internacional

¿Qué involucra una negociación de importación?

La negociación internacional forma parte sustantiva del proceso de contratación (compra-venta) y permite delimitar el contenido del contrato, estableciendo los deberes y derechos de las partes. Es recomendable que antes de entrar a una negociación, los contratantes o futuros negociadores, cuenten con un cabal conocimiento de los propios intereses y los de la contraparte, a fin de detectar el o los “problemas” a solucionar para llegar a la celebración del contrato. Los intereses pueden ser muy diversos y variados, incidiendo directamente en el contenido de las ofertas y demandas. El negociador debe contar con la suficiente percepción para clasificar objetivamente dichos intereses.

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2013)

a) Proveedores Participantes

Kotler (2012), Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posterior o directamente se compran para su venta.

- **Empresa fabricante**

Del Real Martin (2009), En materia de consumo, un fabricante o productor es la persona (normalmente jurídica) dedicada a una actividad fabril de producción de productos para su consumo por parte de los consumidores finales. Los fabricantes realizan sus tareas de producción en fábricas y tienen una larga serie de obligaciones sobre seguridad e higiene de lo que producen, especialmente si se

trata de alimentos para el consumo humano o animal, aunque también para los bienes de consumo que producen en materia de seguridad.

- **Trading Company**

Las empresas de comercio internacional- conocidas como trading companies- son especialistas que cubren toda la operativa de exportación e importación. Un *trading company* compra en firme un producto en un país y lo vende en diferentes países en los que cuenta con red de distribución propia. Trabajan sobre todo en sectores de elevados volúmenes de producción como materias primas, productos semifabricados, metales, productos químicos, etc.

Las actividades de un trading Company incluyen:

- Identificación de proveedores
- Negociación de las condiciones
- Financiación y aseguramiento
- Gestión logística
- Gestión aduanera
- Distribución y venta del producto

Fuente: Globalnegotiator.com

Autor: Llamazares

2.2.2.9.- Definiciones de Cotización internacional

La cotización es el documento formal que establece el contacto entre el vendedor (exportador) con el cliente (importador), a través del que se informa:

- Las características del producto: denominación técnico comercial, posición arancelaria, unidad de medida, cantidades a suministrar por partidas y totales, precio unitario, embalaje, etc.
- Los términos de venta (INCOTERMS), que implican las condiciones de la operación, condiciones de venta y de pago, monto total, modo de envío, puerto o lugar de embarque y de destino, fecha posible de entrega, entre

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2013)

2.2.2.9.- Definición de Costo de importación

Se denomina costo de importación al precio o valor de adquisición de los bienes, considerando además todos aquellos factores o desembolsos que involucren obtener el bien o el servicio.

Autor: Mamani, J.

Fuente: Actualidad Empresarial N. 334 - Primera Quincena de Setiembre 2015

2.2.2.10.- El contrato de compraventa internacional de mercaderías

En una transacción interna, el derecho aplicable constituye un presupuesto perfectamente definido, mientras que en una compraventa de naturaleza internacional son varios los ordenamientos susceptibles de regularla. Según sea uno u otro el aplicable, se alcanzará un resultado diferente en puntos tan trascendentes como los requisitos y efectos de la oferta, la transmisión del riesgo, o la posibilidad de solicitar la ejecución forzosa del contrato e incluso su resolución en caso de incumplimiento de sus obligaciones por alguna de las partes. (Esplugues Mota, Barona Vilar, & Hernández Martí, 1999, p. 266)

2.2.2.11.- Tratado de Libre Comercio Perú – China

Es el acuerdo a través del cual se establece un área de libre comercio entre ambos países, en donde se otorgan preferencias arancelarias a mercancías que cumplan con el Régimen de Origen.

El Tratado de Libre Comercio (TLC) fue suscrito entre Perú y la República Popular China el 28 de abril de 2009 y está vigente desde el 1 de marzo de 2010.

a) ¿Qué es una preferencia arancelaria?

Consiste en la eliminación o reducción del arancel (impuesto a las importaciones) que debe pagar una mercancía al ingresar a un país. Para efectos de este manual es importante saber que:

- En el Capítulo 2 (Trato Nacional y Acceso a Mercados de Mercancías) así como en los Anexos 1 (Excepciones al Trato Nacional y Restricciones a la Importación y Exportación) y 2 (Eliminación Arancelaria), se establecen las preferencias arancelarias concedidas entre ambos países.
- En el Capítulo 3 (Reglas de Origen y Procedimientos Operacionales Relacionados al Origen) y Anexo 4 (Reglas Específicas de Origen por Producto) se establecen las reglas y procedimientos relacionados al origen de las mercancías.

b) ¿Cómo determino que una mercancía es originaria?

Para evaluar si una mercancía es originaria es necesario conocer:

- Su proceso productivo.
- Su clasificación arancelaria y la de los materiales utilizados en el proceso productivo (incluyendo el origen de dichos materiales).
- Su valor y el valor de los materiales no originarios.

Fuente: Manual del Régimen de Origen

Elaboración: MINCETUR 2017

2.3. Hipótesis General:

Alternativa: La aplicación de la inteligencia comercial si influye en la importación de motopartes para la empresa RKL.

Nula: La aplicación de la inteligencia comercial no influye en la importación de motopartes para la empresa RKL.

2.4. Hipótesis específicas:

Alternativa: La aplicación de la inteligencia comercial si influye en la reducción de costos de la empresa RKL.

Nula: La aplicación de la inteligencia comercial no influye en la reducción de costos de la empresa RKL.

Alternativa: La aplicación de la inteligencia comercial si influye en la selección de nuevos proveedores en la empresa RKL.

Nula: La aplicación de la inteligencia comercial no influye en la selección de nuevos proveedores en la empresa RKL.

CAPITULO 3. METODOLOGÍA

3.1. MATRIZ DE OPERACIONALIZACION

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Expresado
Variable independiente: Inteligencia Comercial	Según Rojas (2016), en su libro Inteligencia comercial aplicada a los negocios internacionales, define a la inteligencia comercial como 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 del valor del mercado.	La inteligencia comercial es la proyección del futuro sustentada en datos históricos de una empresa con el fin de tener una idea de negocios a través del análisis e interpretación del mercado.	1. Datos históricos	Costo FOB Histórico	Información documentaria
				Ganancias Bruta histórica	Información documentaria
			2. Valor de mercado	Venta histórica	Información documentaria
				Evaluación de proveedores	Información documentaria
Variable dependiente: Importación	Albornoz (2005), define la importación como la entrada al país de productos de comercio licito adquiridos en el comercio exterior para su negociación y previo el cumplimiento de los requisitos que imponen las leyes internas y el país receptor y los tratados internacionales suscritos, relativos a la naturaleza de los productos y a los impuestos correspondientes. [....] Las importaciones pueden ser cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un ESTADO con propósitos comerciales.	La importación es la entrada de productos, bien o servicio a un país definido, previo al cumplimiento de las leyes para su negociación y propósitos comerciales.	1. Entrada de productos.	Cantidad de ítems.	Información documentaria
				Cantidad de importaciones por periodo.	Información documentaria
			2. Propósitos comerciales	Reducción de costos.	Información documentaria
				Ahorros esperados.	Información documentaria

3.2. Diseño de la investigación

Sampieri, Fernández, Baptista (2014) nos definen el diseño de la investigación como el paso siguiente luego de determinar la naturaleza del estudio, las hipótesis y el alcance de la investigación. Con el diseño de la investigación, se busca plantear los procesos o métodos que cuando se realicen, nos ayuden a responder todos los cuestionamientos que surjan de las hipótesis y objetivos.

Es importante que este diseño contemple la naturaleza de las variables y las dimensiones establecidas, para lograr un resultado final óptimo y de acuerdo a los objetivos planteados.

Es en base a esta concepción que se diseña el plan o estrategia para recolectar los datos, obtener la información que se requiere y responder al planteamiento sugerido.

3.2.1 Enfoque de investigación:

En este trabajo utilizaremos en el enfoque de investigación el método cuantitativo y descriptivo.

Según Sampieri (1991) explica que el método cuantitativo usa la recolección de datos para probar la hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

Rivero (2008), nos indica que la investigación descriptiva nos proporciona la información y permite el análisis de cómo se realiza, se analiza y se manifiesta un determinado hecho o proceso incluyendo sus componentes. Todo el estudio realizado al proceso se basa principalmente en la medición de las dimensiones determinadas y objeto del estudio.

3.2.2 Tipo de estudio: Básica.

Behar, D (2008) define que la investigación básica también recibe el nombre de investigación pura, teórica, dogmática y fundamental. Se caracteriza porque parte de un marco teórico y permanece en él; la finalidad radica en formular nuevas teorías o modificar las existentes, en incrementar los conocimientos científicos o filosóficos, pero sin contrastarlos con ningún aspecto práctico. Esta forma de investigación emplea cuidadosamente el procedimiento de muestreo, a fin de extender sus hallazgos más allá del grupo o situaciones estudiadas. Poco se preocupa de la aplicación de los hallazgos, por considerar que ello corresponde a otra persona y no al investigador. No obstante, la carencia de aplicación inmediata, esta forma de investigación busca el progreso científico y su importancia reside en que presenta amplias generalizaciones y niveles de abstracciones con miras a formulaciones hipotéticas de posible aplicación posterior. Persigue igualmente el desarrollo de una teoría o teorías basadas en principios y leyes. La investigación fundamental es un proceso formal y sistemático de coordinar el método científico de análisis y generalización con las fases deductivas e inductivas del razonamiento.

3.2.3 Diseño de estudio: No Experimental

Según Kerlinger y Lee (2002) definen que la investigación no experimental es la búsqueda empírica y sistemática en la que el científico no posee control directo de las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido o a que son inherentemente no manipulables. Se hacen inferencias sobre las relaciones entre las variables, sin intervención directa, de la variación concomitante de las variables independiente y dependiente.

3.2.4 Método de investigación: Correlacional

Según Hernández, Fernández y Baptista (2004) define que los estudios correlacionales miden cada variable para ver si existe o no relación entre ellas, este tipo de estudios son cuantitativos e intentan predecir el valor aproximado que tendrá

un grupo de individuos o fenómenos en una variable, a partir del valor que tienen en la (s) variable(s) relacionada(s).

3.3 Unidad de estudio

La unidad de estudio de la presente investigación son los costos de importación y la información de los proveedores a evaluar. Esta investigación recopila toda la información de los datos obtenidos como las cotizaciones, la data de importaciones realizadas en los años 2016 al 2017 y por ultimo las empresas importadoras la cual consideramos como competencia directa con la finalidad de revisar y comparar sus últimas importaciones en el mismo periodo que la empresa ha realizado.

3.4 Población

Bernal (2010) en su libro a Fracica (1988), define a la población como el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo.

La población de la presente investigación está conformada por la información documentaria de importaciones del año 2016 al periodo 2017.

3.5 Muestra

Según nuestra información documentada de importaciones del año 2016 al periodo 2017, es igual a nuestra muestra.

3.6 Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

Torres (1992) en su libro metodología de la investigación científica nos explica que la recolección de información es el conjunto de datos bibliográficos, fotográficos, temáticos y cualquiera otra fuente de información documental que sirve al investigador para demostrar su hipótesis y sustentar su tesis.

Hurtado (2000) La selección de técnicas e instrumentos de recolección de datos implica determinar por cuáles medios o procedimientos el investigador obtendrá la información necesaria para alcanzar los objetivos de la investigación.

El presente estudio se ha realizado en base a los siguientes instrumentos: Data documentaria en el periodo de años 2016 al 2017, en donde los datos recolectados son analizados y procesados para obtener los resultados.

Las técnicas utilizadas son: tablas estadísticas, gráficos de barras, promedios y porcentajes.

3.7 Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos

Los métodos e instrumentos son la data documentaria en el periodo de los años 2016 al 2017 para realizar el análisis SPSS.

CAPITULO 4. RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS PARA LA SELECCIÓN DE PROVEEDORES

Tabla N °1.4. Resultados de evaluación de selección de proveedores

				PUNTAJE	PORCENTAJ E_IMPORTAN CIA
				Suma	Suma
TIPO_PROVEEDOR	PROVEEDORES BATERIAS	EMPRESA	FABRICA BAT. 1	2,28	15,00
	PROVEEDORES DE CABLES	EMPRESA	FABRICA CABLES 1	2,28	25,00
	PROVEEDORES NEUMATICOS	EMPRESA	FABRICA NEUM. 1	2,25	10,00
	PROVEEDORES RODAJES	EMPRESA	FABRICA RODAJE 2	2,30	10,00
	PROVEEDORES SIST. ELECTRICO	EMPRESA	FABRICA ELECTRICO	2,30	40,00

Fuente: Elaboración propia

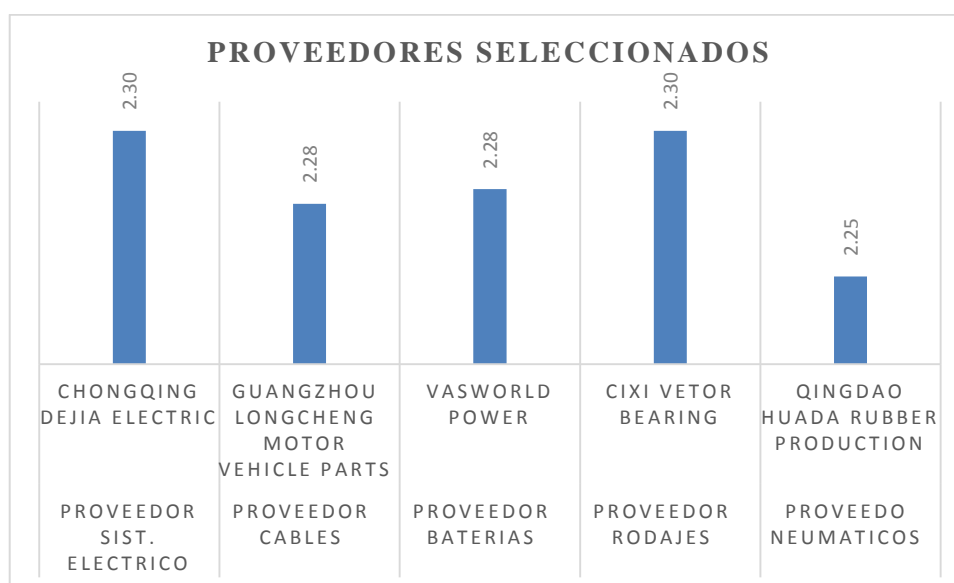
Según la Tabla N° 1, se presentan los resultados de evaluación de la selección de proveedores para la empresa RKL. Según cifras tenemos que:

- Se seleccionó como proveedor del sistema eléctrico a la fábrica: Chongqing Dejia Electric Co., Ltd., cuyo puntaje obtenido fue de 2.30 sobre 10. La empresa RKL ha determinado que el Sistema Eléctrico tiene una importación del 40% sobre las actividades propias del negocio.
- Se seleccionó como proveedor de cables a la fábrica: Guangzhou Longcheng Motor Vehicle Parts Co., Ltd., cuyo puntaje obtenido fue de 2.28 sobre 10. La empresa RKL ha determinado que la línea de cables tiene una importación del 25% sobre las actividades propias del negocio.
- Se seleccionó como proveedor de Baterías a la fábrica: Vasworld Power Co., Ltd., cuyo puntaje obtenido fue de 2.28 sobre 10. La empresa RKL ha determinado que la línea de baterías tiene una importación del 15% sobre las actividades propias del negocio.
- Se seleccionó como proveedor de rodajes a la fábrica: Cixi Vector Bearing Co., Ltd., cuyo puntaje obtenido fue de 2.30 sobre 10. La empresa RKL ha

determinado que la línea de rodajes tiene una importación del 10% sobre las actividades propias del negocio.

- Se seleccionó como proveedor de Neumáticos a la fábrica: Qingdao Huada Rubber Production Co., Ltd., cuyo puntaje obtenido fue de 2.25 sobre 10. La empresa RKL ha determinado que la línea de rodajes tiene una importación del 10% sobre las actividades propias del negocio.

Figura N °1.4. Resultados de evaluación de selección de proveedores



Fuente: Elaboración propia

Según figura N° 1, se presenta de forma gráfica los resultados de evaluación para la selección de proveedores, donde se demuestra las empresas con mayor puntaje después de la evaluación: Fabrica de sistema eléctrico (Chongqing Dejia Electric Co., Ltd.), obtuvo un puntaje de 2.30 sobre 10; fábrica de cables (Guangzhou Longcheng Motor Vehicle Parts Co., Ltd.), con un puntaje de 2.28 sobre 10; fábrica de Baterías (Vasworld Power Co., Ltd.) obtuvo un puntaje de fue de 2.28 sobre 10; fábrica de rodajes (Cixi Vektor Bearnig Co., Ltd.), cuyo puntaje obtenido fue de 2.30 sobre 10 y por ultimo fábrica de Neumáticos (Qingdao Huada Rubber Production Co., Ltd.), con un puntaje de 2.25 sobre 10.

4.2 ANÁLISIS DE COSTOS DE IMPORTACIÓN EN VALOR FOB POR UNIDAD DE PRODUCTO.

Tabla N °2.4. Costos en valor FOB por unidad de producto. Proveedores: trading company y fábricas.

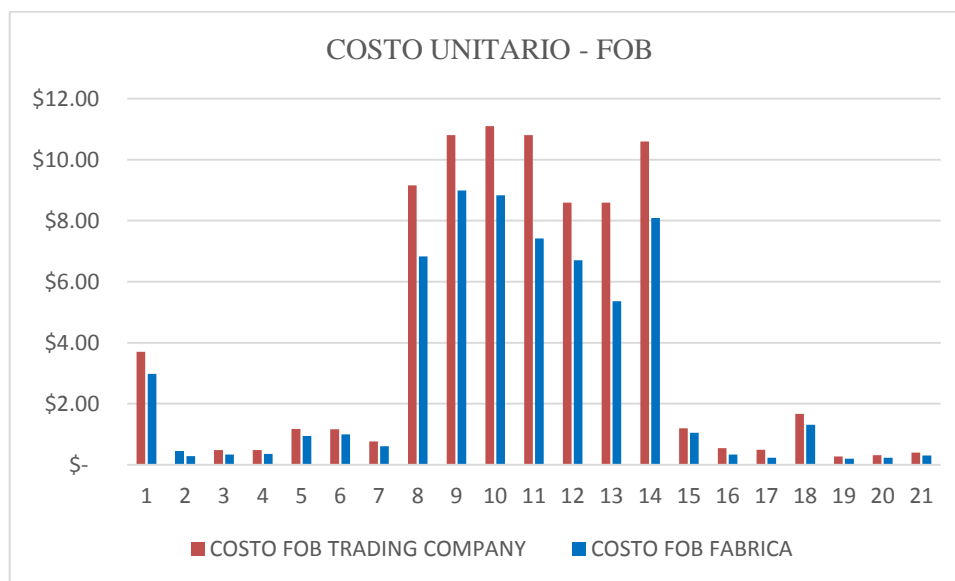
N° de ítem	Nombre del producto	Modelo	Costo FOB - Trading Company	Costo FOB Fabrica	Diferencia
1	Alternador	CG150	3.70	2.98	0.72
2	Cable de acelerador	CG150	0.44	0.29	0.15
3	Cable de embriague con funda	CG150	0.48	0.34	0.14
4	Cable de freno	CG150	0.48	0.36	0.12
5	Faro posterior	S/M	1.18	0.94	0.24
6	Chanchito arrancador	LIHUA	1.17	1.00	0.17
7	CDI Lihua	LIHUA	0.77	0.61	0.16
8	Batería seca	12N6.5	9.16	6.83	2.33
9	Batería seca	12N73A	10.80	8.99	1.81
10	Batería seca	12N9-BS	11.10	8.83	2.27
11	Batería seca	12N7L-BS	10.80	7.42	3.38
12	Batería seca	12N5L-BS	8.59	6.70	1.89
13	Batería seca	YB4-BS	8.59	5.36	3.23
14	Batería seca	YTX7A-BS	10.60	8.09	2.51
15	Cámara 300 X 18 ZT	S/M	1.20	1.05	0.15
16	Flasher con sonido	S/M	0.55	0.34	0.21
17	Flasher sin sonido	S/M	0.49	0.23	0.26
18	Selenio 5 cables CG150	CG150	1.67	1.31	0.36
19	Rodaje 6202 Yiketo	6302	0.27	0.20	0.07
20	Rodaje 6301 Yiketo	6301	0.32	0.23	0.09
21	Rodaje 6302 Yiketo	6302	0.40	0.30	0.10

Fuente: RKL Servicios Generales E.I.R.L.

Elaboración propia

Según la Tabla 2 se observa los 21 ítems seleccionados para la presente investigación, con sus respectivos costos unitarios, donde se define que los costos FOB con un Trading Company es mayor a comparación de los costos FOB con empresas fabricantes.

Figura N °2.4. Costos en valor FOB por unidad de producto, según proveedores.



Fuente: RKL Servicios Generales E.I.R.L.

Elaboración propia

Según la figura 2, se observa que de los 21 ítems seleccionados el costo FOB con Trading Company es mayor que los costos FOB de fábrica.

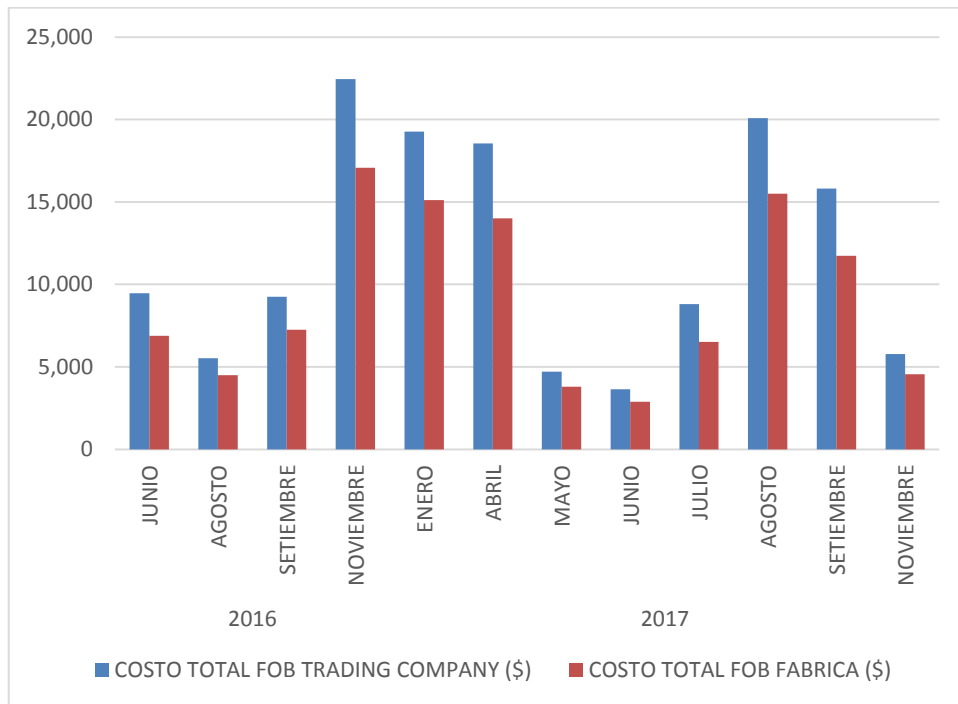
Tabla N °3.4. Resumen de costos FOB por proveedor, en los periodos 2016 al 2017.

Año	Mes	Costo total FOB Trading Company (\$)	Costo Total FOB Fabrica (\$)	Diferencia (ahorro \$)
2016	Junio	9,472	6,883	2,589
	Agosto	5,530	4,492	1,038
	Setiembre	9,245	7,250	1,995
	Noviembre	22,450	17,081	5,369
2017	Enero	19,273	15,114	4,159
	Abril	18,544	14,001	4,543
	Mayo	4,715	3,804	911
	Junio	3,645	2,888	757
	Julio	8,806	6,521	2,285
	Agosto	20,074	15,505	4,568
	Setiembre	15,810	11,732	4,078
	Noviembre	5,774	4,546	1,228
Totales		143,337	109,817	33,520

Fuente: RKL Servicios Generales E.I.R.L - Elaboración propia

Según la Tabla 3, se observa que en los periodos 2016 al 2017 el costo total FOB de Fábrica es menor que el costo total FOB con el proveedor tradicional Trading Company.

Figura N° 3.4. Resumen de costos FOB: Trading company y fabrica (periodo 2016 - 2017)

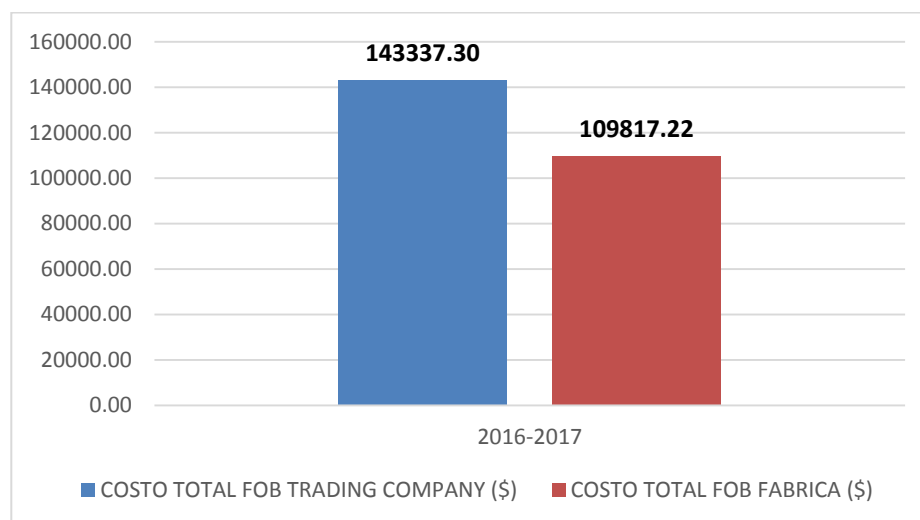


Fuente: RKL Servicios Generales E.I.R.L

Elaboración propia

Según Grafico 3, se observa que, de los 12 meses de importación, dentro del periodo 2016 al 2017, el costo total FOB de Fábrica es menor que el costo total FOB con el proveedor tradicional Trading Company.

Figura N° 4.4. Total de costos FOB: Trading Company y fabrica (periodo 2016 - 2017)



Fuente: Elaboración propia

Según Figura 4, se observa que el costo total FOB con el proveedor trading Company es de \$143337 y el costo FOB con las empresas fabricantes es de \$109817. (Periodo 2016 al 2017).

Tabla N° 4.4 Costo CIF, venta y ganancia bruta por importación, según Trading Company, periodo 2016-2017.

Proveedor Trading Company				
Año	Mes	CIF (S/.)	Venta sin IGV (S/.)	Ganancia bruta (S/.)
2016	Junio	32,105	40,508	8,404
	Agosto	17,977	24,915	6,938
	Setiembre	32,417	40,720	8,304
	Noviembre	75,570	99,703	24,134
2017	Enero	64,628	87,390	22,762
	Abril	62,463	82,051	19,587
	Mayo	15,736	20,466	4,730
	Junio	12,139	15,636	3,496
	Julio	29,544	37,085	7,541
	Agosto	67,334	92,656	25,322
	Setiembre	53,368	69,534	16,166
	Noviembre	19,331	24,508	5,177
		482,613	635,173	152,560

Fuente: RKL Servicios Generales E.I.R.L - Elaboración propia

Según la Tabla 4, se detalla las importaciones de la empresa RKL en periodo 2016 y 2017, los siguientes importes corresponden a los 21 ítems seleccionados en la presente investigación.

Tabla N° 5.4. Costo CIF, venta y ganancia bruta por importación, según fábrica periodo 2016-2017

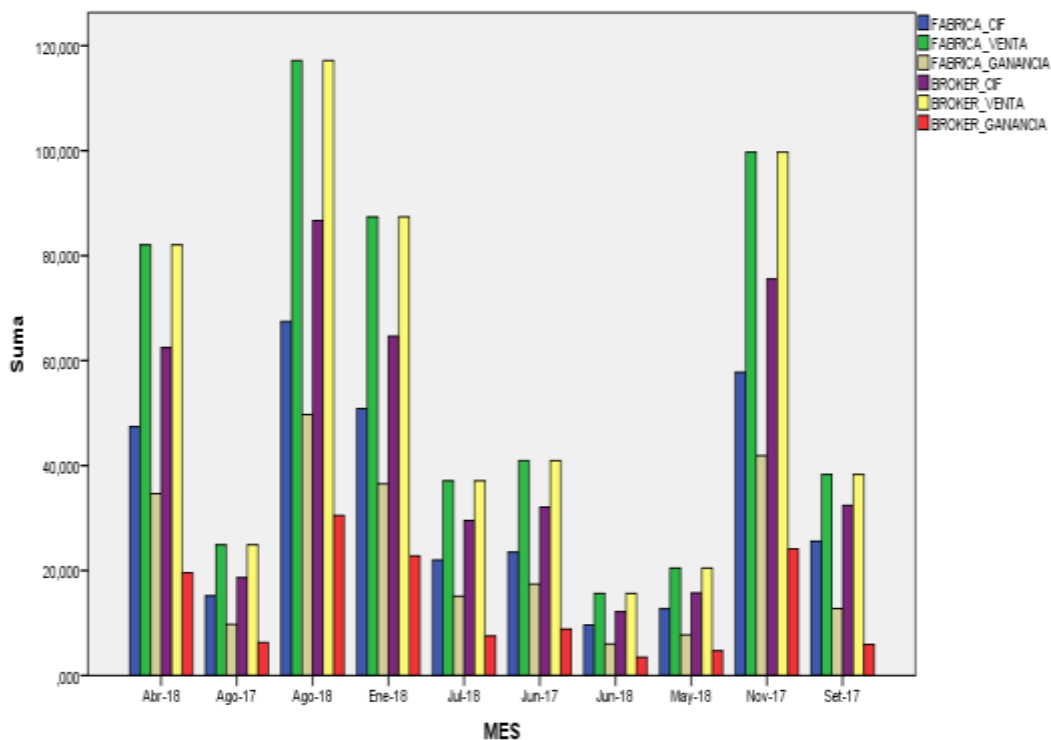
Proveedor Fabrica				
Año	Mes	CIF (S/.)	Venta sin IGV (S/.)	Ganancia bruta (S/.)
2016	Junio	23,527	40,508	16,982
	Agosto	15,198	24,915	9,717
	Setiembre	25,568	40,720	15,152
	Noviembre	57,793	99,703	41,911
2017	Enero	50,849	87,390	36,541
	Abril	47,412	82,051	34,639
	Mayo	12,718	20,466	7,748
	Junio	9,634	15,636	6,002
	Julio	21,981	37,085	15,104
	Agosto	52,198	92,656	40,458
	Setiembre	39,856	69,534	29,678
	Noviembre	15,263	24,508	9,245
		371,996	635,173	263,177

Fuente: RKL Servicios Generales E.I.R.L

Elaboración propia

Según la Tabla 5, se detalla las importaciones de repuestos para motocicletas del mercado chino hasta el coto CIF (FOB + flete + seguro), en el periodo del 2016 al 2017. Se observa, en general, que las ganancias obtenidas con proveedores directamente de fábrica son más rentables que las ganancias con el proveedor tradicional trading company. Con respecto al valor venta, se mantienen ya que para la presente investigación no habrá variación en los precios ofrecido al mercado peruano.

Figura N° 5.4. Costo CIF, venta y ganancia bruta por importación, según fábrica y Trading Company (broker), periodo 2016-2017.



Fuente: RKL Servicios Generales E.I.R.L – Elaboración propia

Según figura 5, se observa las importaciones con un Trading Company y con un proveedor de fábrica. Las imágenes están expresadas en resultados del valor CIF, ventas en el mercado nacional y ganancia bruta después de la venta.

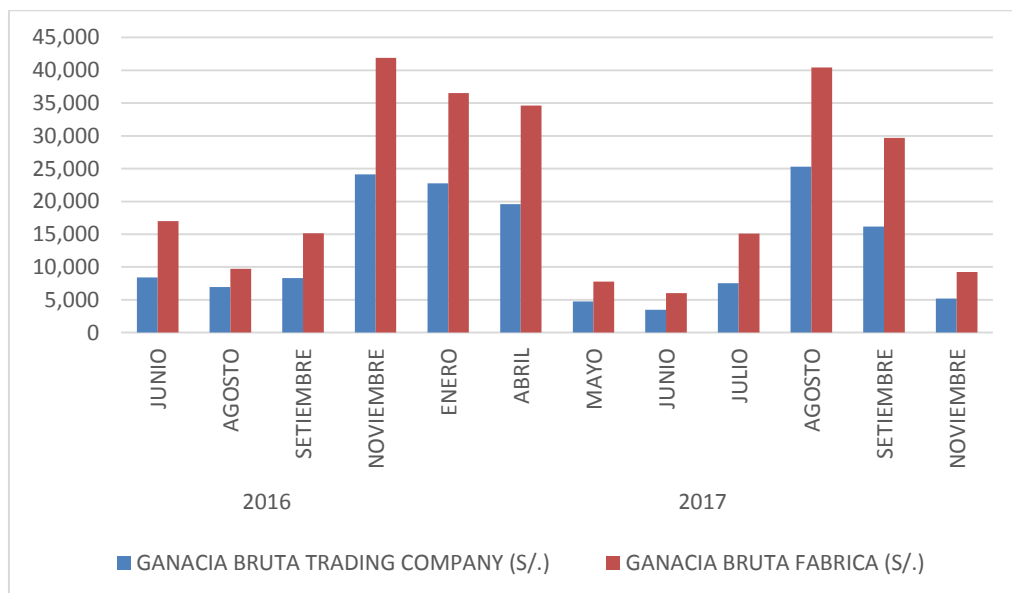
Tabla N° 6.4. Resumen de ganancia bruta con los proveedores: Trading Company y fábricas (periodo 2016-2017).

Año	Mes	Ganancia bruta Trading Company (\$)	Ganancia Bruta Fabrica (S/.)	Diferencia (S/.)
2016	Junio	8,404	16,982	8,578
	Agosto	6,938	9,717	2,779
	Setiembre	8,304	15,152	6,848
	Noviembre	24,134	41,911	17,777
2017	Enero	22,762	36,541	13,779
	Abril	19,587	34,639	15,052
	Mayo	4,730	7,748	3,018
	Junio	3,496	6,002	2,506
	Julio	7,541	15,104	7,564
	Agosto	25,322	40,458	15,136
	Setiembre	16,166	29,678	13,512
	Noviembre	5,177	9,245	4,068
Totales		152,560	263,177	110,616

Fuente: Elaboración propia

Según la Tabla 6, se observa que, en los años 2016 y 2017, hay mayores cifras de ganancias con los proveedores de fábrica a comparación del proveedor tradicional Trading Company, para los cuales se deduce que si la empresa RKL hubiera comprado directamente de fábrica en los determinados años hubiera tenido la ganancia correspondiente más el valor de la diferencia expresada en la tabla.

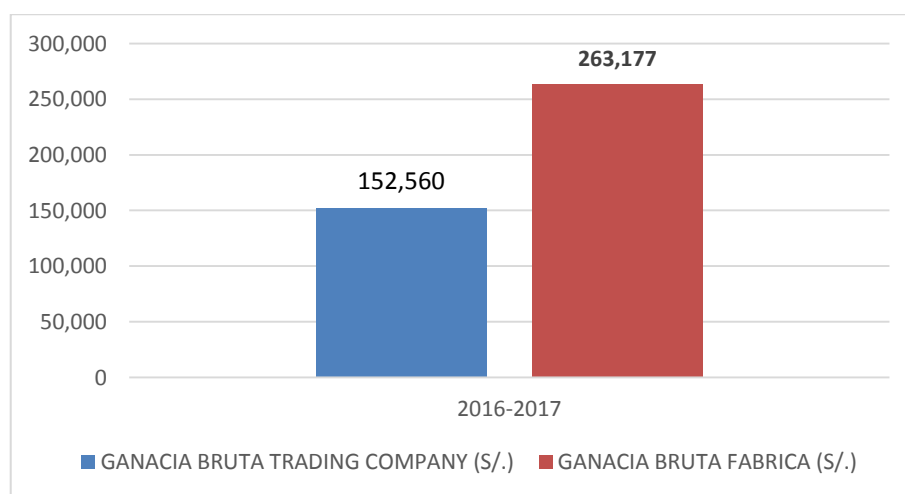
Figura N° 6.4. Resumen de ganancia bruta mensual con los proveedores: trading company y fabricas (periodo 2016-2017).



Fuente: Elaboración propia

Según figura 6, se representa mediante una gráfica de barras, teniendo como datos las ganancias brutas que va de acuerdo con el volumen importado por cada mes. La línea color azul representa el nivel de ganancias con el proveedor tradicional trading company, que es más bajo que la línea de color rojo, que representa las ganancias con proveedores fabricantes.

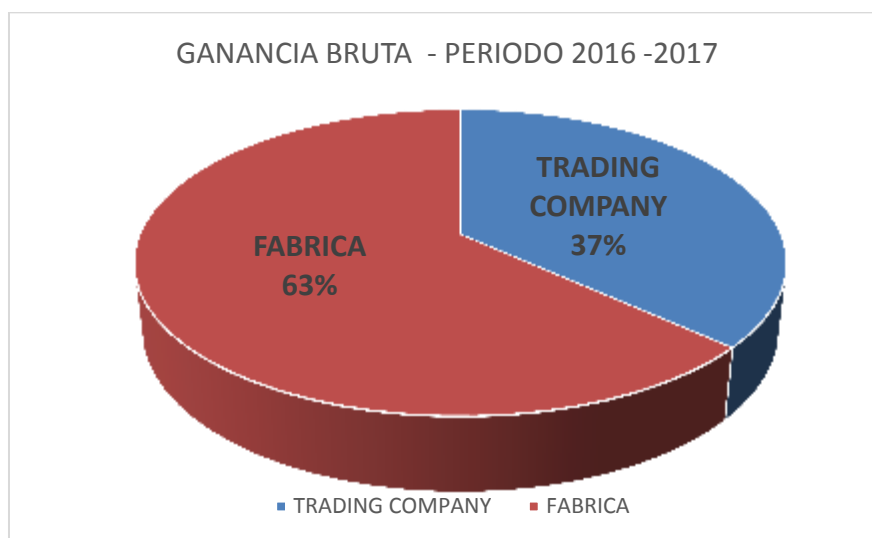
Figura N° 7.4. Resultado total de ganancia bruta con los proveedores: Trading Company y fábricas (periodo 2016-2017)



Fuente: Elaboración propia

Según la figura 7, Se observa el total de ganancia en los periodos 2016 y 2017 importando con el proveedor tradicional Trading Company (S/152,560) e importando directamente con proveedores de fábrica (S/.263, 177).

Figura N° 8.4. Ganancia bruta con los proveedores: Trading Company y fábricas (periodo 2016-2017).



Fuente: Elaboración propia

Según la figura 8, se representa de manera gráfica el porcentaje de ganancia después de la venta de la empresa RKL, en el mercado nacional por cada proveedor, el 37% corresponde a la ganancia bruta realizando la importación con el proveedor trading company y el 63% representa la ganancia bruta realizando la importación con los proveedores de fábrica.

4.3 ANÁLISIS INFERENCIAL

4.3.1 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 muestras menores a 30 aproximadamente, y Kolmogorov - Smirnov, para muestras mayores a 30.

Dado que la muestra es:

$n=21 < 30$, entonces usamos la prueba de Shapiro Wilk.

Tabla N° 7.4. Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
COSTO FOB BROKER	,314	21	,000	,728	21	,000
COSTO FOB FABRICA	,428	21	,000	,349	21	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Fuente análisis estadístico 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 = $0,000 < 0.05$, entonces rechazo la hipótesis nula H0 y acepto la hipótesis alternativa H1, es decir: La distribución de los datos no es normal.

Por lo tanto, se concluye que los datos de costo FOB de un trading company y costo FOB de fábrica no tienen una distribución normal.

4.3.2 Comprobación de hipótesis

Hipótesis: Las importaciones de la empresa RKL, contactando directamente a fabricantes, son más rentables que las importaciones realizadas con la empresa tradicional trading company.

Definición de las siguientes hipótesis estadísticas:

- Hipótesis Alterna H0: El costo promedio FOB TRADING COMPANY es igual al costo promedio FOB FÁBRICA.
- Hipótesis Nula H1: El costo promedio FOB TRADING COMPANY no es igual al costo promedio FOB FÁBRICA

Aplicando la prueba de Wilcoxon tenemos los siguientes resultados:

Tabla N° 8.4. Estadísticos descriptivos

Estadísticos descriptivos					
	N	Media	Desviación típica	Mínimo	Máximo
COSTO FOB BROKER	21	3,9411	4,45508	,27	11,10
COSTO FOB FABRICA	21	2,9714	3,38222	,20	8,99

Fuente: Análisis estadístico SPSS.

Elaboración propia

Según la Tabla "Estadísticos Descriptivos", se presenta las siguientes estadísticas descriptivas:

- Costo Promedio de importaciones en valor FOB de los periodos 2016 y 2017, por TRADING COMPANY

- Costo Promedio de importaciones en valor FOB de los periodos 2016 y 2017, por FÁBRICA (SIN TRADING COMPANY).

Según los resultados, se observa que el costo promedio de importaciones con un trading company que es igual a 3.9411 dólares, siendo mayor que el costo promedio de importaciones directas de fábrica sin un trading company, que es igual a 2.9714 dólares.

Tabla N° 9.4. Estadísticos de contraste

	COSTO FOB FABRICA - COSTO FOB BROKER
Z	-4,015 ^b
Sig. asintót. (bilateral)	,000

a. Prueba de los rangos con signo de Wilcoxon
b. Basado en los rangos positivos.

Fuente: Análisis estadístico SPSS.

Elaboración propia.

En la Tabla "Estadísticos de contraste", se presenta la Prueba de Wilcoxon.

Definamos las hipótesis:

- H0: No hay diferencia entre las importaciones en valor FOB con un trading company, y las importaciones en valor FOB sin trading company.
- H1: Si hay diferencia entre las importaciones en valor FOB con trading company, y las importaciones en valor FOB sin trading company.

Se rechaza H0, si Sig < 0.05

Por lo tanto, observando los resultados de la Prueba de Wilcoxon, se define que:

$\text{Sig} = 0.000 < 0.05$, tenemos que rechazar H_0 y aceptar H_1 .

Se concluye que hay diferencia entre las importaciones en valor FOB con un Trading Company, y las importaciones en valor FOB sin Trading Company, esto se debe a que el costo promedio de importaciones con un Trading Company es igual a 3.9411 dólares, siendo mayor que el costo promedio de importaciones sin Trading Company que es igual a 2.9714 dólares.

Finalmente, afirmamos que "las importaciones de la empresa RKL, contactando directamente a una empresa fabricante es más rentable que las importaciones con un trading company"

CAPÍTULO 5. DISCUSIONES, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1. Discusiones

En base a los resultados obtenidos en la presente investigación se encontró concordancia con los antecedentes citados anteriormente en esta tesis.

- Albán y García (2018) en su tesis “Solución de inteligencia de negocios para mejorar la toma de decisiones estratégicas en los aspectos de tiempo y costos en la empresa BATERÍAS CHENG”, concluyeron en su tesis, que, mediante una solución de inteligencia de negocios aplicados en los procesos de la empresa, se podrá realizar un análisis estratégico para la reducción de tiempo y costos que son factores claves para el logro de sus objetivos. Efectivamente, en este estudio también se comprueba que la aplicación de una Inteligencia comercial es una herramienta estratégica para dar solución a la principal problemática de esta investigación que es la reducción de costos. Si la empresa RKL aplica en sus procedimientos de evaluación de proveedores un análisis detallado en base a sus objetivos, podrá dar solución a su principal problemática y por ende reducir sus costos de importación.
- Falcón (2012) en su tesis “Desarrollo de una solución de Inteligencia de Negocios en el manejo de estadísticas de control en la venta de repuestos de la empresa Talleres Ambamazda S.A de la ciudad de Ambato” concluyo que la empresa tiene problemas en el análisis e interpretación de sus procesos internos porque se realiza manualmente y el volumen de datos no ayuda a tener resultados reales para el crecimiento de las ventas y la satisfacción de los clientes. Por lo tanto, se debe realizar un estudio de inteligencia de negocios con sistemas complejos para mejorar sus procesos internos, el buen manejo de ventas y datos reales para el desarrollo de esta área. En este trabajo de investigación no implementamos un sistema de base de datos, pero concordamos que si se debe aplicar las nuevas tendencias tecnológicas como la inteligencia comercial en búsqueda de información que nos permita

mejores resultados en las gestiones internas, como lo hemos realizado en la exploración y selección de nuevos proveedores para la reducción de costos y el beneficio de RKL.

- Molina (2015) en su tesis “Desarrollo de un aplicativo de Bussines Inteligence para la empresa importadora Tomeamba S.A” concluyo que la aplicación de Bussines Inteligence es una herramienta importante en el departamento de repuestos de la empresa, ya que provee de toda la información relevante para el área de negocios, así mismo se facilita la toma de decisiones de los datos obtenidos a través de su implementación, se obtiene un escenario completo desde el área de abastecimiento hasta la comercialización final de los productos y mantienen la información actualizada. Efectivamente, en este estudio también se comprueba que mediante la aplicación de la inteligencia comercial se obtienen los datos necesarios para el aprovisionamiento y selección de proveedores, con el fin de analizar el más idóneo para la empresa. Esta herramienta nos permite tener un panorama más amplio de todas las fábricas que exportan motopartes, donde se podrá estudiar el más conveniente que nos permita cumplir con el objetivo deseado.
- Chávez, Muñoz, Rojas y Vera (2018) en su tesis “Plan de negocio para la importación y comercialización de bicicletas, repuestos y accesorios en el mercado peruano”, validaron que mediante una estrategia de negociación se podrá obtener precios competitivos en el mercado nacional, todo como resultado de las importaciones con proveedores estratégicos que puedan brindar productos innovadores y precios fijos por volúmenes anuales de compras, con el fin de mejorar el precio de venta y por ende la ganancia de la empresa. Nuestro trabajo de investigación si comparte la teoría de los autores en mención, siendo uno de los planteamientos como estrategia de negociación las compras por volúmenes anuales para reducir los costos de los productos y mejorar las ganancias de la empresa. Es importante destacar y validar las conclusiones de estos autores, ya que afirman que, si una empresa aplica un análisis estratégico de negociación con una visión a los objetivos de la corporación, se podrá conseguir los resultados esperados.

- Martínez (2017) en su tesis “Importación de motos eléctricas desde China”, valido que centrándose en el estudio de la oferta y demanda atreves de la recolección de datos de los exportadores e importadores de motocicletas , se llega a la conclusión, que el país de China por ser potencia mundial reúne todas las condiciones como exportador para ofrecer un producto que va de acuerdo a las tendencias y necesidades del mercado nacional, dicha investigación también se basa en el estudio minucioso de los procedimientos de importación que da inicio con la búsqueda estratégica de proveedores y negociación de los costos según el incoterm a aplicar. Efectivamente, en este estudio también realizamos un análisis de todas las empresas nacionales que importan repuestos de motocicletas desde China, en calidad de demandantes y los principales países que exportan el mismo producto, en calidad de ofertantes, dando como conclusión que la mayor partes de importación de este producto y sus repuestos provienen del país asiático, a la vez , resaltamos como tema principal de investigación, que mediante un análisis estratégico de proveedores se podrá obtener los beneficios económicos esperados.
- Gutiérrez (2013) concluyo en su tesis “Análisis económico del mercado de importaciones de repuestos eléctricos y autolujos para el Cantón Balzar” que la importación de repuestos para vehículos de transporte es rentable para la creación de una empresa de este tipo, así mismo es importante establecer contactos con distribuidores calificados, conocer la trayectoria y la calidad de productos que puedan ofrecer para la satisfacción del cliente. Efectivamente, en esta investigación también se puede comprobar que las importaciones de repuestos nos darán una considerable reducción de costos para la empresa y más aún si se trata de importaciones directas de fábrica, en cuanto a la selección de nuevos proveedores se destaca el precio y la calidad del producto que es una herramienta beneficiosa para la RKL, donde toda empresa debe de disponer de productos de calidad para la satisfacción del cliente y por ende la permanencia de la empresa en el mercado peruano.

5.2. Conclusiones

La presente investigación ha permitido alcanzar las siguientes conclusiones relacionadas con los objetivos propuestos en la presente tesis, vinculadas a las oportunidades de mejora en la gestión de evaluación de nuevos proveedores para la empresa objeto de estudio. Las conclusiones se presentan siguiendo la misma secuencia metodológica establecida en la investigación.

- De acuerdo con el objetivo general se concluye que la aplicación de la inteligencia comercial si influye en la importación directa de motopartes para la empresa RKL. Con esta herramienta de negocios se pudo reunir información de la compañía, tanto interna como externa, con el fin de transformarla en oportunidades para la toma de decisiones en los procesos de selección de proveedores, de esta manera lograr los objetivos económicos en cuanto a reducción de costos.
- De acuerdo con el primer objetivo específico, se concluye que la Inteligencia Comercial si influye en la selección de nuevos proveedores, gracias a este estudio se pudo obtener cinco nuevas empresas de origen chino que se dedican exclusivamente al rubro de manufactura, a la vez se consiguió los precios de sus productos y condiciones para la exportación hacia nuestro país. Con la nueva información obtenida se procedió a realizar una evaluación (matriz de ponderación) junto con los proveedores tradicionales de la empresa (trading company), concluyendo que es más beneficioso realizar compras directamente con proveedores de fábrica, teniendo como dimensiones principales para su evaluación: costo y calidad del producto. A vez se determinó que la línea de productos de sistema eléctrico tiene un nivel más importante para la empresa ocupando el 40% de sus compras anuales, como segundo lugar le sigue la línea de cables con un 25% de importancia, como tercer lugar se ubica la línea de baterías con un 15%, por último, la línea de rodajes y neumáticos con un 10% de importancia cada uno.

- De acuerdo al segundo objetivo específico, se concluye que con la aplicación de la inteligencia comercial se puede lograr los objetivos planteados en cuanto a reducción de costos y beneficios económicos esperados, es así, que según el análisis de los primeros 21 ítems más comerciales de la empresa en los periodos 2016 y 2017, se asumió un costo total FOB de \$143,337, sin embargo, si la importación hubiera sido realizada con proveedores directamente de fábrica en los mismos periodos de tiempo, se hubiera asumido un menor costo FOB de \$109,817 más un ahorro a favor de \$33,520, por solo la importación de los 21 ítems seleccionados. Por último, realizando la comparación y análisis de resultados se llegó a la conclusión que importando directamente de proveedores fabricantes se obtiene una ganancia del 63% y con los proveedores tradicionales (trading company) solo se gana el 37%. Según estos resultados, se concluye que importando directamente de empresas fabricantes se obtiene un menor costo total y por ende una mayor ganancia, a comparación de las importaciones realizadas con proveedores comerciantes (trading company).

5.3. Recomendaciones

- Debido a que la tecnología juega un papel importante en estos tiempos, se recomienda su uso de manera eficaz, con el fin de obtener información necesaria que aporte en la toma de decisiones para el proceso de negociación e importación de la empresa RKL. Por otra parte, también se recomienda la implementación de esta herramienta para conocer la competencia, nivel de participación en el mercado nacional y crecimiento de las empresas participantes en el rubro de repuestos.
- Se recomienda implementar como proceso para el área de compras un análisis de ponderación para la evaluación de proveedores, con esta herramienta se busca estandarizar un modelo de gestión que optimice los resultados y se obtenga los objetivos deseados por la empresa. Este proceso para implementar es parte de la aplicación de la inteligencia comercial que busca recolectar información para su debido análisis y toma de decisiones, que son de alto beneficio para la empresa.

Así mismo es de suma importancia enfocarse en la importación de los productos con mayor demanda como el sistema eléctrico, que obtuvo una importancia del 40% de todos los productos importados.

- Para lograr el objetivo de reducción de costos se recomienda realizar negociaciones directamente con proveedores de fábrica de los productos con mayor demanda, de esta manera se podrá tener acceso a descuentos por volumen de compra y convenios que solo ofrecen las empresas fabricantes. De esta manera RKL podrá ofrecer precios más competitivos en el mercado nacional y por ende aumentar el volumen de sus ventas para lograr las ganancias esperadas.
- Se recomienda trabajar con un inspector de calidad en las dos primeras importaciones de los nuevos proveedores, donde se certifique calidad y cantidad antes de despachar los pedidos de la empresa, de esta manera afianzar un vínculo de negociación confiable con el proveedor. Una buena alternativa es la empresa

GSC Inspection, que tiene sedes en varios países del mundo y los costos de sus servicios son negociables.

- Investigar la cultura del país a negociar, adaptarse a sus costumbres con el fin de estrechar relaciones comerciales para facilitar el comercio entre ambos países.
- Se recomienda identificar los productos importados de las empresas competidoras a través de las herramientas electrónicas de inteligencia comercial, lo cual servirá de ayuda para evaluar otras alternativas que podrían ser agregadas a nuestro catálogo de productos.
- No cerrar las puertas a posibles proveedores de otros países que puedan ser grandes alternativas de negociación para aumentar la gama de nuestros productos, con el fin de aumentar nuestra cartera de proveedores.
- Para reforzar la aplicación de la inteligencia comercial en la búsqueda de nuevos proveedores, se recomienda explorar por internet ferias internacionales que se realicen en nuestro país.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Acosta Roca, F. (2005). *Tramites y Documentos en materia aduanera*. Mexico: ISEF EMPRESA LIDER.
- Albán, J & García, J. (2018). “*Solución de inteligencia de negocios para mejorar la toma de decisiones estratégicas en los aspectos de tiempo y costos en la empresa BATERÍAS CHENG*” (tesis de licenciatura). Universidad Privada Antenor Orrego, Perú.
- Alibaba, noviembre 2018, de *Shenzhen Tianjiu Electronics Co. Ltd.*, Sitio web: https://tianjiubm.en.alibaba.com/company_profile.html?spm=a2700.supplier-grw.35.3.e8fe4e9cI1lnhL#top-nav-bar
- Alibaba. noviembre 2018, de *Longcheng Motor Vehicle Parts Co., Ltd.* Sitio web: https://cqjddq.m.en.alibaba.com/company_profile.html
- Alibaba, octubre 2018, de *Chongqing Dejia Electric Co., Ltd.* Sitio web: https://cqjddq.en.alibaba.com/company_profile.html?spm=a2700.supplier-grw.35.3.16597bb4TcOER5#top-nav-bar
- Álvarez, M. (Segunda Quincena de Agosto 2013). *Declaración Aduanera de Mercancías (DAM)*. Área de Negocios Internacionales, p.1.
- Araz, C. Y Ozkarahan, I. (2007). *Sistema de evaluación y gestión de proveedores para el abastecimiento estratégico basado en un nuevo procedimiento de clasificación multicriterio*. Revista Internacional de Economía de la Producción, 1, 585-606.
- Ballesteros, A. (1998). *Comercio Exterior*. (p.37). España: F.G. Editorial Graf S.L.
- Behar Rivero, D. S. (2008). *Metodología de la Investigación*. Editorial Shalom.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodologia de la Investigación*. Colombia: Editorial Pearson.
- Bassat, L. (2011). *Inteligencia comercial*. Barcelona. Plataforma.
- Braglia, M. & Petroni, A., (2000). *Una metodología orientada al aseguramiento de la calidad para el manejo de las compensaciones en la selección de proveedores*. Distribución Física y Logística Gestión, 30 (2), pp.96-111.

- Boer, L., Labro, E. & Morlacchi, P., 2001. *Una revisión de los métodos que apoyan la selección de proveedores*. *Compras y Gestión de Suministros*, 7(2), pp.75–89
- Boer, L. Weger, L. and Telgen, J. (1998). *Métodos de outranking en apoyo de la selección de proveedores*. *Compras y Gestión de Suministros*, 4 (2-3), 109-118.
- Chávez,A & Muñoz,R & Rojas,C & y Vera,G. (2018). “*Plan de negocio para la importación y comercialización de bicicletas, repuestos y accesorios en el mercado peruano*” (tesis de Magister). Universidad ESAN, Perú.
- Daniels, J; Radebaugh, L; Sullivan, D (2013) *Negocios Internacionales Ambientes y Operaciones* 14ª. Edición
- Del Real M, (31 de octubre de 2009). *Fabricante*. Recuperado de <https://www.consumoteca.com/economia-familiar/empresas-y-cooperativas/fabricante/>
- Esplugues Mota, C. (Ed.), Barona Vilar, S., & Hernández Martí, J. (1999). *Contratación internacional* (2ºed.). Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Falcón, N. (2012) “*Desarrollo de una solución de Inteligencia de Negocios en el manejo de estadísticas de control en la venta de repuestos de la empresa Talleres Ambamazda S*” de la ciudad de Ambato” (Tesis de Magíster) Universidad Técnica de Ambato – Ecuador
- Garzon, M. (2015). *Importancia de la información en la empresa*. Recuperado de: <http://www.lanuevarutadeempleo.com/node/6497>
- Ho, W., Xu, X. & Dey, P.K., (2010). *Múltiples criterios de toma de decisiones para el proveedor. Evaluación y selección*. *Investigación Operacional*, 202(1), pp.16–24
- Hernández Sampieri Roberto & Fernandez Collado Carlos & Baptista Lucio Pilar. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Editorial Mc Graw - Hill Interamericana Editores.
- ITC basados en estadísticas de UN COMTRADE ITC. (s.f). <https://www.trademap.org/Country>
- Jerez Riesco, J. L. (2011). *Comercio Internaional*. Madrid: Editorial Esic.

- Kotler, P. (7 de agosto de 2012). *Fundamentos del Marketing*. Recuperado de <http://fundamentos-del-marketing.blogspot.com/2012/08/proveedores-e-intermediarios.html>
- Llamazares, O. (2018) *¿Qué es un Trading Company?* Biblioteca Online de Comercio Internacional [Versión electrónica]. Madrid: Trade Library., <https://www.globalnegotiator.com/files/Que-es-una-Trading-Company.pdf>
- Made in China, noviembre 2018, de *Guangzhou Oumurs Motorcycle Parts Co., Ltd.* Sitio web: <https://oumurs.en.made-in-china.com>
- Made in China, noviembre 2018, de *Qingdao Huada Rubber Production Co., Ltd.* Sitio web: https://es.made-in-china.com/co_huadatire/
- Mamani, J. (2015). *Determinación de los costos de importación Tratamiento contable*. Primera Quincena de Setiembre 2015, de *Actualidad Empresarial No 334*. Sitio web: http://www.aempresarial.com/web/revitem/5_18091_49229.pdf
- Martínez, J. (2017). *“Importación de motos eléctricas desde China”* (tesis de licenciatura). Universidad Las Américas, Ecuador
- McBride, E. (2011) *La importancia de la inteligencia comercial en los agronegocios*. En revista virtual *Conexión Esan*. <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2011/05/09/la-importancia-de-la-inteligienciacomercial-en-los-agronegocios>.
- Medina, E. (2012). *Business Intelligence*. Editorial Metrocolor. Lima.
- Mercado.P (2016). *El mercado de mototaxis crece, ¿sabes cuántas se venden al año?* El Comercio. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/negocios/mercado-mototaxis-crece-venden-ano-206856>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2013). *El ABC del comercio exterior*. Recuperado de https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/comercio_exterior/Sitios/Pecex/lecturas_complementarias/02_GUIA_DEL_IMPORTADOR.pdf

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2017). *Tratado de Libre Comercio Perú-China*. Recuperado de: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/certificacion_de_origen/manuales/CHINA.pdf
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2018). *Politica arancelaria*. Recuperado de: <https://www.mef.gob.pe/es/economia-internacional/politica-arancelaria/definiciones>
- Molina, D. (2015) “*Desarrollo de un aplicativo de Bussines Inteligence para la empresa importadora Tomeamba S.A.*” (Titulo de Magister) Universidad de las Fuerzas Armadas – Ecuador
- Normas Legales (2008) *Ley general de Aduanas* <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/gja-03.htm>
- Patton, W.E., (1996). *Uso de modelos de juicio humano en decisiones de selección de vendedores de compradores industriales*. *Dirección de Marketing Industrial*, 25(2), pp.135–149.
- Rivera, K. (2013) “*Análisis económico del mercado de importaciones de repuestos eléctricos y auto lujos para el cantón Balzar*” (Tesis de Licenciatura) Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Rojas, K (2016). *Inteligencia Comercial aplicada a la administración de negocios internacionales*.
- Talluri, S., Narasimhan, R. & Nair, A., (2006). *Desempeño del proveedor con riesgo de suministro: un enfoque de la DEA restringido por chancecretos*. *Internacional de Economía de la Producción*, 100(2), pp.212–222.
- Talluri, S., (2013). *Racionalización de proveedores Un modelo de decisión de abastecimiento*. *Ciencias de la Decisión de Educación Innovadora*, 44(1), pp.57–86.
- World, R. (2013, octubre). *El mercado mundial de partes de motocicletas crecerá un 7.5%*. *The Rubber expert*. Recuperado de <http://www.jorgemandelbaum.com/>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

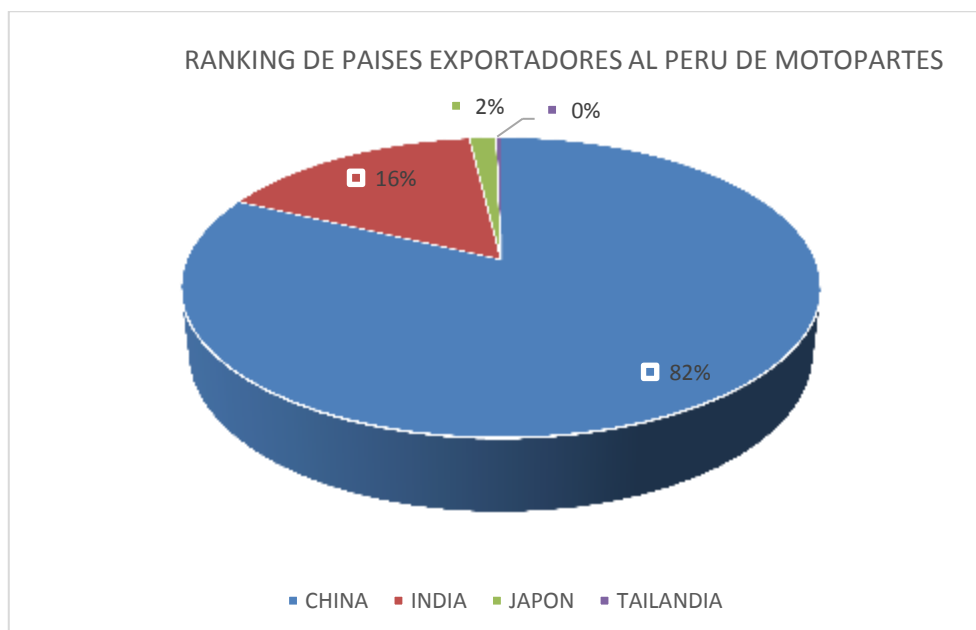
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable Independiente	Indicadores	Metodología
¿De qué manera la aplicación de la inteligencia comercial influye en la importación de motopartes para la empresa RKL?	Analizar si la aplicación de la inteligencia comercial influye en la importación de motopartes para la empresa RKL.	<p>Alternativa: La aplicación de la inteligencia comercial si influye en la importación de motopartes para la empresa RKL.</p> <p>Nula: La aplicación de la inteligencia comercial no influye en la importación de motopartes para la empresa RKL.</p>	Inteligencia Comercial	<ul style="list-style-type: none"> . Costo FOB histórico. . Ganancia Bruta histórica. . Precios. . Evaluación de proveedores. 	<p>Enfoque de investigación: Cuantitativa Descriptiva</p> <p>Tipo de estudio: Básica</p> <p>Diseño de estudio: No Experimental</p>
Problemas Específicos	Objetivo Específicos	Hipótesis Especificas	Variable dependiente	Indicadores	Población y muestra:
¿De qué manera la aplicación de la inteligencia comercial influye en la selección de nuevos proveedores de empresa RKL?	Determinar si la aplicación de la inteligencia comercial influye en selección de nuevos proveedores en la empresa RKL.	<p>Alternativa: La aplicación de la inteligencia comercial si influye en la selección de nuevos proveedores en la empresa RKL.</p> <p>Nula: La aplicación de la inteligencia comercial no influye en la selección de nuevos proveedores en la empresa RKL.</p>	Importación	<ul style="list-style-type: none"> . Cantidad de ítems. . Cantidad de compras por periodo. . Reducción de costos. . Ahorros esperados. 	<p>Información documentada de importaciones del periodo 2016 al 2018.</p> <p>Método de investigación: Correlacional.</p>
¿De qué manera la aplicación de la inteligencia comercial influye en la reducción de costos para la empresa RKL?	Definir como la aplicación de la inteligencia comercial influye en la reducción de costos de la empresa RKL.	<p>Alternativa: La aplicación de la inteligencia comercial si influye en la reducción de costos de la empresa RKL.</p> <p>Nula: La aplicación de la inteligencia comercial no influye en la reducción de costos de la empresa RKL.</p>			<p>Técnicas e instrumentos de recolección de datos: Información documentaria</p> <p>Métodos de análisis de datos: SPSS</p>

Anexo 2: Principales países exportadores de motopartes al Perú – periodo 2016-2017

PARTIDA ARANCELARIA: 8714109000

AÑO	FOB CHINA	FOB INDIA	FOB JAPON	FOB TAILANDIA
2016	29,132,102.43	5,682,209.98	573,185.50	102,979.22
2017	34,559,837.61	7,342,680.09	401,657.99	295,619.62

Fuente: ADEX
Elaboración propia



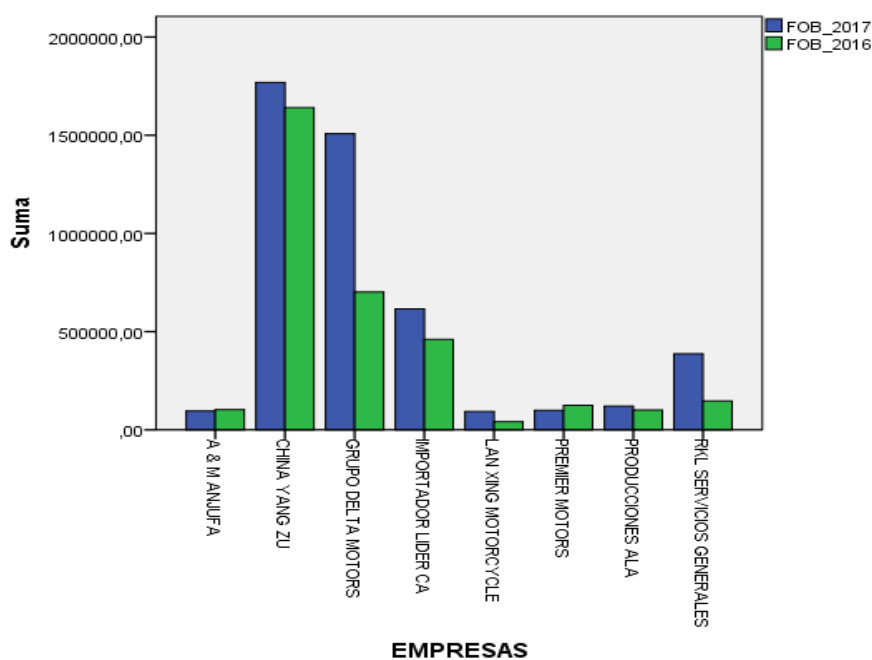
Fuente: ADEX
Elaboración propia

Anexo 3: Importaciones de China por empresas peruanas (competencia directa), periodo 2016-2017

POSICION	EMPRESAS		FOB_2016	FOB_2017	PARTICIPACION (%) 2017	ACUMULADO (%) 2017	VAR 2017/2016 (%)
			Suma	Suma	Suma	Suma	Suma
6	EMPRESAS	CHINA YANG ZU	1640967,00	1768418,00	5,10	55,79	7,77
7	EMPRESAS	GRUPO DELTA MOTORS	702042,00	1507877,00	4,35	60,14	114,78
15	EMPRESAS	IMPORTADOR LIDER CA	460799,00	615823,00	1,78	79,43	33,64
18	EMPRESAS	RKL SERVICIOS GENERALES	146962,00	387050,00	1,12	83,27	163,37
34	EMPRESAS	PRODUCCIONES ALA	101429,00	120759,00	,35	92,25	19,06
37	EMPRESAS	PREMIER MOTORS	124691,00	99674,00	,29	93,14	20,06
40	EMPRESAS	A & M ANJUFA	102752,00	96033,00	,28	93,98	6,54
42	EMPRESAS	LAN XING MOTORCYCLE	41123,00	93725,00	,27	94,52	127,91

Fuente: ADEX

Elaboración propia



EMPRESAS

Fuente: ADEX

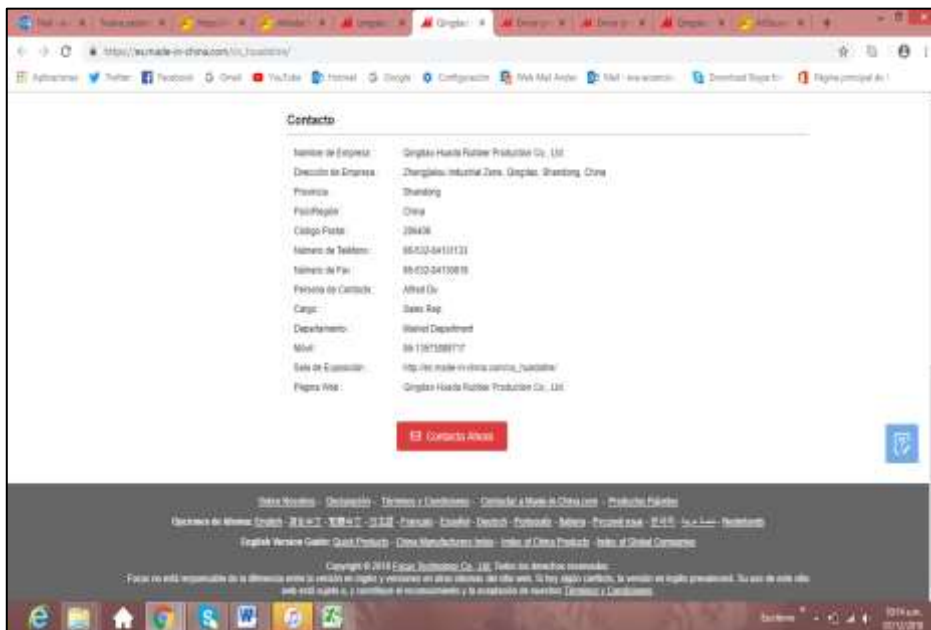
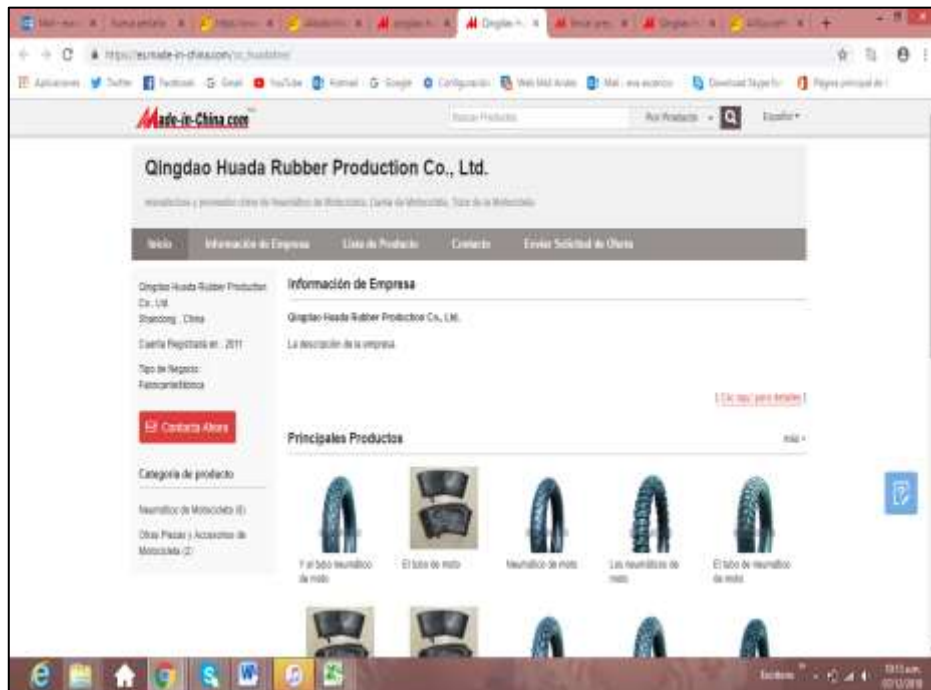
Elaboración propia

Anexo 4: Declaración única de aduanas - DAM

Aduana		CA ² digo	DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A)			2	REGISTRO DE ADUANA
MARITIMA DEL CALLAO		118					
NA ^o Orden	Destinaci ^o n	Modalidad	Tipo Despacho	NA ^o DUA Prov.	NA ^o Declaraci ^o n: 449144		
173192	10	1	NORMAL		Fecha Numeraci ^o n:13/11/2017		
1	IDENTIFICACION	1.1 Importador/Exportador			Sujeto a: VERDE		
		RKL SERVICIOS GENERALES E.I.R.L.					
1.2 CA ² digo y Documento de Identificaci ^o n		1.3 Direcci ^o n de Importador/Exportador			1.4 Cod.Ubi.Geo.		
4 - 20600807383		JR. JOSE PEZET NRO. 407 URB. HUAQUILLAY (AV. BELAUNDE OESTE					
3	TRANSPORTE	3.1 Empresa Transporte CA ² digo		3.2 NA ^o Manifiesto	3.3 VAa Transporte CA ² digo		
		- 5022		2017 - 2919	1 - MARITIMO		
3.4 Fecha Termino Desc/Embar		3.5 Empresa Transporte (T/R) CA ² digo		3.6 Unidad Transporte (T/R)		3.7 Aduana D/S CA ² digo	
		-					
4	ALMACEN	4.1 DepA ² sito Temporal CA ² digo		4.2 DepA ² sito A.Autorizado CA ² digo		4.3 Plazo Solicitado	
		- 4133				0	
5	TRANSACCION	5.1 Entidad Financiera CA ² digo			5.2 Modalidad CA ² digo		
		OTROS - 099			OTRAS FORMAS DE PAGO - 7		
6	VALOR ADUANA	6.1 FOB/Valor Clausula venta	6.2 Flete/Comisi ^o n Exterior	6.3 Seguro/Otros Gastos Deducibles	6.4 Total Ajustes	6.5 Valor Aduana/ Valor Neto Entrega	
		91096.65	2000	337.06	0	93,433.71	
8	DECLARANTE	8.1 Declarante (Tipo - Nro. de documento - Raz ^o n Social)					
		RUC 20511495998 - LOGISTICA LOS OLIVOS S.A. AGENCIA DE ADUANA					
OTROS DATOS DILIGENCIA	Total Peso Neto		Total Peso Bruto		Total Bultos		Total U.FAsicas
	26000.0		26220.0		1264.0		120630.0
						Total U.Comercial	
						113180.0	

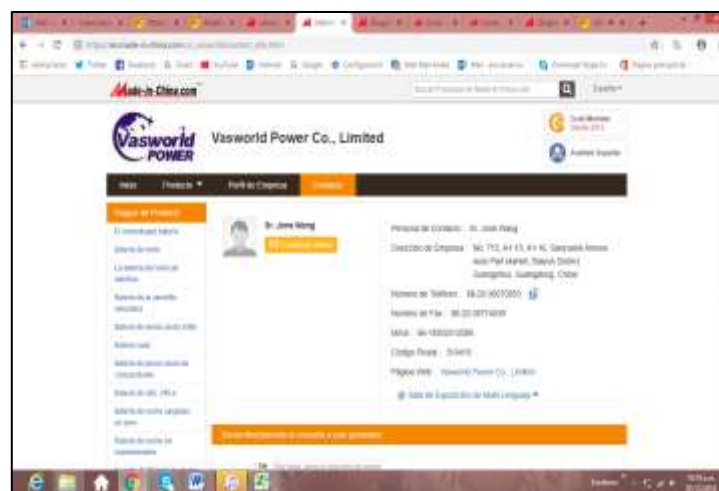
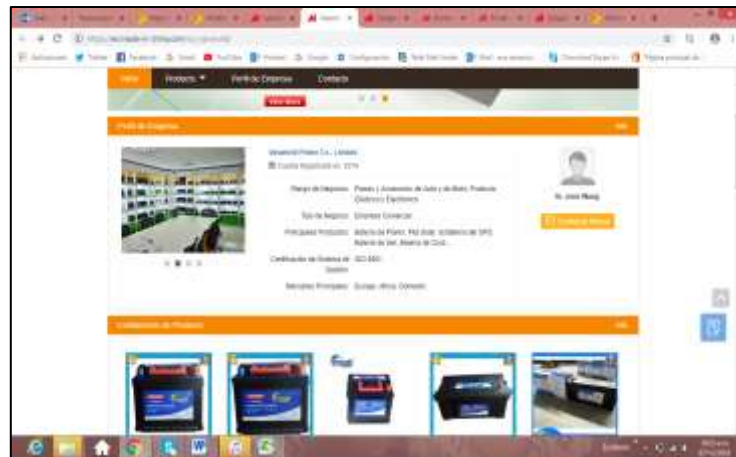
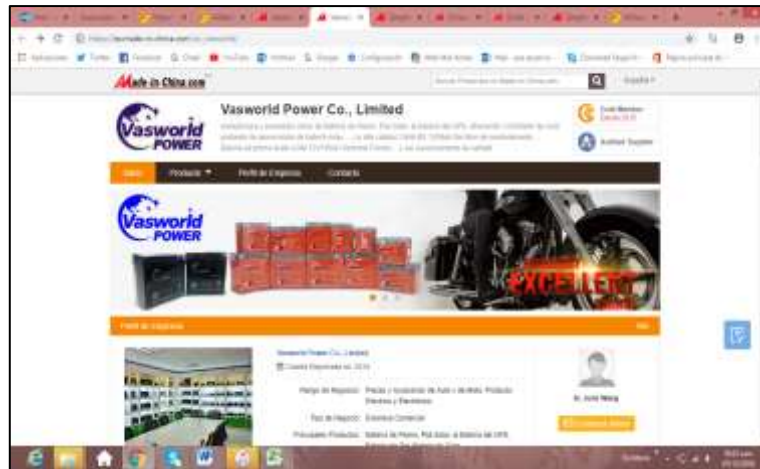
Fuente: Aduanas

Anexo 5: Búsqueda de proveedores QINGDAO HUADA RUBBER PRODUCTION



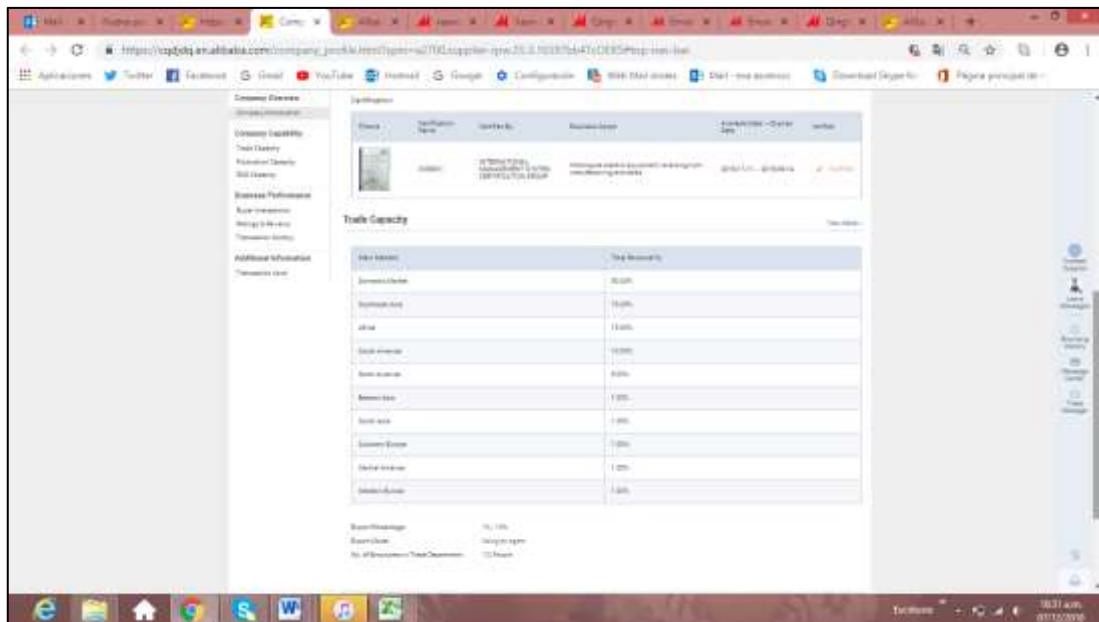
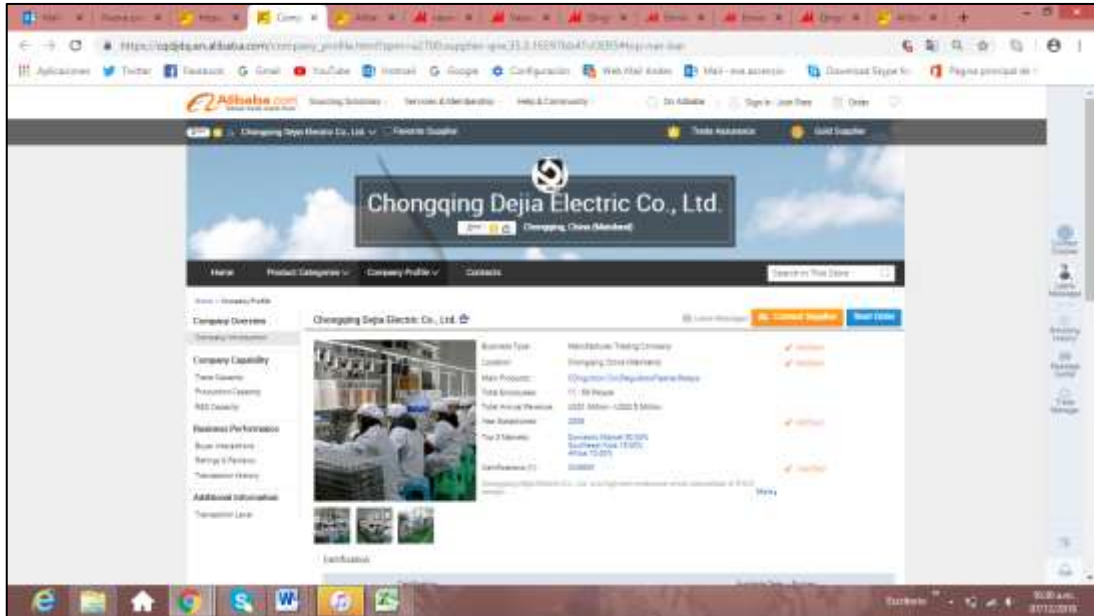
Fuente: Made-in-China.com

Anexo 6: Búsqueda de proveedores VASWORLD POWER



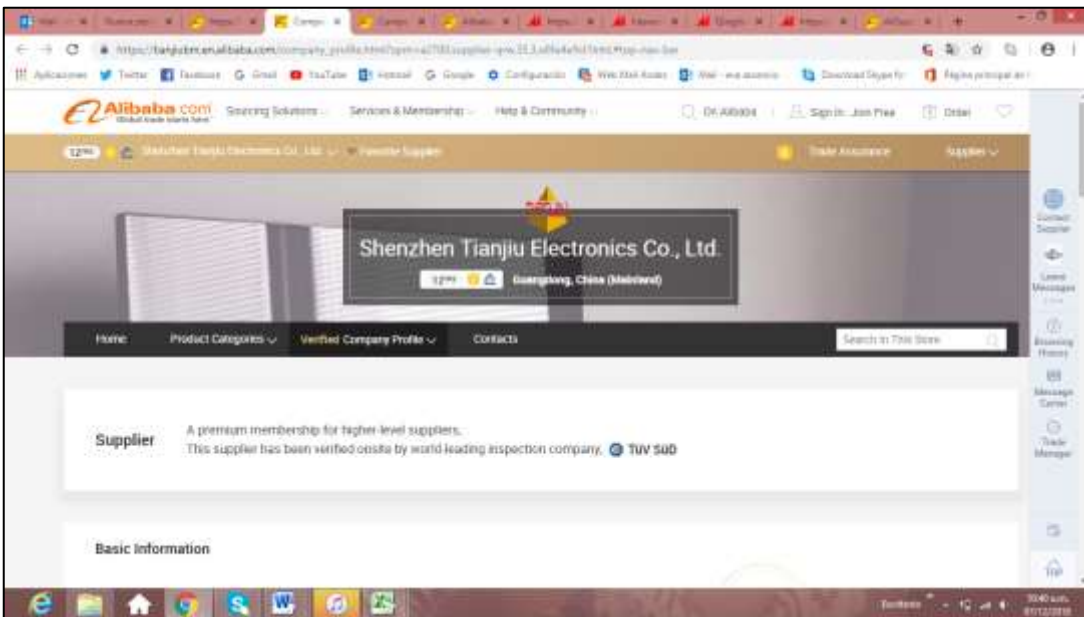
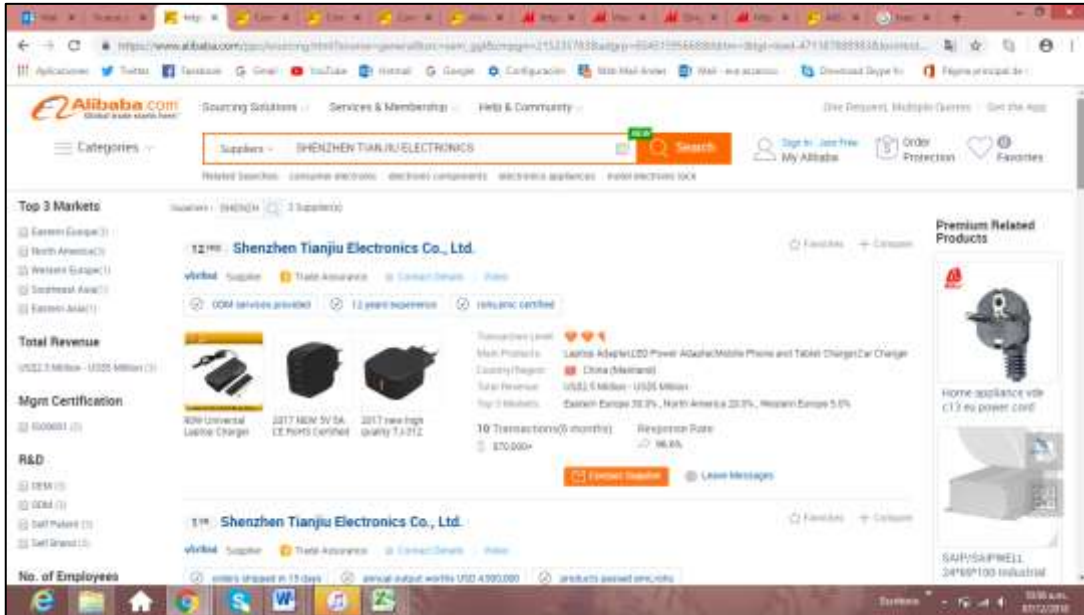
Fuente: Made-in-China.com

Anexo 7: Búsqueda de proveedores CHONGQING DEJIA ELECTRIC



Fuente: Alibaba.com

Anexo 8: Búsqueda de proveedores SHENZHEN TIANJIU ELECTRONICS



Fuente: Alibaba.com

Anexo 9: Tabla de ponderación para selección de proveedores (rodajes)

SELECCIÓN DE PROVEEDORES DE RESPUESTOS DE RODAJES								
INFORMACION			PROVEEDORES RODAJES					
			ZT INDUSTRY GROUP	PUNT.	ZEVEN	PUNT.	CIXI VETOR BEARING	PUNT.
Nº	DIMENSIONES POR ORDEN DE IMPORTANCIA	PONDERADO						
1	PRECIO	0.40	1.00	2.50	1.20	3.00	1.20	3.00
2	CALIDAD	0.20	0.50	2.50	0.40	2.00	0.50	2.50
3	GARANTÍA	0.15	0.27	1.80	0.30	2.00	0.30	2.00
4	TECNOLOGÍA	0.15	0.30	2.00	0.23	1.50	0.15	1.00
5	CALIDAD DE RESPUESTA ANTE LOS SERVICIOS POST VENTA	0.10	0.12	1.20	0.15	1.50	0.15	1.50
6	TOTAL	1.00	2.19	10.00	2.28	10.00	2.30	10.00
FUENTE: RKL								
ELABORACION: PROPIA								

Anexo 10: Tabla de ponderación para selección de proveedores (baterías)

SELECCIÓN DE PROVEEDORES DE BATERIAS								
INFORMACION			PROVEEDORES BATERIAS					
			ZT INDUSTRY GROUP	PUNT.	VASWORLD POWER	PUNT.	SHENZHEN TIANJIU ELECTRONICS	PUNT.
Nº	DIMENSIONES POR ORDEN DE IMPORTANCIA	PONDERADO						
1	PRECIO	0.40	1.00	2.50	1.20	3.00	1.00	2.50
2	CALIDAD	0.20	0.40	2.00	0.40	2.00	0.40	2.00
3	GARANTÍA	0.15	0.30	2.00	0.30	2.00	0.30	2.00
4	TECNOLOGÍA	0.15	0.30	2.00	0.23	1.50	0.23	1.50
5	CALIDAD DE RESPUESTA ANTE LOS SERVICIOS POST VENTA	0.10	0.15	1.50	0.15	1.50	0.20	2.00
6	TOTAL	1.00	2.15	10.00	2.28	10.00	2.13	10.00
FUENTE: RKL								
ELABORACION: PROPIA								

Anexo 11: Tabla de ponderación para selección de proveedores (neumáticos)

SELECCIÓN DE PROVEEDORES DE NEUMATICOS								
INFORMACION			PROVEEDORES NEUMATICOS					
			ZT INDUSTRY GROUP	PUNT.	QINGDAO HUADA RUBBER PRODUCTION	PUNT.	OMOTO	PUNT.
Nº	DIMENSIONES POR ORDEN DE IMPORTANCIA	PONDERADO						
1	PRECIO	0.40	1.00	2.50	1.20	3.00	1.00	2.50
2	CALIDAD	0.20	0.40	2.00	0.40	2.00	0.40	2.00
3	GARANTÍA	0.15	0.23	1.50	0.30	2.00	0.30	2.00
4	TECNOLOGÍA	0.15	0.30	2.00	0.15	1.00	0.23	1.50
5	CALIDAD DE RESPUESTA ANTE LOS SERVICIOS POST VENTA	0.10	0.20	2.00	0.20	2.00	0.20	2.00
6	TOTAL	1.00	2.13	10.00	2.25	10.00	2.13	10.00
FUENTE: RKL								
ELABORACION: PROPIA								

Anexo 12: Tabla de ponderación para selección de proveedores (sistema eléctrico)

SELECCIÓN DE PROVEEDORES DE SISTEMA ELECTIRCO								
INFORMACIÓN			PROVEEDORES SIST. ELECTRICO					
			ZT INDUSTRY GROUP	PUNT.	ZEVEN	PUNT.	CHONGQING DEJIA ELECTRIC	PUNT.
N°	DIMENSIONES POR ORDEN DE IMPORTANCIA	PONDERADO						
1	PRECIO	0.40	1.00	2.50	1.20	3.00	1.20	3.00
2	CALIDAD	0.20	0.40	2.00	0.40	2.00	0.50	2.50
3	GARANTÍA	0.15	0.30	2.00	0.23	1.50	0.23	1.50
4	TECNOLOGÍA	0.15	0.30	2.00	0.30	2.00	0.23	1.50
5	CALIDAD DE RESPUESTA ANTE LOS SERVICIOS POST VENTA	0.10	0.15	1.50	0.15	1.50	0.15	1.50
6	TOTAL	1.00	2.15	10.00	2.28	10.00	2.30	10.00
FUENTE: RKL								
ELABORACION: PROPIA								

Anexo 13: Tabla de ponderación para selección de proveedores (sistema de cables)

SELECCIÓN DE PROVEEDORES DE PROVEEDORES DE CABLES								
INFORMACION			PROVEEDORES DE CABLES					
			ZT INDUSTRY GROUP	PUNT.	GUANGZHOU LONGCHENG MOTOR VEHICLE PARTS	PUNT.	ZEVEN	PUNT.
N°	DIMENSIONES POR ORDEN DE IMPORTANCIA	PONDERADO						
1	PRECIO	40%	1.00	2.50	1.20	3.00	1.00	2.50
2	CALIDAD	20%	0.30	1.50	0.40	2.00	0.40	2.00
3	GARANTÍA	15%	0.30	2.00	0.23	1.50	0.30	2.00
4	TECNOLOGÍA	15%	0.30	2.00	0.30	2.00	0.23	1.50
5	CALIDAD DE RESPUESTA ANTE LOS SERVICIOS POST VENTA	10%	0.20	2.00	0.15	1.50	0.20	2.00
6	TOTAL	100%	2.10	10.00	2.28	10.00	2.13	10.00
FUENTE: RKL								
ELABORACION: PROPIA								

Anexo 14: Porcentaje de importancia de acuerdo con la línea de productos RKL

MAYOR DEMANDA EN PORCETANJE POR RKL	
SISTEMA ELECTRICO	40
CABLES	25
BATERIAS	15
RODAJES	10
NEUMATICOS	10
TOTAL	100

Fuente: RKL Elaboración propia

Anexo 15: Descripción de atributos por fábrica – Rodajes

PROVEEDORES DE RODAJES	PRECIO	CALIDAD	GARANTIA	TECNOLOGIA	SERV. POST VENTA/TIEMPO
ZT INDUSTRY GROUP	Precios altos	Buena calidad "A"	No cuenta con certificación ISO	Buena tecnología	Cuenta con serv. post venta/Limitación tiempo
ZEVEN	Precio estándar	Mala calidad "C"	No cuenta con certificación ISO	Tecnología estándar	Cuenta con serv. post venta/Limitación tiempo
CIXI VETOR BEARING	Precios bajos	Buena calidad "A+"	Certificación ISO 9001:2018	Tecnología estándar	Cuenta con serv. post venta directo

Fuente: Elaboración propia

Anexo 16: Descripción de atributos por fábrica – Baterías

PROVEEDORES DE BATERIAS	PRECIO	CALIDAD	GARANTIA	TECNOLOGIA	SERV. POST VENTA/TIEMPO
ZT INDUSTRY GROUP	Precios bajos	Buena calidad "A"	No cuenta con certificación ISO	Buena tecnología	Cuenta con serv. post venta/Limitación tiempo
SHENZHEN TIANJIU ELECTRONICS	Precios bajos	Buena calidad "A"	No cuenta con certificación ISO	Tecnología estándar	Cuenta con serv. post venta/Limitación tiempo
VASWORLD POWER	Precios bajos	Buena calidad "A"	Cuenta con certificación internacional	Tecnología estándar	Cuenta con serv. Post venta directo

Fuente: Elaboración propia

Anexo 17: Descripción de atributos por fábrica – Neumáticos

PROVEEDORES DE NEUMATICOS	PRECIO	CALIDAD	GARANTIA	TECNOLOGIA	SERV. POST VENTA
ZT INDUSTRY GROUP	Precios altos	Buena calidad "A"	No cuenta con certificación ISO	Buena tecnología	Cuenta con serv. post venta/Limitación tiempo
OMOTO	Precios altos	Buena calidad "A"	No cuenta con certificación ISO	Tecnología estándar	No cuenta con serv. post venta
QINGDAO HUADA RUBBER PRODUCTION	Precios bajos	Buena calidad "A+"	Certificación ISO 9001:2018	Tecnología estándar	Cuenta con serv. Post venta directo

Fuente: Elaboración propia

Anexo 18: Descripción de atributos por fábrica – Eléctrico

PROVEEDORES SIST. ELECTRICO	PRECIO	CALIDAD	GARANTIA	TECNOLOGIA	SERV. POST VENTA
ZT INDUSTRY GROUP	Precios altos	Buena calidad "A"	No cuenta con certificación ISO	Buena tecnología	Cuenta con serv. post venta/Limitación tiempo
ZEVEN	Precios bajos	Mala calidad "C"	No cuenta con certificación ISO	Tecnología estándar	Cuenta con serv. post venta/Limitación tiempo
CHONGQING DEJIA ELECTRIC	Precios bajos	Buena calidad "A+"	Certificación ISO 9001:2018	Tecnología estándar	Cuenta con serv. Post venta directo

Fuente: Elaboración propia

Anexo 19: Descripción de atributos por fábrica – Cables

PROVEEDORES CABLES	PRECIO	CALIDAD	GARANTIA	TECNOLOGIA	SERV. POST VENTA
ZT INDUSTRY GROUP	Precios altos	Calidad estándar "B"	No cuenta con certificación ISO	Buena tecnología	Cuenta con serv. post venta/Limitación tiempo
GUANGZHOU LONGCHENG MOTOR VEHICLE PARTS	Precios bajos	Buena calidad "A+"	Certificación ISO 9001:2017	Buena tecnología	Cuenta con serv. Post venta directo
ZEVEN	Precios bajos	Mala calidad "C"	No cuenta con certificación ISO	Tecnología estándar	Cuenta con serv. post venta/Limitación tiempo

Fuente: Elaboración propia

Anexo 20: Commercial invoice – RKL 2016 (Parte I)

ZT INDUSTRY GROUP CO., LTD

 Floor 4, Building 1, Baoshan Industry Zone, Minzhi, Longhua Town, Shenzhen, China
 TEL: 0086 - 755-28169148 0086-755-28196415 FAX:0086- 755-28169048
 E-Mail : zero@ztindustry.com Mobile phone:15875322057
 MSN: zhoushinhui06@hotmail.com Contact: Amy

COMMERCIAL INVOICE

At: RKL SERVICIOS GENERALES E.I.R.L

Add: JR JOSE PEZET 407 URB. HUAQUILLAY COMAS LIMA PERU

PI NO.: ZT-Amy20180823pe/r

Tel: 01-5495577

DATE: 29/08/2016

FOB GUANGZHOU

COD	DESCRIPCION RKL	MODELO	MARCA	U.M	CALIDAD	FOTO	CANT.	PRECIO US\$	MONTO US\$
3557	ALTERNADOR 8 BOBINA 3 HUECOS (CG150) A+	CG150 (8B-3H) A+	YK	UND	A+		800	\$ 3.70	\$ 2,960.00
3560	ALTERNADOR DE 12 BOBINA CG250 A+	12 (CG 250) A+	YK	UND	A+		100	\$ 4.57	\$ 457.14
3548	ALTERNADOR DE 18 BOBINA CARGUERO A+	18 (CARGUERO) A+	YK	UND	A+		80	\$ 4.57	\$ 365.71
3546	CAMARA 300 X 18 OLIUP ZT	S/M	YK	UND	A+		500	\$ 1.20	\$ 600.00
3833	FLASHER CON SONIDO	S/M	YK	KIT	A+		300	\$ 0.55	\$ 165.00
3834	FLASHER SIN SONIDO	S/M	YK	KIT	A+		300	\$ 0.49	\$ 147.00
3603	CABLE DE ACELERADOR C/FUNDA (GL)	CG150	YK	UND	A		2500	\$ 0.44	\$ 1,100.00
3602	CABLE DE EMBRAGUE C/FUNDA (104 CM - LARGO) GL	CG150	YK	UND	A		600	\$ 0.48	\$ 288.00
3601	CABLE DE FRENO C/FUNDA (120 CM- LARGO) GL	CG150	YK	UND	A		1500	\$ 0.48	\$ 720.00
3704	CALIPER CON DISCO COMPLETO (GL) A+	GL	YK	JGO	A+		300	\$ 11.90	\$ 3,570.00
3856	RODAJE 6202 YIKETO	6302	YK	SET	A+		400	\$ 0.27	\$ 108.00
3809	RODAJE 6301 YIKETO	6301	YK	SET	A+		400	\$ 0.32	\$ 128.00
3884	RODAJE 6302 YIKETO	6302	YK	SET	A+		400	\$ 0.40	\$ 160.00
4304	TIMON GL	GL	YK	UND	A+		320	\$ 2.19	\$ 700.95
3514	CLAXON 12V NEGRO CG	CG	YK	UND	A		600	\$ 0.46	\$ 274.29
3526	RAMAL LINEAL BROSS	BROSS	YK	UND	A		100	\$ 3.12	\$ 312.38
3509	COMANDO DERECHO ROJO GL	GL	YK	UND	A		2000	\$ 1.02	\$ 2,038.10
3508	COMANDO IZQUIERDO GL	GL	YK	UND	A		1000	\$ 1.02	\$ 1,019.05
3445	DIRECCIONAL FLEXIBLE SILICONEADO (CROMADO)	CROMADO	YK	PAR	A		200	\$ 1.41	\$ 281.90
3446	DIRECCIONAL FLEXIBLE SILICONEADO (NEW MODEL)	NEW MODEL (A)	YK	PAR	A		225	\$ 1.43	\$ 321.43

Fuente: RKL Servicios Generales E.I.R.L

Anexo 21: Commercial invoice – RKL 2016 (Parte II)

3446	DIRECCIONAL FLEXIBLE SILICONEADO (NEW MODEL)	NEW MODEL (A)	YK	PAR	A		225	\$ 1.43	\$ 321.43
3832	CAJA DE RETRO 20MM (1000 CC) DORADA A+	20MM 1000CC A+	YK	UND	A+		80	\$ 22.48	\$ 1,798.10
3516	CLAXON 12V NARANJA GL	GL	YK	UND	A+		800	\$ 0.94	\$ 754.29
3515	CLAXON 12V ROJO GL	GL	YK	UND	A+		400	\$ 0.94	\$ 377.14
3574	BATERIA SECA C/ GEL 12N6.5 A+	12N6.5	YK	UND	A+		400	\$ 9.16	\$ 3,664.00
3575	BATERIA SECA C/ GEL 12N7 3A-BS A+	12N73A (CGL)	YK	UND	A+		400	\$ 10.80	\$ 4,320.00
3584	BATERIA SECA C/ GEL 12N7B-BS A+	12N7B - BS	YK	UND	A+		400	\$ 10.00	\$ 4,000.00
3576	BATERIA SECA C/ GEL 12N9-BS A+	12N9 -BS	YK	UND	A+		400	\$ 11.10	\$ 4,440.00
3577	BATERIA SECA C/ GEL 12N7L-BS A+	12N7L -BS	YK	UND	A+		400	\$ 10.80	\$ 4,320.00
3578	BATERIA SECA C/ GEL 12N 5L-BS A+	12N 5L -BS	YK	UND	A+		400	\$ 8.59	\$ 3,436.00
3579	BATERIA SECA C/ GEL YTX 5L-BS (PULSAR) A+	YTX 5L -BS (PULSAR)	YK	UND	A+		50	\$ 8.03	\$ 401.43
3580	BATERIA SECA C/ GEL YB4-BS A+	YB4 -BS	YK	UND	A+		50	\$ 8.59	\$ 429.50
3581	BATERIA SECA C/ GEL YTX 7A-BS A+	YTX 7A -BS	YK	UND	A+		152	\$ 10.60	\$ 1,611.20
4423	FARO DELANTERO CGL (REDONDO)	CGL	YK	UND	A		375	\$ 2.90	\$ 1,089.29
3604	CABLE DE EMBRAGUE 2MM X 1.5 M SIN FUNDA	2MM X 1.5 CM VUVUZELA	YK	UND	A		30000	\$ 0.06	\$ 1,942.86
3606	CABLE DE ACELERADOR 1.5MM X 1.5M S/FUNDA	1.5MM X 1.5M	YK	UND	A		25000	\$ 0.04	\$ 1,023.81
4302	MANIJA DE EMBRAGUE IZQUIERDO C/BASE GL (A+)	GL (A)	YK	UND	A+		2500	\$ 0.77	\$ 1,928.57
4301	MANIJA DE FRENO DERECHO C/BASE GL (A+)	GL (A)	YK	UND	A+		800	\$ 0.77	\$ 617.14
3110	PEDAL DE ARRANQUE BROSS COLOR NEGRO (A+)	BROSS	YK	UND	A+		400	\$ 1.60	\$ 640.00
3113	PEDAL DE ARRANQUE CARGUERO 1 PERNO (A+)	CARGUERO	YK	UND	A+		320	\$ 1.73	\$ 554.67
3115	PEDAL DE ARRANQUE CARGUERO 2 PERNOS (A+)	CARGUERO	YK	UND	A+		600	\$ 1.90	\$ 1,137.14
3103	PEDAL DE ARRANQUE GL CURVO	GL	YK	UND	A		500	\$ 1.10	\$ 547.62
3147	PEDAL DE ARRANQUE GL RECTO CG A+	CG A+	YK	UND	A+		1000	\$ 1.24	\$ 1,238.10
3101	PEDAL DE ARRANQUE GL RECTO CG	CG	YK	UND	A		1500	\$ 0.94	\$ 1,414.29
3102	PEDAL DE ARRANQUE GL SEMICURVO	GL	YK	UND	A		500	\$ 1.05	\$ 523.81
3146	PEDAL DE ARRANQUE GL SEMICURVO A+	GL A+	YK	UND	A+		300	\$ 1.36	\$ 408.57
3713	SWITCH DE FRENO C/ RESORTE	GL	YK	UND	A		4000	\$ 0.12	\$ 495.24
3722	CHANCHITO ARRANCADOR CG 150 (MOTOKAR)	LIHUA	YK	UND	A+		1000	\$ 1.17	\$ 1,170.00
3531	SELENIO DE 5 CABLES CG150 (A+)	CG 150 (A)	YK	UND	A+		1000	\$ 1.67	\$ 1,670.00
	SELENIO TRIFASICO (6 CABLES) (CARGUERO) A+	CARGUERO	YK	UND	A+		100	\$ 2.19	\$ 219.05
4405	FARO POSTERIOR BANDERA	GL	YK	UND	A		2000	\$ 1.18	\$ 2,360.00
									\$ 64,248.75



Fuente: RKL Servicios Generales E.I.R.L

Anexo 22: Commercial invoice – RKL 2017 (Parte I)



ZT INDUSTRY GROUP CO., LTD

Floor 4, Building 1, Baoshan Industry Zone, Minzhi, Longhua Town, Shenzhen, China
 TEL: 0086 - 755-28169148 0086-755-28196415 FAX:0086- 755-28169048
 E-Mail : zero@ztindustry.com Mobile phone:15875322057
 MSN: zhouminhui06@hotmail.com Contact: Amy

COMMERCIAL INVOICE

Att: RKL SERVICIOS GENERALES E.I.R.L

Addr: JR JOSE PEZET 407 URB. HUAQUILLAY COMAS LIMA PERU

PI NO.: ZT-Amy20180823pe/r

Tel: 01-5495577







DATE: 10/11/2017

FOB GUANGZHOU

COD	DESCRIPCION RKL	MODELO	MARCA	U.M	CALIDAD	FOTO	CANT.	PRECIO US\$	MONTO US\$
3557	ALTERNADOR 8 BOBINA 3 HUECOS (CG150) A+	CG150 (8B-3H) A+	YK	UND	A+		400	\$ 3.70	\$ 1,480.00
3560	ALTERNADOR DE 12 BOBINA CG250 A+	12 (CG 250) A+	YK	UND	A+		80	\$ 4.57	\$ 365.71
3549	ALTERNADOR DE 11 BOBINA CG200 A+	11 (CG 200) A+	YK	UND	A+		120	\$ 4.57	\$ 548.57
3548	ALTERNADOR DE 18 BOBINA CARGUERO A+	18 (CARGUERO) A+	YK	UND	A+		80	\$ 4.57	\$ 365.71
3546	EMPAQUE DE TUBO DE ESCAPE DE ASBESTO CG150	CG 150	YK	UND	A+		5000	\$ 0.06	\$ 295.24
3833	KIT DE BRIDA DE CARBURADOR (EMPAQ + BAQUELITA) CG200 A+	GC200 A+	YK	KIT	A+		150	\$ 0.53	\$ 80.00
3834	KIT DE BRIDA DE CARBURADOR (EMPAQ + BAQUELITA) ITALICA DS150 A+	DS150 A+	YK	KIT	A+		150	\$ 0.73	\$ 110.00
3883	TUERCA CASTILLO DE CAJA DE RETRO A+	A+	YK	UND	A+		2000	\$ 0.04	\$ 83.81
4443	SEGURO DE FARO DELANTERO GL	GL	YK	SET	A+		3000	\$ 0.08	\$ 228.57
3603	CABLE DE ACELERADOR C/FUNDA (GL)	CG150	YK	UND	A		2500	\$ 0.44	\$ 1,100.00
3602	CABLE DE EMBRAGUE C/FUNDA (104 CM - LARGO) GL	CG150	YK	UND	A		600	\$ 0.48	\$ 288.00
3601	CABLE DE FRENO C/FUNDA (120 CM- LARGO) GL	CG150	YK	UND	A		1500	\$ 0.48	\$ 720.00
3704	CALIPER CON DISCO COMPLETO (GL) A+	GL	YK	JGO	A+		130	\$ 11.90	\$ 1,547.00
3804	CARBURADOR CG 150 A+	CG150 A+	YK	UND	A+		440	\$ 4.75	\$ 2,091.05
3805	CARBURADOR CG 200 A+	CG200 A+	YK	UND	A+		240	\$ 5.40	\$ 1,296.00
3856	CILINDRO COMPLETO CON PISTON Y ANILLOS CG 150 A+	CG150	YK	SET	A+		360	\$ 10.48	\$ 3,771.43
3809	CILINDRO COMPLETO C/ PISTON Y ANILLOS CG 200 A+	CG200	YK	SET	A+		240	\$ 11.14	\$ 2,674.29
3884	CILINDRO COMPLETO C/ PISTON Y ANILLOS CG 125 A+	CG125	YK	SET	A+		96	\$ 9.71	\$ 932.57
4304	TIMON GL	GL	YK	UND	A+		320	\$ 2.19	\$ 700.95
3514	CLAXON 12V NEGRO CG	CG	YK	UND	A		600	\$ 0.46	\$ 274.29
3510	COMANDO COMPLETO AZUL (MANIJAS, MANIGUETA, ESPONJAS) GL	GL	YK	JGO	A		100	\$ 4.38	\$ 438.10
3527	COMANDO COMPLETO BROSS (BASE, MANIJAS, MANUBRIOS, SELECTOR)	BROSS	YK	JGO	A		80	\$ 4.57	\$ 365.71
3529	COMANDO COMPLETO NEGRO (MANIJAS, MANIGUETA, ESPONJAS) GL	GL	YK	JGO	A		100	\$ 4.38	\$ 438.10


Fuente: RKL Servicios Generales E.I.R.L

Anexo 23: Commercial invoice – RKL 2017 (Parte II)

3528	COMANDO COMPLETO ROJO (MANIJAS, MANIGUETA, ESPONJAS) GL	GL	YK	JGO	A		50	\$ 4.38	\$ 219.05
3530	COMANDO COMPLETO SILVER (MANIJAS, MANIGUETA, ESPONJAS) GL	GL	YK	JGO	A		50	\$ 4.38	\$ 219.05
3526	RAMAL LINEAL BROSS	BROSS	YK	UND	A		100	\$ 3.12	\$ 312.38
3507	RAMAL LINEAL GL	GL	YK	UND	A		50	\$ 3.05	\$ 152.38
3506	RAMAL MOTOKAR LARGO	MOTOKAR	YK	UND	A		800	\$ 4.19	\$ 3,352.38
3513	SOCKET (GL) A+	GL	YK	UND	A+		1000	\$ 0.16	\$ 161.90
3271	SOPORTE DE TABLERO ELECTRONICO GL (HUESITO)	GL	YK	UND	A+		500	\$ 1.05	\$ 523.81
3509	COMANDO DERECHO ROJO GL	GL	YK	UND	A		2000	\$ 1.02	\$ 2,038.10
3508	COMANDO IZQUIERDO GL	GL	YK	UND	A		1000	\$ 1.02	\$ 1,019.05
4121	CAJA DE CAMBIO COMPLETO CG 150 A+	CG150 A+	YK	SET	A+		50	\$ 10.00	\$ 500.00
4128	CAJA DE CAMBIO COMPLETO CG 200 A+	CG200 A+	YK	SET	A+		50	\$ 10.29	\$ 514.29
4129	CAJA DE CAMBIO COMPLETO CG 250 A+	CG250 A+	YK	SET	A+		50	\$ 10.76	\$ 538.10
4130	CAJA DE CAMBIO COMPLETO CG 300 A+	CG300 A+	YK	SET	A+		50	\$ 10.95	\$ 547.62
3445	DIRECCIONAL FLEXIBLE SILICONEADO (CROMADO)	CROMADO	YK	PAR	A		200	\$ 1.41	\$ 281.90
3446	DIRECCIONAL FLEXIBLE SILICONEADO (NEW MODEL)	NEW MODEL (A)	YK	PAR	A		225	\$ 1.43	\$ 321.43
3832	CAJA DE RETRO 20MM (1000 CC) DORADA A+	20MM 1000CC A+	YK	UND	A+		80	\$ 22.48	\$ 1,798.10
3516	CLAXON 12V NARANJA GL	GL	YK	UND	A+		800	\$ 0.94	\$ 754.29
3515	CLAXON 12V ROJO GL	GL	YK	UND	A+		400	\$ 0.94	\$ 377.14
3574	BATERIA SECA C/ GEL 12N6.5 A+	12N6.5	YK	UND	A+		300	\$ 9.16	\$ 2,748.00
3575	BATERIA SECA C/ GEL 12N7 3A-BS A+	12N73A (CGL)	YK	UND	A+		300	\$ 10.80	\$ 3,240.00
3584	BATERIA SECA C/ GEL 12N7B-BS A+	12N7B - BS	YK	UND	A+		104	\$ 10.00	\$ 1,040.00
3576	BATERIA SECA C/ GEL 12N9-BS A+	12N9 -BS	YK	UND	A+		104	\$ 11.10	\$ 1,154.40
3577	BATERIA SECA C/ GEL 12N7L-BS A+	12N7L-BS	YK	UND	A+		104	\$ 10.80	\$ 1,123.20
3578	BATERIA SECA C/ GEL 12N 5L-BS A+	12N 5L-BS	YK	UND	A+		100	\$ 8.59	\$ 859.00
3579	BATERIA SECA C/ GEL YTX 5L-BS (PULSAR) A+	YTX 5L-BS (PULSAR)	YK	UND	A+		50	\$ 8.03	\$ 401.43
3580	BATERIA SECA C/ GEL YB4-BS A+	YB4-BS	YK	UND	A+		50	\$ 8.59	\$ 429.50
3581	BATERIA SECA C/ GEL YTX 7A-BS A+	YTX 7A -BS	YK	UND	A+		152	\$ 10.60	\$ 1,611.20
3505	TABLERO ELECTRONICO GL A+	GL A+	YK	UND	A+		300	\$ 4.67	\$ 1,400.00
3708	TEMPLADOR DE ARRASTRE LINEAL GL (A)	GL (A)	YK	UND	A		400	\$ 0.38	\$ 152.38
3407	DIRECCIONAL FLEXIBLE SILICONEADO (AZUL - AMBAR) A+	AZUL / AMBAR	YK	PAR	A+		200	\$ 1.52	\$ 304.76
3401	DIRECCIONAL FLEXIBLE SILICONEADO (BROSS)	BROSS	YK	PAR	A		200	\$ 1.30	\$ 260.95
3408	DIRECCIONAL FLEXIBLE SILICONEADO (LARGO)	LARGO (A)	YK	PAR	A		200	\$ 1.38	\$ 276.19
3409	DIRECCIONAL FLEXIBLE SILICONEADO (TIPO HOJA)	TIPO HOJA (A)	YK	PAR	A		200	\$ 1.30	\$ 260.95
3410	DIRECCIONAL FLEXIBLE SILICONEADO (TIPO OJO)	TIPO OJO (A)	YK	PAR	A		200	\$ 1.43	\$ 285.71

Fuente: RKL Servicios Generales E.I.RL

Anexo 24: Commercial invoice – RKL 2017 (Parte III)

3246	COVERTOR DE ASIENTO ADAPTABLE (GL - XL - BROSS) A+	GL-XL-BROSS	YK	UND	A+		1000	\$ 1.29	\$ 1,285.71
3308	ESPEJO LINEAL MURCIELAGO A+ (BROSS)	BROSS	YK	PAR	A+		150	\$ 1.45	\$ 217.14
3316	ESPEJO LINEAL PULSAR NS200 A+	PULSAR NS200	YK	PAR	A+		150	\$ 1.45	\$ 217.14
3304	ESPEJO AZUL (ZTX-2444)	GL	YK	PAR	A		150	\$ 1.12	\$ 168.57
3306	ESPEJO AZUL CARBON (ZTX- 2561)	GL	YK	PAR	A		150	\$ 1.12	\$ 168.57
3305	ESPEJO NEGRO CARBON (ZTX-2561)	GL	YK	PAR	A		150	\$ 1.12	\$ 168.57
3301	ESPEJO CBF (ZTX-2725) A+	GL	YK	PAR	A+		200	\$ 1.10	\$ 220.95
3302	ESPEJO NEGRO (ZTX-2444)	GL	YK	PAR	A		150	\$ 1.12	\$ 168.57
3303	ESPEJO ROJO (ZTX-2444)	GL	YK	PAR	A		150	\$ 1.12	\$ 168.57
3307	ESPEJO ROJO CARBON (ZTX-2561)	GL	YK	PAR	A		150	\$ 1.12	\$ 168.57
4423	FARO DELANTERO CGL (REDONDO)	CGL	YK	UND	A		375	\$ 2.90	\$ 1,089.29
3810	KIT DE LEVAS A+	CG150 A+	YK	SET	A+		300	\$ 2.99	\$ 897.14
3609	MANGUERA DE DESFOGUE (A+)	VARIOS	YK	UND	A+		2000	\$ 0.13	\$ 266.67
3720	MANIJA DE FRENO DERECHO C/BOMBA BROSS (A+)	BROSS	YK	UND	A+		300	\$ 2.52	\$ 757.14
3721	MANIJA DE FRENO DERECHO C/BOMBA GL (A+)	GL (A)	YK	UND	A+		200	\$ 2.38	\$ 476.19
3435	LUZ CUADRADO DE 6 PUNTOS S/BASE (A+)	6 PUNTOS	YK	UND	A+		500	\$ 0.75	\$ 376.19
3436	LUZ REDONDO DE 6 PUNTOS S/BASE (A+)	6 PUNTOS	YK	UND	A+		500	\$ 0.75	\$ 376.19
3415	LUZ CUADRADO DE 6 PUNTOS C/BASE (BORDE AZUL) (A+)	BORDE AZUL	YK	UND	A+		200	\$ 2.10	\$ 419.05
3414	LUZ REDONDO DE 6 PUNTOS C/BORDE AZUL (A+)	BORDE AZUL	YK	UND	A+		150	\$ 2.10	\$ 314.29
3430	FOCO BOTELLA AZUL C/ RESISTENCIA (GL) 35/35	GL	YK	UND	A		1500	\$ 0.40	\$ 600.00
3429	FOCO AZUL C/ RESISTENCIA (H4) 35/35	H4	YK	UND	A		800	\$ 0.47	\$ 373.33
3416	FOCO DE 4 PUNTOS (GL)	GL 4 PTO	YK	UND	A		300	\$ 1.16	\$ 348.57
3417	FOCO DE 4 PUNTOS (H4)	H4 4 PTO	YK	UND	A		300	\$ 1.16	\$ 348.57
3449	FOCO TIPO LUPA (GL)	GL	YK	UND	A		200	\$ 2.00	\$ 400.00
3470	LUZ REDONDO 9 PUNTOS S/BASE	9 PUNTOS	YK	UND	A		400	\$ 0.87	\$ 346.67
3604	CABLE DE EMBRAGUE 2MM X 1.5 M SIN FUNDA	2MM X 1.5 CM VUVUZELA	YK	UND	A		30000	\$ 0.06	\$ 1,942.86
3606	CABLE DE ACELERADOR 1.5MM X 1.5M S/FUNDA	1.5MM X 1.5M	YK	UND	A		25000	\$ 0.04	\$ 1,023.81
3582	CLAXON DOBLE NEGRO A+	CG	YK	UND	A+		200	\$ 2.48	\$ 495.24
4302	MANIJA DE EMBRAGUE IZQUIERDO C/BASE GL (A+)	GL (A)	YK	UND	A+		2500	\$ 0.77	\$ 1,928.57
4301	MANIJA DE FRENO DERECHO C/BASE GL (A+)	GL (A)	YK	UND	A+		800	\$ 0.77	\$ 617.14
3110	PEDAL DE ARRANQUE BROSS COLOR NEGRO (A+)	BROSS	YK	UND	A+		400	\$ 1.60	\$ 640.00
3113	PEDAL DE ARRANQUE CARGUERO 1 PERNO (A+)	CARGUERO	YK	UND	A+		320	\$ 1.73	\$ 554.67
3115	PEDAL DE ARRANQUE CARGUERO 2 PERNOS (A+)	CARGUERO	YK	UND	A+		600	\$ 1.90	\$ 1,137.14
3103	PEDAL DE ARRANQUE GL CURVO	GL	YK	UND	A		500	\$ 1.10	\$ 547.62
3147	PEDAL DE ARRANQUE GL RECTO CG A+	CG A+	YK	UND	A+		1000	\$ 1.24	\$ 1,238.10
3101	PEDAL DE ARRANQUE GL RECTO CG	CG	YK	UND	A		1500	\$ 0.94	\$ 1,414.29
3102	PEDAL DE ARRANQUE GL SEMICURVO	GL	YK	UND	A		500	\$ 1.05	\$ 523.81
3146	PEDAL DE ARRANQUE GL SEMICURVO A+	GL A+	YK	UND	A+		300	\$ 1.36	\$ 408.57
3713	SWITCH DE FRENO C/ RESORTE	GL	YK	UND	A		4000	\$ 0.12	\$ 495.24
3722	CHANCHITO ARRANCADOR CG 150 (MOTOKAR)	LIHUA	YK	UND	A+		1000	\$ 1.17	\$ 1,170.00
3531	SELENIO DE 5 CABLES CG150 (A+)	CG 150 (A)	YK	UND	A+		1000	\$ 1.67	\$ 1,670.00
	SELENIO TRIFASICO (6 CABLES) (CARGUERO) A+	CARGUERO	YK	UND	A+		100	\$ 2.19	\$ 219.05
4405	FARO POSTERIOR BANDERA	GL	YK	UND	A		2000	\$ 1.18	\$ 2,360.00
									\$ 78,101.49



Fuente: RKL Servicios Generales E.I.R.L

Anexo 25: Lista de precios incluido IGV – empresa RKL Servicios Generales EIRL



IMPORTACION DE REPUESTOS Y PARTES DE MOTOS EN
GENERAL
AV. CARABAYLLO N°1672 URB. LOS VIÑEDOS - COMAS
REF: CRUCE AV. CARABAYLLO CON GUILLERMO DE LA

OFICINA: 01-220 2160
E-mail: rkl.admiven@gmail.com

LISTA DE PRECIOS INCLUIDO IGV				
ITEM	MODELO	MARCA	UND	PRECIO INCLUIDO IGV
ALTERNADOR	CG150	YK	UND	S/ 21.00
CABLE DE ACELERADOR	CG150	YK	UND	S/ 2.10
CABLE DE EMBRAGUE CON FUNDA	CG150	YK	UND	S/ 2.10
CABLE DE FRENO	CG150	YK	UND	S/ 2.40
FARO POSTERIOR	S/M	YK	UND	S/ 6.00
CHANCHITO ARRANCADOR	LIHUA	YK	UND	S/ 6.00
CDI LIHUA	LIHUA	YK	UND	S/ 5.00
BATERIA SECA	12N6.5	YK	UND	S/ 50.00
BATERIA SECA	12N73A	YK	UND	S/ 59.00
BATERIA SECA	12N9-BS	YK	UND	S/ 60.00
BATERIA SECA	12N7L-BS	YK	UND	S/ 59.00
BATERIA SECA	12N5L-BS	YK	UND	S/ 47.00
BATERIA SECA	YB4-BS	YK	UND	S/ 47.00
BATERIA SECA	YTX7A-BS	YK	UND	S/ 58.00
CAMARA 300 X 18 OLIUP ZT	S/M	YK	UND	S/ 6.00
FLASHER CON SONIDO	S/M	YK	UND	S/ 2.80
FLASHER NO SONIDO	S/M	YK	UND	S/ 2.50
SELENIO 5 CABLES CG150	CG150	YK	UND	S/ 9.00
RODAJE 6202 YIKETO	6302	YK	UND	S/ 1.50
RODAJE 6301 YIKETO	6301	YK	UND	S/ 1.80
RODAJE 6302 YIKETO	6302	YK	UND	S/ 2.00

Fuente: RKL Servicios Generales E.I.R.L

Anexo 26: Reporte de costos y ganancias bruta


Reporte de Costos y Ganancias - Proveedor Trading Company							
Periodo	FOB (\$)	Flete (\$)	Seguro (\$)	CIF (\$)	CIF en (S/.)	Venta sin IGV (S/.)	Ganancia bruta (S/.)
jun-16	9,472.00	218.76	37.89	9,728.65	32,104.54	40,508.47	8,403.94
ago-16	5,530.00	95.49	27.90	5,653.39	17,976.98	24,915.25	6,938.27
sep-16	9,245.00	208.41	36.98	9,490.39	32,416.59	40,720.34	8,303.75
nov-16	22,450.00	375.62	74.31	22,899.93	75,569.77	99,703.39	24,133.62
ene-17	19,272.50	234.75	77.09	19,584.34	64,628.32	87,389.83	22,761.51
abr-17	18,544.00	310.13	74.18	18,928.31	62,463.41	82,050.85	19,587.44
may-17	4,715.00	34.54	18.86	4,768.40	15,735.72	20,466.10	4,730.38
jun-17	3,645.00	20.80	12.83	3,678.63	12,139.48	15,635.59	3,496.11
jul-17	8,806.00	118.52	28.27	8,952.79	29,544.20	37,084.75	7,540.55
ago-17	20,073.80	250.23	80.30	20,404.33	67,334.27	92,655.93	25,321.66
sep-17	15,810.00	298.82	63.24	16,172.06	53,367.80	69,533.90	16,166.10
nov-17	5,774.00	60.91	23.10	5,858.01	19,331.42	24,508.47	5,177.05
TOTAL	143,337.30	2,226.98	554.95	146,119.23	482,612.50	635,172.87	152,560.38

Fuente: RKL Servicios Generales E.I.RL

Elaboración propia

La presente tabla contiene el extracto de los costos y ganancias de los 21 productos analizados para la empresa RKL (Periodo 2016-2017).

Anexo 27: Proformas invoice (fábrica de baterías)

 VASWORLD POWER CO., LIMITED								
Factory address: Haoliang Industrial Zone ,Longtang Town ,qingyuan city,guangdong China. Office address :NO.715 ,A1-15, A1-16, Sanyuanli annwa Auto Part market, Balyun District, Guangzhou,China. Web:www.vasworld.en.alibaba.com TEL:+86-20-36670856 Email:lucy@vasworldpower.com								
Attn: Ms Lucy			To:Mr Ronald			Email: Ticiaczu.tiwan.tfx@gmail.com		
PROFORMA INVOICE								
DATE:10-24-2018								
PI#VAS20181024001								
NO.Item	Model	C Model	Voltage	Capacity	Dimensions	Unit	Quantity	Total in USD
				(AH)	(L*W*H)mm	USD	(PCS)	
1	YB4L-BS	YB4-BS	12	4	113*69*87	5.2	50	260.00
2	12N5-3B	12N5L-BS	12	5	120*61*130	6.5	100	650.00
3	12N5L	YTX5L-BS	12	5	113*69*107	6.31	100	631.00
4	12N6.5L	12N6.5L	12	6.5	138*65*100	6.63	100	663.00
5	12N7B	12N7A-BS	12	7	149*60*130	7.5	200	1500.00
6	12N7L	YTX7A-BS	12	7	150*86*94	7.85	150	1177.50
7	12N7D	12N7B-BS	12	7	137*77*123	8.1	150	1215.00
8	12N7A	12N7L-BS	12	7	113*69*133	7.2	100	720.00
9	12N9L-BS	12N9-BS	12	9	137*77*136	8.57	100	857.00
Total in							1050	7673.50
Please TT to Account : Beneficiary bank: OCBC Wing Hang Bank Limited Beneficiary Name: Vasworld Power Co., Ltd Beneficiary account : 035-854-303048831 Swift code : WIHBKHH Bank address: 161 Queen's Road Central Hong kong								
Please note : a) above quotation based on the lead price 18450RMB/ton.and the exchange rate 1USD=6.92RMB b) above offer with delivery time 25-30 working days after getting deposit . Trade term :FCA Guangzhou warehouse . c) All the battery box crown carton box packing,all packing with pallets. d) our payment terms : TT 100% (7673.5 USD)before production. e) all the battery with gurantee time 12 months from shipping date . f) Valid time: 3 days.								

Fuente: Vasworld Power

Anexo 28: Proformas invoice (fábrica de sistema cables)

<p style="text-align: center;">GuangZhou Longcheng Motor Vehicle Parts Co., Ltd.</p> <p style="text-align: center;">Add: No.3 Frontstreet of LuckyStar Motorcycle Parts Market, No.76 Zengcha Rd, Baiyun Dist., Guangzhou 510165, China Tel: 0086-20-81234020 Fax: 0086-20-31022059 GZLONGCHENG@0086LC.COM MOBILE:0086-13533689932</p> <p style="text-align: center;">QUOTATION + PACKING LIST</p>													
Para: RKL SERVICIOS GENERALES													
Fecha: 22 de Octubre,2018													
Codigo	Nombre de producto y modelo	Unidad	Cantidad	Precio/Uni (USD)	Precio FCA Total(USD)	Caja	Uni/Caja	Kg/Caja	Dimensiones de caja			Peso Total/ Kg	Total/Cúbico
1	Cable de embrague 带相接头 50/Vuvuzela 袋, 2mm* 1.5m 1*19 (head. Dia 8*9mm long)50pcs/Bag Vuvuzela	PC	50000	\$0.33	\$16,500.00	50	1000	28.5	0.37	0.29	0.24	1425.00	1.2876
2	Cable de acelerador 1.5mm*1.5m 1*19 50pcs/Bag Vuvuzela	PC	15000	\$0.28	\$4,200.00	7.5	2000	30	0.55	0.45	0.08	225.00	0.1485
3	线芯 Cable de Freno Trenzado 2mm x 3m 7*7,25pcs/Bag Vuvuzela	PC	10000	\$0.35	\$3,500.00	10	1000	28	0.55	0.45	0.08	280.00	0.1980
5	(同他的样品一样) Igual muestra: 离合器 Cable de embrague 5cm mas largo (加长5cm) Vuvuzela	PC	4000	\$0.33	\$1,320.00								
6	(同他的样品一样) Igual muestra: 油门线 Cable de acelerador Vuvuzela	PC	2000	\$0.28	\$560.00								
7	(同他的样品一样) Igual muestra: 刹车线 Cable de freno Vuvuzela	PC	2000	\$0.34	\$680.00								
		TOTAL:	83000		\$26,760.00	67.5						1930.00	1.6341
				PRIMER PAGO:	30%	\$8,028.00							
				FINAL PAGO:	70%	\$18,732.00							
				TOTAL PAGO:	100%	\$26,760.00							

Fuente: GuangZhou Longcheng Motor Vehicle

Anexo 29: Proformas invoice (fabrica neumáticos)







QINGDAO HUADA RUBBER PRODUCTION CO., LTD				
SIZE	PATTERN	TUBE PRICE (35%)	WEIGHT(kg)	WEIGHT(kg)
TYRE PRICE WITH PACKAGE PRICE		TUBE PRICE WITHOUT PACKAGE PRICE(Polg bag+woven bag, each plus USD0.03, box+carton, each plus USD0.085 - PRICE FCA		
300-18	CAMARA HDMC013	\$ 0.85	0.49	0.48
300-18	CAMARA HDMA022-3	\$ 1.02	0.49	0.48
400-8	HDMA124	\$ 0.72	0.37	0.37
275-18	HDMA001-2	\$ 0.77	0.41	0.41
300-21	HDMC008	\$ 1.02	0.54	0.54
300-21	HDMC043	\$ 1.02	0.54	0.54
300-17	HDMC013	\$ 0.82	0.46	0.46
500-12	HDMA057	\$ 1.26	0.78	0.78
500-12	HDMB020	\$ 1.26	0.78	0.78
350-18	HDMA040	\$ 1.15	0.62	0.62
410-18	HDMC013	\$ 1.30	0.72	0.72
450-12	HDMA057	\$ 1.00	0.6	0.6





Fuente: Qingdao Huada Rubber Production

Anexo 30: Proformas invoice (fábrica de sistema eléctrico) Parte I

Items	Photo	Quantity(pcs)	Unit Price (usd/piece)	Total (USD)
CG125 AC CDI (Variable-angle) (65.6*37.6*22.6 mm)		500	0.59	2.95
CG125 AC CDI (fixed-angle) (65.6*37.6*22.6 mm)		1000	0.626	626
Flasher		2000	0.22	440
Buzzer Flasher		5000	0.33	1650
CG125 ignition coil (stainless steel spark cap)		500	0.988	494
FXD125 5wires Regulator (Selenio 5 Cables)		800	1.27	1016

Fuente: Chongqing Dejia Electric

Anexo 31: Proformas invoice (fábrica de sistema eléctrico) Parte II

GY6-125 Start Relay (chanchito arrancador)		1000	0.97	970
DL70 Horn		1000	0.481	481
CG150 8 poles Magneto Stator (alternador)		1000	2.89	2865
CG125 12poles (160W) Magneto Stator (alternador)		200	3.915	783
CG125 18poles (200W) Magneto Stator (alternador)		200	4.173	834.6
CG125 11poles Magneto Stator		200	3.738	747.6
200pcs Box		200	0.036	7.2
Flag Lighthouse (Faro bandera)		1400	0.91	91
Total				\$11008.35

Fuente: Chongqing Dejjia Electric

Anexo 32: Proformas invoice – packing – condiciones (fábrica de sistema eléctrico)

	Amount/Carton	Number of Carton	GW (kg)/ Carton	GW (kg)	Carton Size(mm)	CBM/Carton	CBM
CDI	100 pcs	15	12.6	189	430*330*300	0.04257	2.04336
Ignition Coil	100 pcs	5	20.5	102.5	430*330*300		
Regulator	100 pcs	8	15.5	124	430*330*300		
Start Relay	100 pcs	10	16.5	165	430*330*300		
Horn	100 pcs	10	13.1	131	430*330*300		
Flasher	200 pcs	10	4.85	48.5	410*270*200	0.02214	0.7749
Buzzer Flasher	200 pcs	25	6.45	161.25	410*270*200		
8-poles Stator	40 pcs	25	21.8	545	420*330*240	0.033264	1.33056
11-poles Stator	40 pcs	5	27	135	420*330*240		
12-poles Stator	40 pcs	5	28.2	141	420*330*240		
18-poles Stator	40 pcs	5	28.4	142	420*330*240		
Total		123		1884.25			4.14882

Chongqing Dejia Electric Co., Ltd.

**Payment Terms: 30% down payment / 70% before delivery
(30% deposit before production / 70% pay before shipment)**

Trade Terms: FCA Guangzhou

**Packing: Color box packaging
Outer Carton Packing**

The goods will be sent within 20 working days after payment.

Bank Name: ABC
Payee Name : 罗永德 (Luo Yongde)
Bank Number:622848 0478 5091
31379

Jack Zhang
 Authorized signature and Company chop
 Name: Jack Zhang
 Date:2018-11-02

Fuente: Chongqing Dejia Electric

Anexo 33: Proformas invoice (fábrica de sistema rodajes)

----- Forwarded message -----

From: Flory Pan <vetor@vetorgroups.com>

Date: vie, 19 oct. 2018 a las 21:02

Subject: Re:bearing quotations

To: Ronald <rkl.admiven@gmail.com>, Ronald <tielaczu.tiwan.lfx@gmail.com>

Dear Mr. Ronald,

Glad to talk with you in wechat, and thanks very much which you contact with me also!
I would like to quote you the best prices as follows:

6202 2RS:USD0.208

6301 2RS:USD0.246

6302 2RS:USD0.292

10 SINGLE BOX/MIDDLE BOX

FOB NINGBO

If you need my brand, then we can reduce 5% discounts, dear friend.

By the way, are you interested in motorcycle parts? pls send us inquiry if you need, thanks!

Best Regards!

Flory

CIXI VETOR BEARING CO., LTD.

Wechat:0086 13857451900

Mobile:0086 13857451900

Facebook:pan you juan

[Http://www.vetorbearings.com](http://www.vetorbearings.com)

Fuente: Cixi Vektor Bearing

Anexo 34: ISO 9001:2008 CHONGQING DEJIA ELECTRIC



Fuente: Chongqing Dejia Electric

Anexo 35: ISO 9001:2008 CHONGQING DEJIA ELECTRIC

INTERNATIONAL MANAGEMENT SYSTEM CERTIFICATION GROUP

质量管理体系认证证书

兹证明

重庆市德佳电器有限公司
组织机构代码: 67612996-3
注册地址: 中国重庆市巴南区花溪镇岔路口村6社
审核地址: 中国重庆市巴南区花溪镇岔路口村6社

建立的管理体系经审核符合以下标准要求:

GB/T19001-2008 idt ISO9001:2008

认证范围

摩托车电装品、倒车喇叭的制造和销售

证书编号: IMSCG15Q1003R0S
发证日期: 11/11/2016 有效期至: 14/09/2018
注: 组织应按规定接受每年监督审核, 并遵守相关认证规定, 认证证书有效性才能保持有效。
认证注册范围不包括未获得有效的国家规定的行政许可、资质许可和3C认证的产品服务范围
原发证日期 13/10/2015

证书签发人: _____

总经理

第一次年度 (贴标有效) 第二次年度 (贴标有效) 第三次年度 (贴标有效)

注: 按照认证要求, 每次监督审核时间与上次现场审核时间间隔不得
超过 12 个月。

依曼斯认证(上海)有限公司 电话: 021-58462878 传真: 021-58462878
地址: 中国(上海)自由贸易试验区枫林路18号A楼1504-1505室
证书有效性查询方式: 依曼斯认证(上海)有限公司网站 www.int-certgroup.com
国家认证认可监督管理委员会网站 www.cnca.gov.cn

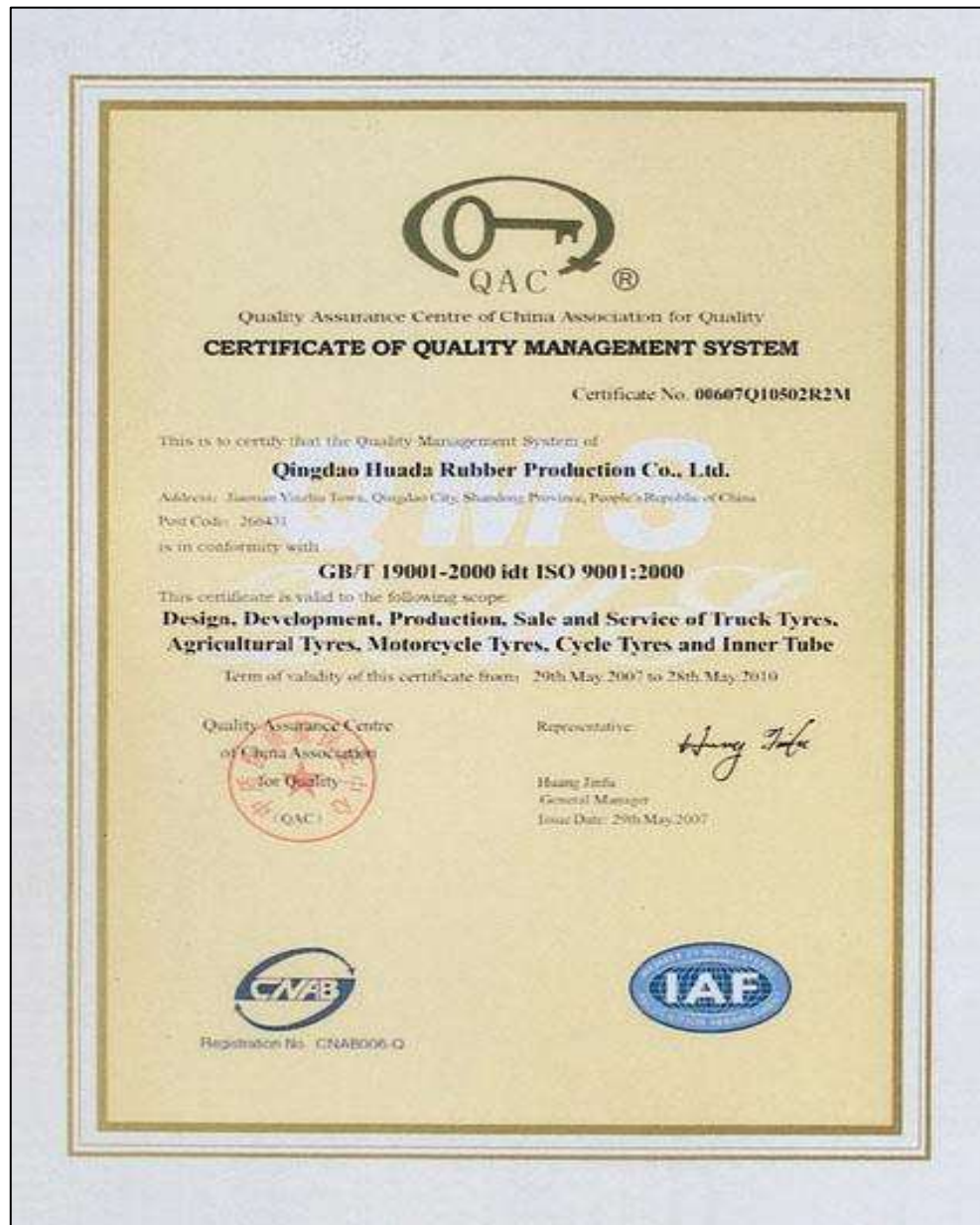
Fuente: Chongqing Dejia Electric

Anexo 36: ISO9001:2008 CIXI VETOR BEARING



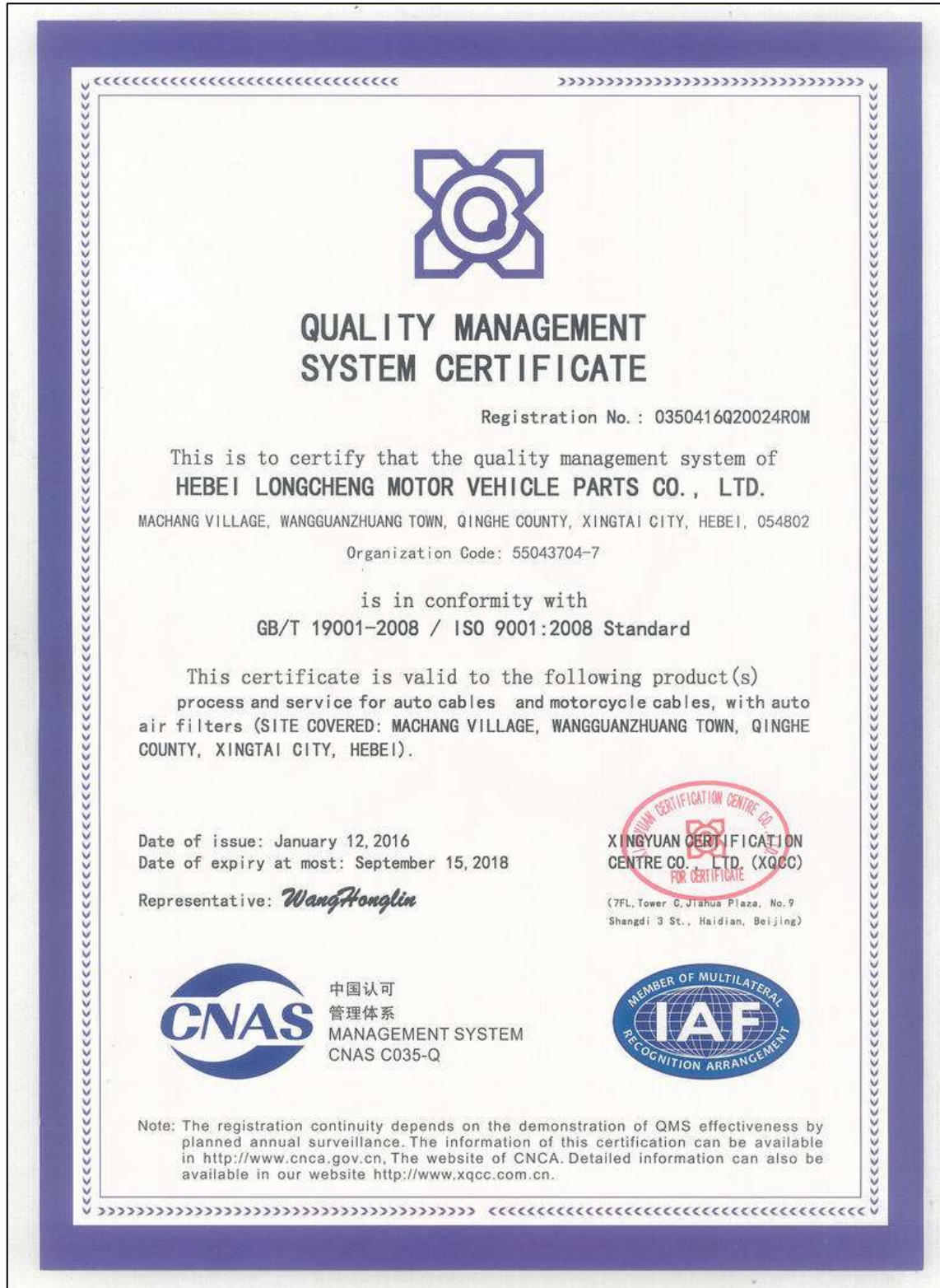
Fuente: Cixi Vektor Bearing

Anexo 37: ISO 9001: 2000 QINGDAO HUADA RUBBER PRODUCTION



Fuente: Qingdao Huada Rubber Production

Anexo 38: ISO 9001:2008 GUANGZHOU LONGCHENG MOTOR VEHICLE PARTS



Fuente: Guangzhou Longcheng Motor Vehicle Parts

Anexo 39: Certificación internacional de VASWORLD POWER

EST COMPLIANCE LABORATORY LIMITED 6/F, 207 Building, Nanyou No. 2 Industrial Park, Dengliang Road, Nanshan District, Shenzhen 518053, China		
Certificate No.: EST0903-012-S		
<h1>CERTIFICATE</h1>		
Applicant :	Georagen. Votsis Psaron 43, 10438, Athens Greece	
Manufacturer :	Vasworld Power Technology Co., Limited	
Product :	Sealed Ups Battery & Ups Battery	
Model :	HR Series	
Parameters :	GB12-1.3 12V1.3Ah GB12-2.2 12V2.2Ah GB12-2.6 12V2.6Ah GB12-7.2 12V7.2Ah	
<p>The measurements shown in this test report were made in accordance with the procedures given in European Council Directive 2006/95/EC - Low Voltage Directive, The equipment was passed the test performed according to European Standards: EN 60896-21: 2004 EN 60896-22: 2004</p> <p>The test was carried out on Mar. 23, 2009 at EST COMPLIANCE LABORATORY LIMITED</p>		
		 Bruce Manager Date: Mar. 24, 2009
<p>The CE Marking may only be used if all relevant and effective EC Directives are complied with Tel: (86)755-26648640 Fax: (86)755-26648637 Http://www.estcl.com</p>		

Fuente: Vasworld Power